



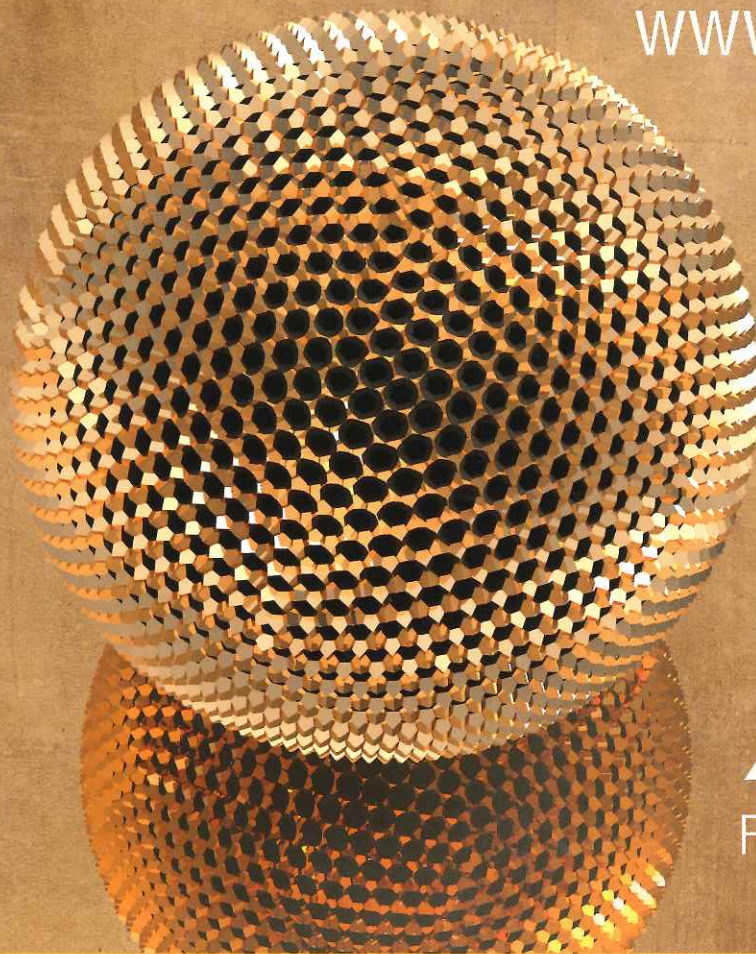
Nº 103 2018
18€

im

INSTALACIÓN Y MONTAJE
EN COCINAS Y BAÑOS

INSPIRING IDEAS

www.alvic.com



LUXE BY ALVIC CUZCO ROYAL GOLD

ALVIC

Feel the innovation



COCINAS:

Mueble italiano
para la nueva
generación

6



COCINAS:

Elegancia y
versatilidad
para el fregadero
del 2018

20



BAÑOS:

La grifería,
marcando estilo

54



BAÑOS:

Calentando
motores para
Cevisama 2018

94



COCINAS

MUEBLE ITALIANO

- 6 Mueble italiano para la nueva generación
- 10 Scavolini: "Belleza, clase y diseño se funden para mejorar la cocina"
- 12 Veneta: "Cosy Home es la colección que interpreta la moderna tendencia de disfrutar del hogar"
- 14 Aran Cucine: "La investigación y el diseño son ideas en movimiento, pensamientos en evolución"
- 16 La inteligencia artificial llega a la cocina con Pedini
- 18 Euromobil: Know how tecnológico y artesanal para crear cocinas que son obras de arte

FREGADEROS

- 20 Elegancia y versatilidad para el fregadero del 2018
- 24 Novedades

FABRICANTES

- 26 Maurici de Pedro crea su propia agencia de representación
- 32 Tecnomak: "Maderalia sigue siendo la feria de referencia de nuestro sector"
- 34 Senssia apuesta por el futuro y la personalización con el software de visualización TeoLive
- 38 "Grass aporta la tendencia innovadora de diseño y distribución"

PROYECTOS

- 40 Shed, Architecture & Design: Montañas por un lado, rascacielos por el otro

COMUNIDADES

- 46 Cataluña, Comunidad Valenciana y Baleares moderarán su crecimiento en 2018

GRIFERÍA

- 54 La grifería, marcando estilo
- 60 Griferías termostáticas, un lujo al alcance de todos
- 64 Novedades

MUEBLE DE BAÑO Y HERRAJES

- 68 Colores pastel, metal y mucha naturaleza
- 64 Novedades

FABRICANTES

- 82 In-Wash®Roca, un nuevo estándar de higiene en inodoros
- 86 DeKauri, el tocador de baño que Dekton ha presentado en la feria KBIS
- 90 Grandform lanza la nueva gama de paneles de ducha Kinewall
- 92 "Hansgrohe es sinónimo de calidad, diseño, sostenibilidad y tradición"

FERIAS Y EVENTOS

- 94 Calentando motores para Cevisama 2018
- 96 FIMMA-Maderalia la feria que el sector espera

BAÑOS

precede. En Italia nace el diseño, en Italia la innovación se siente en casa. Por eso, para entender el mueble de cocina que las compañías italianas proponen para el 2018, deberemos comprender qué reclaman los *millennials*.

Muebles adaptables

Para comenzar, según el estudio "Mercado Italiano del Mueble-millennial versus adulto" de Pambianco, en colaboración con la asociación Federlegnoarredo, la nueva generación, al contrario de su antecesora, no busca un mueble para toda la vida. Más bien quiere muebles adaptables, que permitan cambiar el aspecto de la cocina con facilidad.

De hecho, los *millennials* italianos encuestados confesaron que disfrutaban variando los complementos de la decoración de su hogar según las estaciones del año, lo que prueba su gusto por los detalles y por la personalización.

Precisamente es la personalización, o la individualización de la cocina otra de las grandes preferencias de los nuevos compradores. Las firmas del sector de la cocina ya llevan tiempo enfocadas hacia la fabricación de muebles con distintas opciones de acabados, y es algo en lo que se seguirá trabajando en el futuro.

Las empresas italianas tienen una ventaja muy importante en este sentido frente a sus competidores alemanes: el gusto delicado y el *savoir-faire* de sus artesanos, algo que nunca han querido perder y en lo que han basado gran parte de su atractivo.

La artesanía es algo muy valorado por los compradores más jóvenes, que huyen de la homogeneización y buscan objetos muy personales, quizás hartos de la cultura de las grandes marcas de los últimos tiempos.

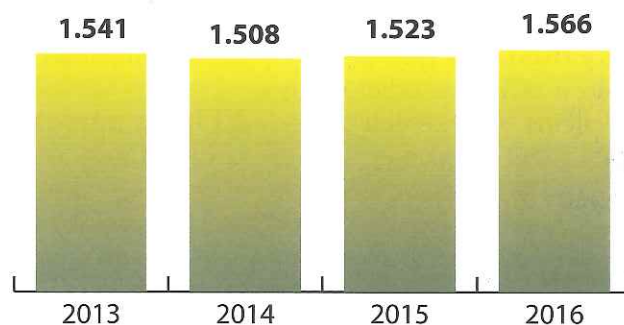
Mix and match

Otra de las características de los gustos del *millennial* es el llamado *mix and match*, es decir, la capacidad de mezclar colores, texturas, estilos, e incluso objetos de más valor con otros de menos valor.

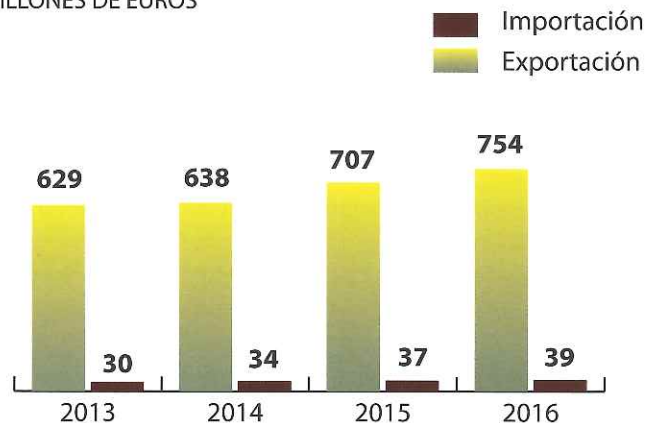
Así, en las cocinas *millennial* podremos encontrar estilos modernos, como el minimalista, pero con toques especiales logrados con objetos con un significado personal o antigüedades, por ejemplo.

En este sentido, la sensibilidad estética por la que se conoce el diseño italiano a nivel mundial es de gran valor, y puede marcar la diferencia entre una cocina con estilo y una mezcla sin sentido de piezas inconexas.

MERCADO DE COCINAS EN ITALIA. VENTAS MILLONES DE EUROS



EXPORTACIÓN - IMPORTACIÓN MILLONES DE EUROS



La artesanía es algo muy valorado por los compradores más jóvenes, que huyen de la homogeneización y buscan objetos muy personales



>> Scavolini

Por otro lado, si hay algo que no faltará en una cocina *millennial* eso es la tecnología. La generación que ha vivido su adolescencia y su primera edad adulta conectada, viendo cómo la tecnología mejoraba año a año, no puede prescindir ya de ella. Es por ello que las cocinas del futuro están dotadas con todo tipo de conexiones y que la domótica – ese concepto que quiso entrar con fuerza justo antes de que la crisis económica que tanto ha azotado a Europa, y a Italia especialmente, le obligara a quedarse en *stand by* durante prácticamente

“Belleza, clase y diseño se funden para mejorar la cocina”



Scavolini apuesta por Carattere, un modelo capaz de seducir a un público internacional interesado por las líneas más esenciales pero que no desea renunciar ni a la sofisticación ni a la funcionalidad.

Carattere es el nombre que el gigante Scavolini ha dado a su nuevo proyecto, una cocina modular pensada tanto para los espacios reducidos como para los ambientes de grandes dimensiones. Así es como Carattere conquista a compradores de todo tipo, de toda edad, de toda procedencia demográfica. El estilo italiano es, de por sí, un lujo al que aspiran muchos. Sinónimo de belleza y de exquisitez, el *made in Italy* es una gran baza compartida por las compañías del país a la hora de convencer a clientes de todo el mundo. El nombre de Scavolini es otra gran baza.

Scavolini, sinónimo de diseño

Y es que decir Scavolini es decir diseño. Conocidas son las colaboraciones de profesionales de envergadura internacional como Nendo, Ora-ïto, Diesel Creative Team, Giugiaro Design, King&Miranda Design, Karim Rashid y Michael Young con la empresa.

De estas colaboraciones nacen unas cocinas que dan respuesta a las demandas del mercado antes casi de que sean expresadas, ya que captan las señales más imperceptibles y las desarrollan con libertad de creación y sin miedo a la innovación.

Como dicen desde la compañía, *“esta tensión creadora y la libertad proyectual al servicio de los consumidores constituyen la esencia del estudio de Scavolini, en el marco de un laboratorio extremadamente heterogéneo en cuanto a las expresiones del diseño pero acomunado por una fuerte índole experimental”*.

Los millennials a sus pies

No es de extrañar que Scavolini sea una marca querida para la generación más actual, que busca precisamente esta libertad proyectual. En Scavolini, los millennials encuentran una firma que entiende la necesidad de

explorar lenguajes inéditos y dar vida a nuevas tendencias.

Y es que en Scavolini están convencidos de que *“el diseño es una de las armas principales para vencer el reto de la excelencia”*, y lo demuestran con cada una de sus cocinas. Pero no es lo único que convence a los nuevos compradores.

Para ellos, que huyen de la homogenización, la posibilidad de personalizar los espacios es esencial. Cada cocina debe dejar espacio a la imaginación, las necesidades y los gustos de su dueño.

Modelos como Carattere son muy apreciados por esta causa, entre otras. Esta cocina destaca por su modularidad y por contar con numerosos elementos de personalización, desde la amplia campana que puede alinearse con los nuevos muebles altos, las repisas de acero sujetas por tirantes fijados al techo, las traseras luminosas de cristal de intensidad regulable y el armario Switch, ideal para organizar el espacio con la máxima funcionalidad.

Dos versiones, misma elegancia

Además, Carattere está disponible en dos versiones. Por un lado, existe una interpretación más tradicional, caracterizada por el nuevo tirador en el color de la puerta que remarca las dimensiones del bastidor hasta convertirse en un elegante rasgo gráfico, y una versión donde el tirador uñero integrado en la

La cocina Carattere destaca por su modularidad y por contar con numerosos elementos de personalización

puerta con bastidor representa una gran novedad arquitectónica, capaz de amplificar la pura esencia del modelo.

Además, el modelo incluye no sólo puertas con bastidor, sino también puertas disponibles en los mismos colores, para poder favorecer la creación de combinaciones aún más versátiles.

Especial atención a distribución y comunicación

Otro punto fuerte de Scavolini, sobre todo para ganarse a los jóvenes compradores, es su cuidada estrategia de distribución y de comunicación. Con respecto a la primera, la firma cuenta con personal altamente cualificado, profesional y preparado para satisfacer cualquier necesidad del cliente en todos sus puntos de venta, incluidos los Scavolini Stores, centros de cocina especializados y dedicados de manera exclusiva a la producción de Scavolini que sirven a 1000 puntos de ventas distribuidos por todo el territorio nacional.

En cuanto a la comunicación, la compañía es muy consciente de la importancia de su presencia en todos los medios, tanto en los más tradicionales, como la radio, la prensa, la televisión o el cine, como en los más novedosos, como su web y sus perfiles en las redes sociales Facebook, Pinterest, Twitter, LinkedIn y Youtube. En resumen, Scavolini está preparada para seguir marcando el presente y el futuro de la cocina italiana. ■

