



EDITORIALE

SALONE BAGNO 2022. BELLEZZA, BUSINESS E SOSTENIBILITÀ



ELIA VISMARA,
PRESIDENTE ASSOBAGNO
DI FEDERLEGNOARREDO

Che dire. Un Salone del Mobile.Milano al di là di ogni previsione. Sino a qualche giorno prima dell'apertura, l'incertezza del conflitto in Europa che pesava sui visitatori esteri e il timore di una ricaduta della situazione pandemica, ha fatto temere di non vedere la consueta moltitudine di persone all'ingresso di Fiera Milano Rho. Senza dubbio si è lavorato tutti nella stessa direzione, con impegno, passione e con la volontà di realizzare la manifestazione in presenza: dagli organizzatori alle aziende, dalle istituzioni alla città, dai professionisti agli showroom. **Salone del Mobile.Milano che alla sua 60a edizione ha dato ottimi risultati in termini di incontri e di apertura verso nuovi business internazionali**, coinvolgendo la città di Milano nella sua totalità, con showroom e location di grande appeal, dal centro alle periferie. **Una ripartenza in grande stile che, dopo l'esperienza più che positiva del Supersalone dello scorso anno, ha decretato il rilancio internazionale di questo evento fieristico amato in tutto il mondo**, in perfetta connessione con il sistema della città che lo ospita, con oltre 262.000 presenze, di cui il 61% buyer e operatori di settore provenienti dall'estero. Durante la settimana del Salone del Mobile.Milano è giunta la notizia **dell'ammissione di FederlegnoArredo al Global Compact, il più importante programma globale di corporate sustainability, come prima e unica filiera del legno-arredo al mondo**, a testimonianza della forte coerenza tra il Decalogo FLA, realizzato in collaborazione con Fondazione Symbola, e i dieci principi del Global Compact delle Nazioni Unite in materia di diritti umani, lavoro, ambiente, lotta alla corruzione e alle differenze di genere. Percorso di sostenibilità voluto da FederlegnoArredo, per accompagnare le imprese della filiera nella transizione ecologica, con un insieme di progetti concreti e partnership eccellenti, affinché restino competitive sui mercati internazionali. **Il progetto denominato FLA Plus** è stato presentato lo scorso 27 giugno nel corso dell'evento "Impronte sostenibili, rigeneriamo il futuro", nell'ambito dell'Assemblea Annuale della Federazione. **Sostenibilità, una scelta inconfutabile adottata da tempo dalle imprese associate Assobagno di FederlegnoArredo.** Un percorso con investimenti in innovazione, ricerca, certificazioni e progetti specifici per dotare le sedi aziendali di energie rinnovabili e adeguare i processi produttivi per realizzare prodotti di arredobagno di nuova generazione, che alla bellezza del design e all'alta qualità coniugano funzionalità a materiali riciclabili e circolari. Novità che le imprese hanno messo in mostra, in allestimenti altrettanto ricercati ed eleganti, al Salone Internazionale del Bagno, giunto alla sua 8ª edizione. Adesso la sfida più complessa è continuare in questo passaggio epocale e il nostro compito, come associazione, è quello di supportare le imprese nel processo di cambiamento.

Il tempo passa velocemente e dalla costituzione di Assobagno all'interno di FederlegnoArredo sono passati ben 20 anni. Un compleanno significativo anche alla luce dell'importante trasformazione avvenuta dell'ambiente bagno, grazie al capillare lavoro realizzato unitamente a tutte le imprese associate che in questi anni hanno creduto e contribuito alla crescita della nostra associazione, oggi punto di riferimento per il mondo dell'arredobagno Made in Italy. **Per cui abbiamo scelto di far coincidere l'Assemblea Annuale dei soci Assobagno con il festeggiamento dei primi vent'anni della nostra associazione alla tenuta Ca' del Bosco**, in Franciacorta, una fra le più prestigiose aziende vinicole apprezzata in tutto il mondo e riferimento della produzione italiana di vino di alto livello, simbolo di eccellenza del Made in Italy.

ASSOBAGNO



INTERVISTE

Le aziende della ceramica sanitaria fanno parte di un settore energivoro che lavora sulla sostenibilità in un'ottica di sistema, perché nessuna realtà del comparto potrebbe, da sola, cambiare i paradigmi della produzione. Buona progettazione e gestione intelligente dei processi sono da sempre per **COLAVENE** e **AXA** la chiave per ridurre gli sprechi e ottenere un prodotto il più possibile sostenibile. In ogni caso, guardiamo con interesse a progetti territoriali come quello della Regione Lazio con il Consorzio Apea, per favorire la sostenibilità delle imprese. **Qualità di materiali e lavorazioni orientano costantemente le nostre scelte, senza inseguire politiche di prezzo insostenibili. Colore, varietà di gamma e versatilità sono le peculiarità delle novità presentate al Salone Internazionale del Bagno, che sintetizzano la nostra capacità di coniugare ricerca nel design e peculiarità dei materiali, e di anticipare le richieste dei consumatori.** Proposte flessibili sia per le ceramiche sanitarie come per i complementi d'arredo, pensati per arredare con originalità bagni di ogni dimensione come pure altre stanze

della casa. **Colavene** e Axa hanno una presenza complementare sui diversi mercati: più focalizzata in Italia quella di **Colavene**, maggiormente distribuita in Europa, Asia, Australia e Medio Oriente quella di Axa. Anche se puntiamo a riequilibrare questa dislocazione, spingendo l'esportazione per **Colavene** e disegnando una nuova strategia nazionale per Axa, pur tenendo una precisa identità per ogni marchio. Stiamo valutando il mercato USA, visto il grande interesse riscontrato al Salone. Rispetto al caro energia per le nostre aziende sono stati stipulati contratti di fornitura energetica a prezzo bloccato, grazie ai quali riusciamo a contenere le inevitabili oscillazioni dei costi. In uno scenario complesso come quello che stiamo vivendo è difficile prevedere quali evoluzioni ci aspettano, ritengo però che il nostro sia un punto di vista privilegiato. Il Gruppo Colamedici, infatti, ha radici e prospettive solide, che derivano dall'impegno di tutta la nostra famiglia nelle diverse aziende del gruppo. Una presenza corale che nei momenti difficili è indispensabile, per non perdere la bussola e mantenere ben saldi gli obiettivi. ■



CLAUDIA COLAMEDICI,
RESPONSABILE MARKETING
E COMUNICAZIONE
PER COLAVENE E AXA



LUCA RITMONIO,
AD RITMONIO

Da anni **RITMONIO** è impegnata verso una produzione "etica", volta a ridurre al minimo l'inquinamento e l'impatto sull'ecosistema. Dalla selezione dei materiali alla scelta degli imballaggi, la nostra attenzione si concretizza in una costante analisi del sistema produttivo nella sua interezza, con procedure o migliorie atte ad efficientarlo. **L'utilizzo responsabile delle risorse idriche e del risparmio energetico sono esigenze sempre più sentite, anche per la rubinetteria di design, settore dove continua a crescere la richiesta di prodotti evoluti, in grado di coniugare estetica, design e performance.** Peculiarità supportate da certificazioni quali la ISO 14001, a garanzia di una corretta Gestione Ambientale, e dal programma ECO per i prodotti della divisione Bath&Shower (miscelatori lavabo e bidet), con una portata d'acqua inferiore ai 9 l/min, che limita gli sprechi d'acqua e assicura al tempo stesso il massimo comfort di utilizzo per l'utente. Un'offerta distinta da modularità, personalizzazione e innumerevoli finiture, texture e lavorazioni combinabili tra loro per favorire le esigenze dei progettisti

e i gusti del consumatore finale. Dalla rubinetteria agli accessori, fino alla zona shower stiamo lavorando ad una proposta di bagno "total look", coerente e distintiva. Proprio al Salone Internazionale del Mobile.Milano è stata presentata l'evoluzione del nostro progetto più iconico, che ci consentirà di ampliare e diversificare la nostra proposta. Per quanto riguarda l'export, primo mercato di riferimento è quello Europeo, oltre a UAE e Far East. Al momento, il nostro impegno principale è affermarci maggiormente sui mercati europei, dove già abbiamo riscontri positivi. Riteniamo che attualmente sia vincente presentarsi al mercato con soluzioni complete, in cui utente finale e progettista possano apprezzare "la sostanza" del prodotto, oltre che l'estetica. **Prezzo, forma, affidabilità e marchio vanno abbinati ad aspetti come consumi e impatto ambientale nella scelta del prodotto.** Ritmonio ha reso centrali questi temi in ogni fase della progettazione e del ciclo produttivo: questo ci permette di contenere i costi e di dare al mercato soluzioni che rispettano le richieste del consumatore di oggi. ■