

DOSSIER

EUROPEAN FURNITURE COMPONENTS

# *Compo Mobili*



46

[www.dossiercompomobili.com](http://www.dossiercompomobili.com)

# Scusi, dov'è il bagno?

Virginio Briatore

Il fenomeno 'bagno' è un'esplosione culturale, una dimostrazione di benessere e, dall'altro, un paradosso sociale. Ma andiamo con ordine.

Il titolo è ripreso dal volume 'Il bagno oggi e domani' edito nel 2003 da Oscar Colli, forse il massimo esperto italiano del settore. Dovendo rispondere oggi possiamo dire che il bagno è in rete. Internet e la rivoluzione dell'ambiente bagno sono più o meno coevi: entrambi si sono manifestati negli ambienti d'élite nella prima metà degli anni '90, per poi espandersi diffusamente nel nuovo secolo. Restringiamo il campo d'azione all'Italia e proviamo quindi a digitare la parola 'bagno' su Google.

Compaiono 22.600.000 'risultati' disponibili: una cifra immensa, ovvero

un link ogni due italiani adulti! Certo la parola bagno può voler dire molte cose, dal tuffo in mare al 'bagno maria' ma è sorprendente vedere che il primo sito della lista porta le parole 'arredo bagno'. Questo termine è la chiave di lettura e di svolta dell'attuale fenomeno bagno. Digitando queste due parole compaiono 1.730.000 link e pochi meno inserendo 'bagno design' o 'stanza da bagno'. Secoli di puritanesimo prima e decenni di penuria nel dopoguerra avevano relegato il bagno a luogo di servizio, nascondiglio del corpo e delle sue debolezze. Ancora negli anni 80 del bagno non parlava nessuno e tanto meno ci si sognava di ostentarlo. La fine del secolo XX, con le sue mutazioni sociali, antropologi-

## Excuse me, can you tell me where the bathroom is?

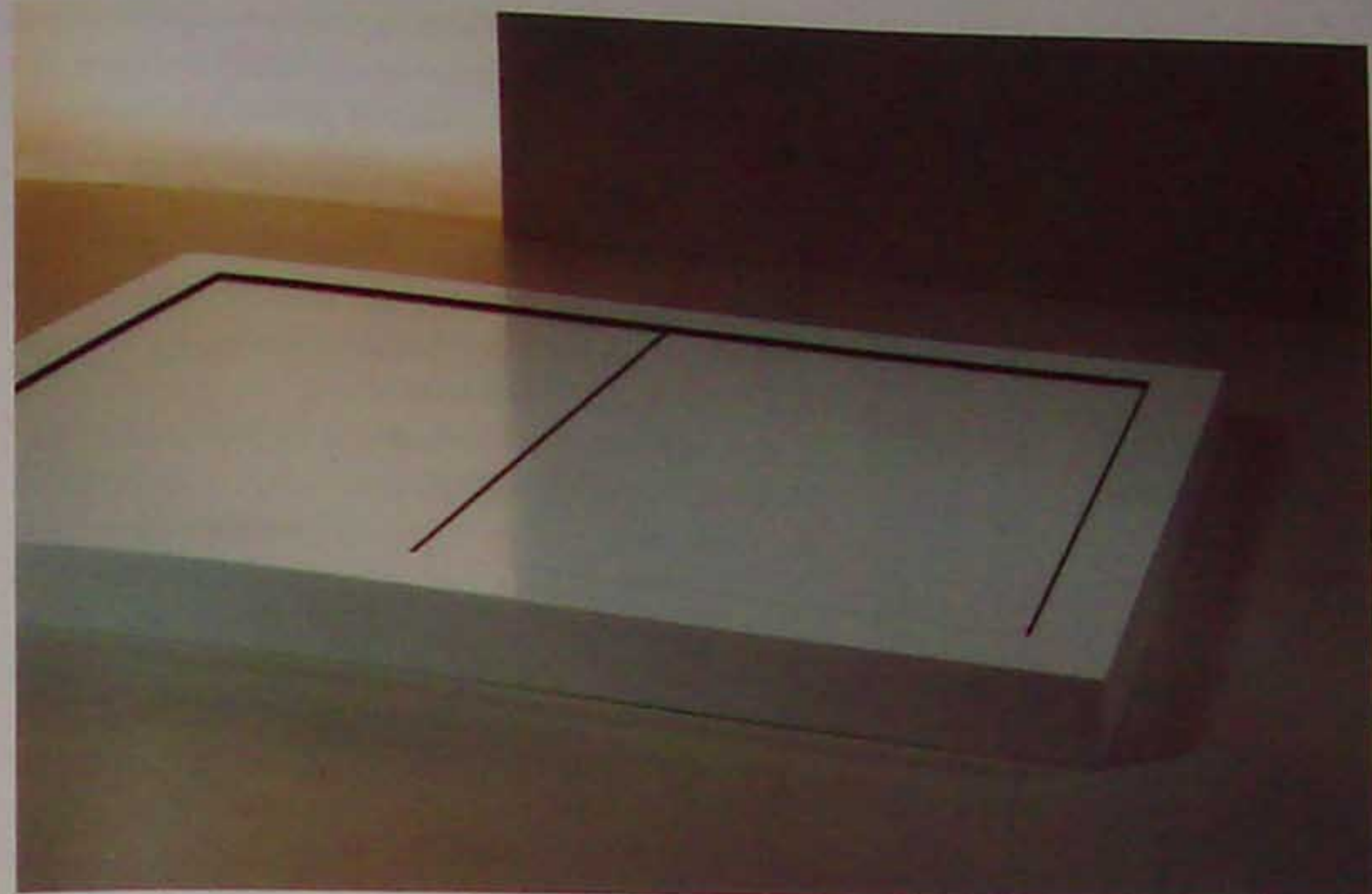
*The bathroom phenomenon is a cultural explosion, on one hand a proof of wellbeing and on the other a social paradox. But let us proceed in an orderly manner. The title is from Il bagno oggi e domani ("The Bathroom Today and Tomorrow") a book edited in 2003 by Oscar Colli, arguably the greatest expert in the sector. Now, if one were to answer that question today, we could safely say that the bathroom is the net. The Internet and the bathroom revolution probably occurred at the same time: both made their earliest appearance in exclusive milieus in the first-half of the 1990s before*

*re spreading in a big way in the new century. Let us restrict our sphere of action to Italy and let us type the word bagno (i.e. "bathroom") on Google. "Results of about 22,600,000 for bagno" appear: a gigantic sum, i.e. approximately one link for every two Italian adults! While the word may have several other meanings as well – from having a bath at home and at sea – it is surprising to note that the first site on the list contains the words arredo bagno ("bathroom furniture"). This term is the key to understanding the so-called bathroom phenomenon. If these two words are typed, 1,730,000 links appear, and even less if bagno design or stanza da bagno ("bath room") are written. Centuries of Puritanism followed by decades of poverty had relegated the bathroom to a service area, a place where to conceal the body and its weaknesses. As late as the 1980s, very few spoke about bathrooms and still less had the courage to show them off. The end of the 20th century – with its social, anthropological, genetic changes – brought the individual's body once again at the centre of creation, culturally driven by the plethora of artistic manifestations linked to the joys, and horrors, of the body. If existence is provisional, if cash is volatile, if the world is increasingly filthier and polluted, it may actually not be a bad idea, after all, to build for oneself a new bathroom where one can rediscover that long-lost sense of wellbeing and to take time for the caring of that only good without which the rest is futile nonsense: the human body! Now, be it conscious or unconscious, this psychological motivation alone is worth half the business. The other half is given by technology, by industry and, above all, by the incessant creativity of designers that ceaselessly re-design the existing in their pursuit for typological or formal or linguistic innovation. It is a collective explosion that is being channelled by the industry's headings, by the changing attention for objects that even some twenty years ago were not talked about or, at best, simply ignored, and that did not excite museum curators or was not splashed on the front covers of monthlies or weeklies. It is also a very important economic phenomenon, for the bathroom is the only furniture segment*



In apertura: vasca "Seaside" in metacrilato con o senza idromassaggio, design Giovanna Talocci, Teuco. In questa pagina: rivoluzionario lavabo della serie H7 disegnato dall'arch. Giorgio Zaetta per Asolute, su un'idea sviluppata da Luca Maccagnan. Il sistema di sifonatura integrato può essere realizzato in fase di formatura dei sanitari, in modo da ottenere spessori ridotti. Il lavabo è in Corian®, opportunamente svuotato e innervato all'interno, con la stessa tecnica di orditure utilizzata per la nautica, per renderlo più leggero e meno costoso. A destra: shower column design Franco Sargiani per Fratelli Fantini.

Overleaf: "Seaside" methacrylate bath tubs, available also with whirlpool, designed by Giovanna Talocci, Teuco. Here: the revolutionary sink from the H7 collection, designed by Arch. Giorgio Zaetta for Asolute, based on an idea developed by Luca Maccagnan. The integrated siphon system may be made during the moulding phase of the sink, thus reducing the thickness. Made from Corian®, purposely carved and reinforced using the same technique of the ship building in order to make it lighter and cheaper. At right: shower column designed by Franco Sargiani, Fratelli Fantini.



Qui in alto: piatto doccia della serie H7 di Asolute. Il bordo colorato, disponibile azzurro (come nel lavandino nella pagina a fianco), nero o rosso, è permanente in quanto è la stessa massa di Corian® a essere colorata. Sotto: piatto doccia "Water drop", design Luca Cimarra per Ceramica Flaminia.

Here above: shower tray from the H7 collection by Asolute. The stained edge, available light blue (such as in the sink in the opposite page), black and red, never fades since the dye is put straight in the Corian® batch. Below: "Water drop" shower tray, designed by Luca Cimarra, Ceramica Flaminia.

l'incessante creatività dei designer che ri-progettano senza posa l'esistente, inseguendo l'innovazione tipologica o formale o linguistica. È un'esplosione collettiva veicolata dalle decine di testate di settore, dall'attenzione diversa che si pone ad oggetti di cui, sino a vent'anni fa, si preferiva tacere o che al massimo passavano inosservati, non davano fremiti ai curatori di musei, non meritavano la cover di mensili e settimanali. È un fenomeno economico importante, l'unico settore dell'arredo che è cresciuto anche negli ultimi, difficili anni. Oggi la guida 'design oriented' della testata Interni riporta circa 310 aziende che producono arredi e apparecchi per il bagno ed ha istituito un paragrafo apposito riservato ai soli punti vendita del settore, recensendone ben 400. Ma accanto alle nuove tecnologie che hanno permesso vasche idromassaggio accessibili a tutti e cabine doccia che paiono navicelle spaziali, cosa è davvero cambiato in questi anni? Ad esempio, sembrava impossibile rinun-



ciare alla praticità di un rubinetto monocomando ma oggi notiamo che alcuni vertici di eleganza – come le rubinetterie Bellagio, disegnate da Matteo Thun per Zucchetti segnano il ritorno a due manopole distinte, in perfetto stile 1930! Una delle novità



Qui in sopra: "Grazie Luna", serie di rubinetti monocomando con leve intercambiabili, design Alessandro Mendini per Bellonzi.  
Sotto: collezione "Take Five" di sanitari in ceramica, design Maurizio Duzanti, Kerolan.

Qui in sopra: "Grazie Luna" (Thank you Moon), series of taps with interchangeable levers, designed by Alessandro Mendini, Bellonzi.  
Below: "Take Five" bathroom ware collection, ceramics, designed by Maurizio Duzanti, Kerolan.

più interessanti degli ultimi tempi, che verrà presentata negli avvenimenti del prossimo Fuori Salone pare essere il progetto H7 della nuova azienda Axolute. Il progetto nasce dallo studio e dall'intuizione di Luca Maccagnan, giovane imprenditore all'interno di una famiglia che a Feltre da due generazioni si occupa di ambiente bagno. Uno dei problemi tipici di chi progetta un bagno è la posa in opera di piatti doccia a filo pavimento. Dopo serate di studio al computer e relativi esperimenti idraulici, Luca Maccagnan ha l'intuizione destinata a rivoluzionare la funzionalità e l'estetica del settore: un sistema di sifonatura integrata che può essere realizzato in fase di formatura degli apparecchi sanitari, al fine di produrre gli stessi con spessori ridotti. Utilizzando il brevetto industriale del Sifone Integrato Orizzontale HIS (Horizontal Integrated Siphon) Giorgio Zaetta, architetto veneto quarantenne, profondamente legato all'arte contemporanea, ha progettato la prima collezione di Axolute, distinta dalla cifra magica del progetto: il numero 7. Sette come i centimetri di altezza o spessore in cui è oggi possibile realizzare un lavandino, un bordo vasca, un piatto

to have recorded growth in these past, very difficult, years. Today, the design-oriented guide of the review Interni lists some 310 firms that manufacture bathroom furniture and fittings, providing also a chapter on where these can be purchased: the guide provides an overview of well over 400 specialised shops. But besides the advent of new technologies – that have led to the creation of accessible-to-all Jacuzzis and shower enclosures that look like spaceship cockpits – what is it that has really changed in these years?

For example, it seemed impossible to renounce to the functional capacity of the single tap, yet we are witnessing the return among some of the top-bracket manufacturers – e.g. Bellagio fittings and taps designed by Matteo Thun for Zucchetti – of the two-knob taps and fittings, in perfect 1930's style! One of the most interesting developments in the past few years appears to be the H7 project of the new manufacturer Axolute which is expected to be presented at the next Fuori Salone. The project is the brainchild of Luca Maccagnan, a young entrepreneur who hails from a family that for the past two generations has been specialising in bathrooms at Feltre. One of the recurrent problems faced by those who design bathrooms is the laying of shower trays along the flooring surface. After countless nights on the computer and related hydraulics experiments, Luca Maccagnan had an intuition that may revolutionise the functionality and the aesthetics of bathroom design: an integrated siphoning system that is created during the manufacturing phase itself of the sanitary fittings which could consequently be of reduced dimensions. By utilising the Horizontal Integrated Siphon (HIS) industrial patent, Giorgio Zaetta, a forty-year-old architect from the Veneto region who is deeply involved with contemporary art, has designed Axolute's first-ever collection – a collection distinguished by the number 7, the project's magic



gn, has strengthened the identity of a product that would have otherwise remained anonymous.

Like a shopping in a container, the bathroom sector has been growing, in the process absorbing ever newer product segments. Besides sanitary fittings and taps the sector now also includes furniture; electronic management devices for tubs and shower enclosures (which are increasingly being viewed as micro-environments); heating fittings with its infinite range of variations.

What still remains to be fully developed is an overall lighting system that could highlight the focus on psycho-physical performance that is now inherent in the bathroom environment. And all this comes in what is a glaring social paradox. Like Nero, who sounds the lyre as Rome is aflame, the opulent but at the same time frail society lavishes upon itself an average per head of three bathrooms, while the other half of the planet has no access to drinkable water. Will we be able to reconcile thirst with the Jacuzzi?

number. Seven centimetres, like the height or width with which it is now possible to manufacture a basin, a tub rim, or shower tray!

How many sanitary fittings can be made with the Horizontal Integrated Siphon? There is no doubt that without having the siphon around, a window of opportunities opens up for those who manufacture washstands and who may have in the future plenty of space under the basin itself to develop. Just as impressive is the development over the past 10 years of the sanitary fittings sector, which has been driven by deep social mutations such as the boom in the bed & breakfast and hospitality industries.

Simply consider the fact that 2006 saw the number of available rooms rise by 240,000 – rooms all with bathrooms! Significantly, the manufacturing district of Civita Castellana, after having opened up to design-oriented products, has seen its potential improve considerably both in terms of turnover and communication. A poignant example to this end is "Water drop", a shower tray designed Luca Cimarra for Ceramica Flaminia that, thanks to a natural-symbolical si-



doccia! Quanti sanitari e quanti nuovi arredi per il bagno si possono fare con il Sifone Integrato Orizzontale? Indubbiamente senza il sifone tra i piedi si aprono interessanti prospettive per chi disegna e produce mobili che oggi integrano il lavabo e che in futuro potranno trovare nuovo spazio sotto di esso. Impressionante infine è anche in questi dieci anni la crescita e l'evoluzione del settore dei sanitari, trascinata anche da mutazioni sociali come l'esplosione dei bed&breakfast e dell'ospitalità in generale, che nel solo 2006 ha visto aumentare di 240.000 le camere disponibili, tutte con bagno! Risalta in particolare l'area produttiva di Civita Castellana, che dopo essersi aperta al design ha visto crescere il proprio potenziale di comunicazione e quindi di economia; ne è un esempio il piatto doccia "Water drop", disegnato da Luca Cimarra per Ceramica Flaminia che con un segno natural-simbolico rafforza l'identità di un prodotto altrimenti anonimo. Proprio come l'effetto goccia nell'acqua il bagno è un ambien-

A sinistra: radiatore/scaldasalviette "Velum", design King & Miranda, Rontal.  
Qui sopra: rubinetto "Only One", design Lorenzo Damiani, IB Rubinetterie.

At left: "Velum" radiator/heat towel heater designed by King & Miranda, Rontal.  
Above: "Only One" tap, designed by Lorenzo Damiani, IB Rubinetterie.

te che da anni si dilata merceologicamente, aggregando a sé sempre nuovi segmenti di prodotto: ai sanitari e alle rubinetterie si sono aggiunti l'arredo, l'elettronica di gestione per vasche e cabine sempre più viste come microambienti, il termoarredo con le sue mille variazioni. Resta ancora da definire un insieme di luci e illuminazioni che sappiano essere al passo con le elevate performance psico-fisiche ormai insite nell'ambiente bagno. Il tutto in un paradosso sociale evidente: come Nerone, che suona la cetra vedendo Roma in fiamme, la società economicamente benestante e psicologicamente fragile si dota di una media di tre bagni a testa di fronte ad una metà del pianeta che non ha accesso all'acqua potabile. Riusciremo a far convivere la sete e l'idromassaggio?

# Creatori di best-sellers

Incontro con Ludovica e Roberto Palomba  
a cura di Virginio Briatore

Ludovica Serafini e Roberto Palomba, architetti e designers, lavorano insieme dal 1994, ovvero da quando, dopo essersi laureati all'Università di Roma, fondarono lo studio Palomba Serafini Associati. Verso la fine degli anni '90 alcune loro intuizioni hanno contribuito ad innovare fortemente l'ambiente bagno ed alcuni loro prodotti hanno conosciuto uno straordinario successo di critica e di vendite. Proiettati all'attenzione dei media e degli imprenditori da queste buone performance, hanno rapidamente allargato il loro raggio d'azione ad altri settori

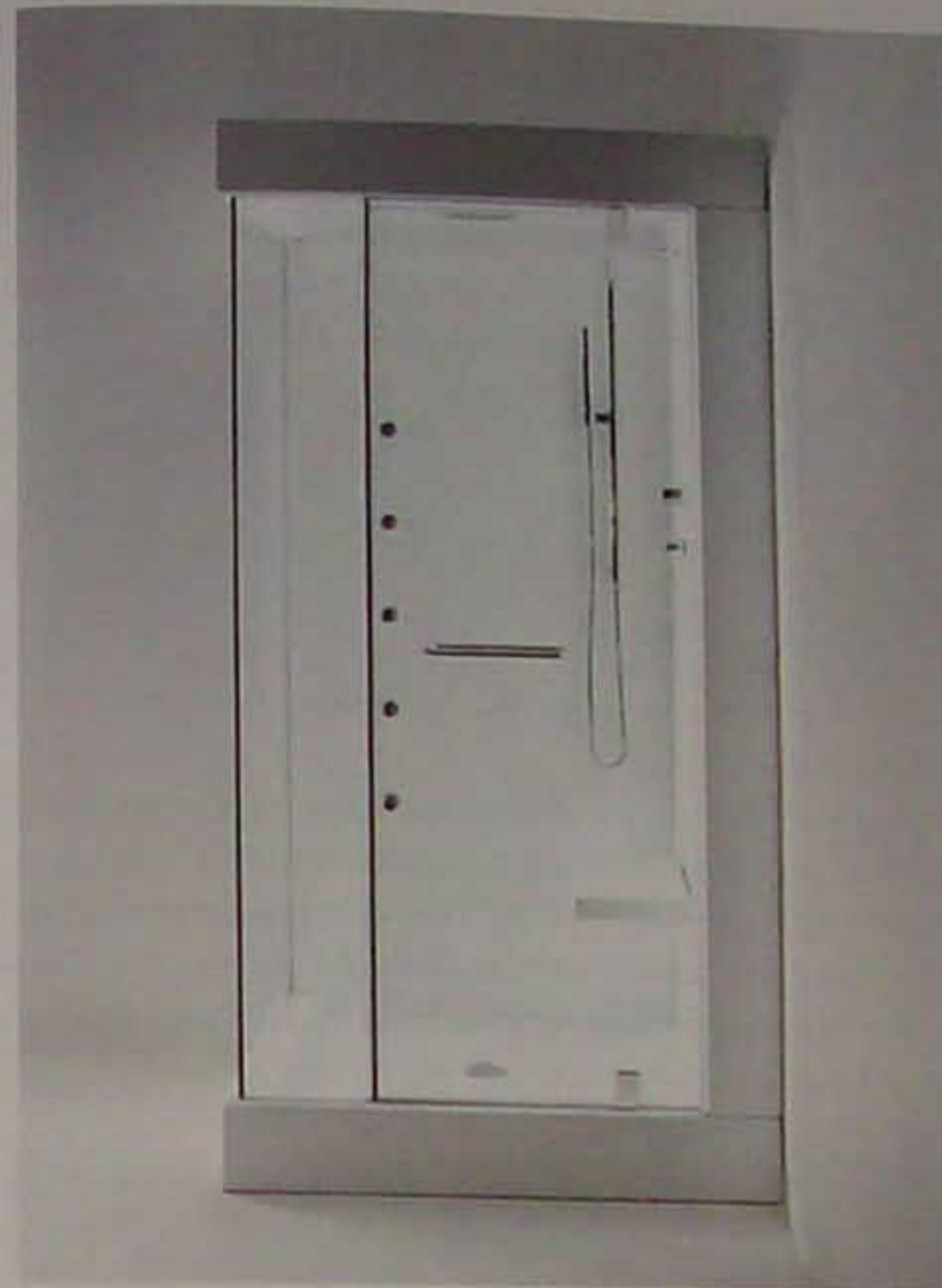
dell'abitare. Oggi il loro studio, notevolmente ampliato e trasferitosi a Milano dalla precedente sede veneta, lavora con numerose aziende tra cui Crassevig, Schiffini, Pierantonio Bonacina, Foscarini, Liv'it, Moroso, Orizzonti, Poltrona Frau, Lema, Salviati, Sawaya & Moroni, Tisettanta, Ycamì e Zanotta. Ma è nel settore ceramica e bagno che i coniugi Palomba continuano a generare una grande quantità di idee e prodotti, lavorando per Iris, Kos, Zucchetti, Tubes, Bisazza, Dombracht, Flaminia, Hoesch, Laufen, Rapsel, Tubes. Il loro lavoro spazia dal disegno dei

## Best-sellers' designers

Meeting with Ludovica and Roberto Palomba, by Virginio Briatore



Architects and designers, Ludovica Serafini and Roberto Palomba, have been working together since 1994, or rather, since they founded the firm Palomba Serafini Associati after graduating from the University of Rome. Towards the end of the 1990s, some of their ideas helped to turn around bathroom furnishing and some of their products obtained extraordinary praise from the critics and success in sales. Thrown into the limelight by these good performances, with attention from the media and entrepreneurs, they rapidly extended their sphere of activities to other sectors of the home. Today their firm has expanded greatly, moving to Milan from its previous location in Venice, and works with numerous companies, amongst which Crassevig, Schiffini, Pierantonio Bonacina, Foscarini, Liv'it, Moroso, Orizzonti, Poltrona Frau, Lema, Salviati, Sawaya & Moroni, Tisettanta, Ycamì and Zanotta. But it is in the ceramics and bathroom sector that the Palomba man and wife team continues to generate a great quantity of ideas and products, working for Iris, Kos, Zucchetti, Tubes, Bisazza, Dombracht, Flaminia, Hoesch, Laufen, Rapsel and Tubes. Their work ranges from product design to design management and the company's overall art direction: its products, catalogues, communication and stands. They do not hide their very precise philosophy: "Our goal is to create recognisable products that are friendly to the eye, innovative in shape but are also meaningful in terms of design and culture. Products that must improve on what is already available on the market. In order to achieve such demanding results, we need to carry out research, studies and have a



1 e 2: vasca "Geo 180" (quella rotonda) e "Geo Soft", entrambe di Kos, montabili filo-piano o a incasso.  
3. Sempre di Kos, box doccia multifunzione "Atollo", versione free standing.  
4. "Melting Basins" per Rapsel, collezione di lavabi sospesi, anche in versione free standing, in essenza di palissando e dettagli in pietra.  
5. Bacinella "08" per Laufen, in ceramica, dalla forma morbida e al contempo geometrica.

1, 2: "Geo 180" (round one) and "Geo Soft", by Kos, to be installed either flush-ground or built-in.  
3. Again by Kos, the "Atollo" multifunctional shower box, here in the free-standing version.  
4. "Melting Basins", by Rapsel, collection of wall or free standing sinks, made of rosewood with stone details.  
5. "08" basin, Laufen, ceramics, by the smooth and at the same time geometrical shape.

strong relationship with companies. Indeed, often the best results come about from long and intense exchanges with our clients. What we want to do is create a timeless design, that is not subject to fashions or trends, is easy to understand and sells well and for a long time." We met them in the new Milanese office which is a reflection of the 'home street' or 'shop' life style of Renaissance artists and craftsmen. The premises consists of a two-floor building with courtyard, where the ground floor is dedicated to work, and the first floor to the home. The building, which has been completely renovated to meet the new requirements, has a large open space inside reaching from the floor to the roof, with the private home looking onto the bustling workshop as if it had its square or courtyard.

When did the epoch-making change take place in the bathroom sector?

Interest in this sector ripened 15 years ago in German companies in particular, also thanks to personalities outside the sector such as Philippe Stark or Dieter Sieger. In Italy, companies such as Rapsel and then Boffi and Agape acted as pioneers, breaking the taboo of mass-production fittings. And

prodotti, al design management, all'art direction completa dell'azienda: prodotto, catalogo, comunicazione, stand. La loro filosofia è precisa e dichiarata: "Il nostro obiettivo è creare prodotti riconoscibili, esteticamente amichevoli, innovativi nelle forme ma anche nei significati tipologici e culturali.

Prodotti che devono contenere un miglioramento in relazione a ciò che già esiste sul mercato. Per raggiungere risultati così impegnativi servono ricerche, studi e una forte relazione con le aziende, spesso infatti i risultati migliori nascono da lunghe e intense esperienze di scambio con i clienti. Il nostro desiderio è creare un design senza tempo, non sottomesso a mode o trend, facile da capire, che venda bene e per lungo tempo."

Li abbiamo incontrati nel loro nuovo studio milanese che ricorda il 'life style' degli artisti e degli artigiani rinascimentali di 'casa e bottega'. La loro sede infatti occupa una palazzina con cortile: al piano terra si lavora, al piano superiore si vive. L'edificio, interamente ristrutturato per le nuove esigenze, ha un grande vuoto interno a tutta altezza, terra cielo, da cui la parte privata si affaccia verso l'animato studio come su di una piazza o su una corte.

Quando si è verificato il cambiamento epocale nel settore bagno? L'interesse è maturato 15 anni fa in particolare nelle aziende tedesche, grazie anche a personaggi fuori dal settore quali Philippe Stark o Dieter Sieger. In Italia aziende come Rapsel e poi Boffi e Agape hanno fatto da pioniere, infrangendo il tabù della grande serie. L'attenzione vera si è mossa 10 anni fa, partendo magari dagli accessori, da piccoli arredi e comunque da una voglia di qualità nuova, forte.





6. Il lavabo "01" per Laufen premiato nel 2005 con un Red Dot e a Design Plus della Fiera di Francoforte.  
 7. "Square", dalla collezione "elements" di Tubes, è una piastra di acciaio riscaldante, di soli 22 mm di spessore, che racchiude un modulo in alluminio che distribuisce il calore uniformemente su tutta la superficie radiante.  
 8. Radiatore "TBT", sempre dalla collezione "elements" di Tubes, è costituito da un tubo in ottone cromato, diametro 7 cm, che al suo interno alloggia un circuito che permette la circolazione di acqua calda o, eventualmente, l'inserimento di una speciale resistenza elettrica.

6. The "01" basin by Laufen, awarded in 2005 with a Red Dot and at Frankfurt-Messe Design Plus.  
 7. "Square", from the "elements" collection by Tubes, is a plate of warming steel, 22 mm thick only, which holds inside a special piece of aluminium. This spreads the heat in a uniform way to all the radiant surfaces.  
 8. "TBT" radiator, from the "elements" collection by Tubes.

**Voi come e perché siete entrati nel settore?**

Perché ci siamo accorti che c'era un buco, un enorme vuoto progettuale!



Il nostro lavoro è quello che ha generato un cambiamento: noi abbiamo destrutturato il bagno, lo abbiamo trattato come se fosse una parte qualunque della casa, dando ad ogni oggetto una sua dignità autonoma e non legata alla linea complessiva. Abbiamo fatto accettare il fatto che un lavandino può essere squadrato e andare benissimo con un wc tondo!

**Quale è oggi il rapporto fra il bagno e gli altri ambienti?**

A parte gli esempi eclatanti che si vedono sulle riviste il bagno è rimasto piccolo; però è cambiato il taglio architettonico, non più relegato negli spazi di risulta tra zona notte e zona giorno.

Gli elementi free standing hanno liberato le pareti, in particolare nelle ristrutturazioni.

Ad esempio si sta togliendo la porta fra il bagno e la camera da letto, perché il bagno di oggi profuma, rallegra, rilassa e le funzioni sono ben separate.

**Quali sono i materiali che hanno innovato o che si confermano antichissimi e insostituibili?**

La grande novità è stata seguire re-

then the sector really grabbed the attention 10 years ago, with its accessories, small fittings and a desire to create a strong, new quality level.

**How and why did you get into this sector?**

Because we realised there was a gap, an enormous cleft in design! Our work is what generated a change: we de-constructed the bathroom, we treated it as if it were any old part of the home, giving each object its own independent dignity, separate from the overall line. Thanks to us, people have accepted that a washbasin can be square and go perfectly with a round toilet!

**What relationship does the bathroom have with the other rooms today?**

Apart from the sensational examples you see in magazines, the bathroom is still a small environment. However, the architectural style has changed. It is no longer relegated to the leftover area between the sleeping and living areas. Free-standing pieces have freed the walls, in particular in renovations. For example, we are doing away with the



9. Rubinetti della collezione "Par".  
 10. Soffione doccia dalla collezione "Soft". Entrambi di Zucchetti.  
 9. Taps from the "Par" collection.  
 10. Showerhead from the "Soft" collection. Both by Zucchetti.

door between the bathroom and bedroom, because today's bathroom is scented, cheerful, relaxing and the functions are clearly separated.

**Which materials have brought about innovation, and which have proved to be irreplaceable?**

The big new thing has been to follow different rules, with more innovation on the market than in the product. And so the role of the bathroom has been enhanced, and precious materials such as wood and glass have also made an appearance.

And the architecture, in terms of the ceramic decorations, has changed a lot, and started simulating some materials such as wood, stone and animal skins.

**Can energy saving, water consumption and true well-being be kept separate?**

We make bathtubs that need 600 litres of water, but they are not the objects built in small numbers.

We also design mass-produced, ergonomically shaped baths that are filled up with only the water needed to cover the body. Our taps also have new features to regulate the flow of water, but where water really goes to waste is in agriculture and industry, not when you're brushing your teeth! Water is a political problem that does not depend on companies but education and ecological laws that must be made by governments.

**What is luxury? Why should a bathroom cost 50,000 euros?**

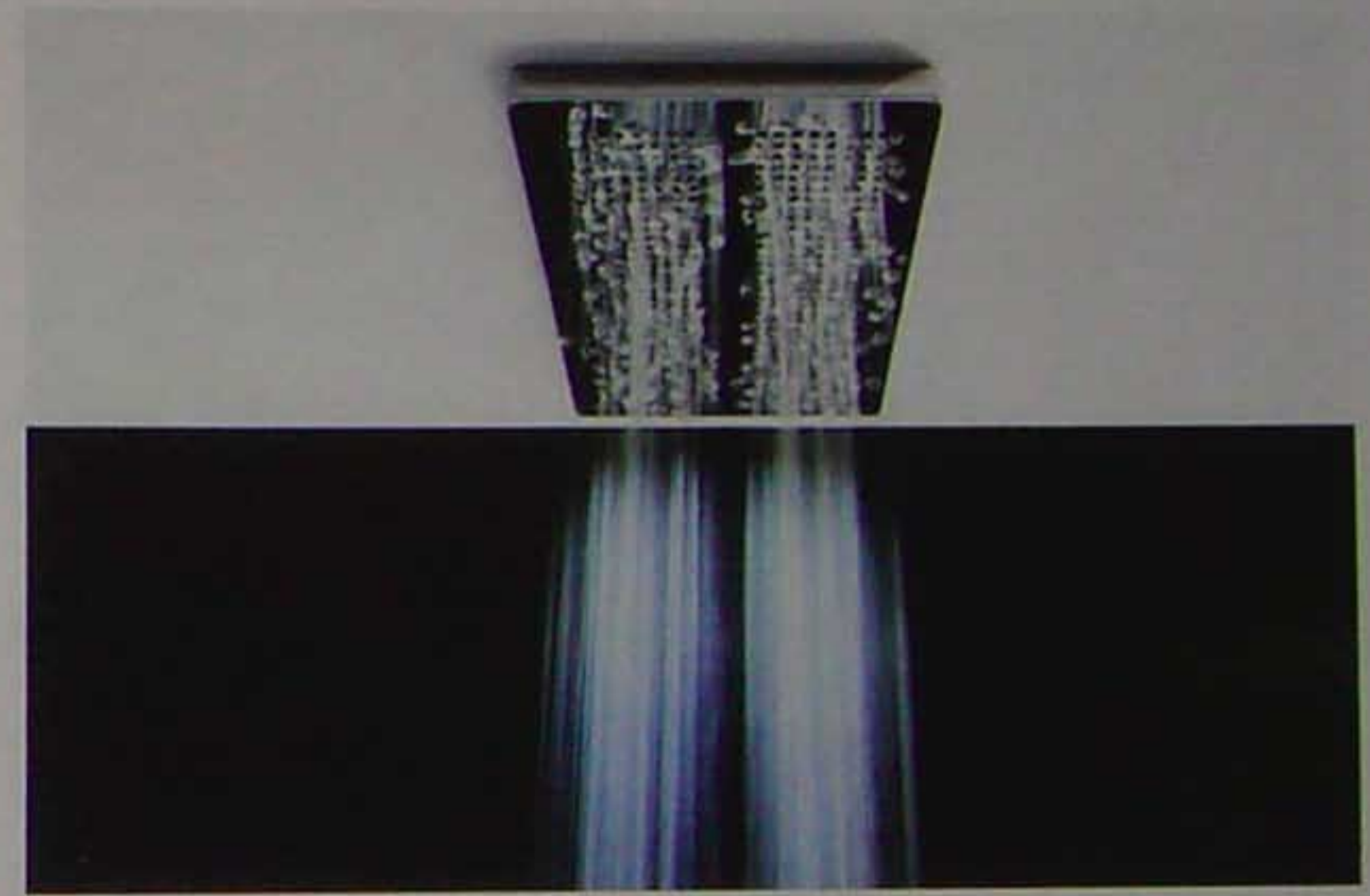
Every person has his own idea of luxury. If we're talking bathrooms, let's say that we don't believe in large, open, cold rooms or in a bathtub in the bedroom.

We like big tubs in small spaces. We like cosiness. Like the rest of the house, the bathroom aims for the top, but today you don't have to spend a lot to have a beautiful bathroom; this is because we want to be designers and not editors. We think that design is linked to large-scale production and therefore to democratic figures.

Of course, we need sought-after objects, highly communicative designs that are produced in thousands rather than millions, which of course are a bit expensive; but then the values must be transferred into objects which, like most of our bathroom fittings, are sold in millions at acceptable prices.

gole diverse: più innovazione di mercato che di prodotto.

Per cui il bagno è diventato un ambiente meglio valorizzato, dove compaiono anche materiali pregiati quali il legno e il vetro. Anche l'ar-



chitettura, nel senso dei rivestimenti ceramici, è cambiata molto simulando alcuni materiali quali legno, pietra e dermi animaleschi.

**Il risparmio energetico, i consumi d'acqua e il benessere vero, possono essere disgiunti?**

Noi facciamo vasche che necessitano di 600 litri d'acqua, ma sono oggetti totemici, costruiti in piccole serie.

Disegniamo anche vasche industriali tagliate ergonomicamente per riempirsi solo con l'acqua che serve a coprire il corpo.

Così anche nei rubinetti ci sono attenzioni nuove che regolano i flussi. Ma il consumo d'acqua tragico è

nell'agricoltura e nell'industria, non nello spazzolino da denti! L'acqua è un problema politico, non dipende dalle aziende, ma dall'educazione e dalle leggi ecologiche che devono essere fatte dai governi.

**Che cosa è il lusso? Perché un bagno deve costare 50.000 euro?**

Ognuno ha la sua opinione del lusso, se parliamo di bagni diciamo che noi non crediamo nelle grandi stanze aperte e fredde o nella vasca sistemata in camera da letto, a

noi piacciono vasche grandi in spazi piccoli. Ci piace l'intimità. Il bagno si è allineato verso l'alto, come il resto della casa, ma oggi si può anche avere un bel bagno spendendo poco; per questo noi vogliamo essere designer e non editori.

Pensiamo che il design sia legato alla grande produzione e quindi a delle quotazioni democratiche.

Certo servono oggetti di ricerca, progetti ad alta comunicazione di cui si tirano poche migliaia di esemplari, necessariamente un po' costosi, ma poi i valori devono trasferirsi in oggetti, come la maggior parte dei nostri sanitari e lavandini, che si vendono in milioni di pezzi a costi accettabili.