



MOBILI: UNA NUOVA PELLE PER LA STANZA DA BAGNO

Realità pioniera nel creare mobili e accessori che arredano l'ambiente bagno e non solo, il Gruppo Artesi negli anni ha saputo rafforzare la propria struttura aziendale con criterio e visione, diventando solido punto di riferimento per progettisti e rivenditori. I tre brand Artesi, Agha e Ardeco, forti delle loro singole identità, oggi garantiscono al mercato un'offerta completa sia sul fronte progettuale sia stilistico, e puntano su un futuro che guarda a un design di qualità.

di Cristina Mandrini e Federica Capoduri

La storia della produzione del Gruppo Artesi corre sul filo di una costante attenzione alle tendenze correnti, all'analisi dei mercati nonché allo studio e alla ricerca di soluzioni innovative. L'approccio di Artesi si fonda sull'equilibrio tra ergonomia e design, intesi come elementi funzionali ed espressione di un'estetica in continua evoluzione.

Il loro punto di forza, del progetto ma anche del loro sapere muovere da precursori, in anticipo rispetto agli altri, è la consapevolezza che la stanza da bagno è, oggi, un ambiente da vivere pienamente ma anche da mostrare, per raccontare scelte ricche di personalità e progettualità.

Da questa idea si sviluppa la traccia dei tre brand, una traccia concreta nel settore bagno che grazie ad esperienze d'arredo come quelle proposte dal Gruppo Artesi ha iniziato a vedere nel "mobile" un

elemento necessario e a valorizzarlo al pari degli altri elementi "fissi" quali il box doccia, i piatti doccia e gli indispensabili accessori.

«La stanza da bagno, sempre più importante all'interno della casa, è il luogo in cui si ricerca un momento di relax e di tranquillità, ma anche il piacere della comodità e dell'ordine - spiega Clara Verardo, AD del Gruppo Artesi - L'attenzione a questa stanza è cresciuta al punto che la sua estetica "total look" a volte arriva a contaminare anche altri spazi della casa, quali il living, la lavanderia, un disimpegno, una camera da letto. Nella visione del Gruppo Artesi, questa voglia di estetica coordinata e armonica diventa concreta e si traduce in sistemi di collegamento tra un ambiente e l'altro, dando al cliente la possibilità, ad esempio, di progettare armadiature ed elementi contenitori utili e belli insieme».



LA STRATEGIA VINCENTE DI UN'OFFERTA A 360°

Il Gruppo Artesi crede molto nel potenziale di un'offerta integrata e coordinata, come dichiara anche Marco De Zan, Responsabile Commerciale del Gruppo Artesi: "Effettivamente siamo stati i primi a proporre questa modalità di arredobagno. Abbiamo capito che al consumatore piace il fatto di abbinare mobili, box doccia, accessori, e per il rivenditore questo approccio rappresenta una grande opportunità commerciale. Nel nostro mercato, siamo in pochi ad avere una ricca produzione di tutti questi prodotti, pensati e progettati ogni volta con una visione di insieme e non per singolo elemento". E aggiunge Clara Verardo "Il vantaggio di lavorare con noi è proprio questo: attenzione all'organizzazione dello spazio con soluzioni intelligenti e facilmente adattabili ad ogni ambiente; prodotti di qualità e ad alto coefficiente di sostenibilità; prodotti ricercati, capaci di dettare nuovi gusti e creare ambienti esclusivi alla portata di tutti".

IL PIACERE DI... PROLUNGARE

Un taglio stilistico di arredamento da bagno capace di prolungarsi anche in altre stanze, sia dal punto di vista progettuale sia estetico, è una scelta aziendale strategica, una proiezione verso il futuro del Gruppo Artesi.



«È una tipologia di offerta in cui abbiamo creduto da subito e su cui abbiamo investito molto. Panso alla collezione Passepartout che, come dice il nome stesso, è in grado di arredare e adattarsi a tutti gli ambienti della casa, a partire dalla stanza da bagno. Si tratta di un sistema di contenitori e elementi modulari di varie misure e altezze, declinabile in varie forme, dalla lavanderia alla parete attrezzata per un corridoio. Ciò che rende particolare Passepartout, rispetto a proposte simili dei nostri competitor, è il catalogo che contiene sia la composizione standard sia quella più ricercata e dettagliata».

In alto la collezione Ardeco Capsule, firmata (da sinistra) da Enrico Cesana, Carlo Trevisani e Odo Fioravanti. Sotto, il box doccia Roller (by Agha) e modulii Passepartout (by Artesi). Nella pagina di apertura: modello Slide by Artesi

Clara Verardo, AD Gruppo Artesi



NUOVE STRATEGIE DAL MONDO DEL DESIGN

«Fare sviluppo del prodotto è per noi una missione continua che, in questo momento, abbiamo affidato soprattutto al brand Ardeco - spiega Clara Verardo - a cui stiamo dando una nuova veste, grazie anche alla collaborazione di professionisti del design industriale come Odo Fioravanti, Carlo Trevisani e Enrico Cesana, che è anche coordinatore del progetto Ardeco Capsule, presentato lo scorso anno a Cersaie. Un caleidoscopio di progetti che unisce colore, qualità, ottimi materiali, estetica e innovazione. "Una dichiarazione di stile in equilibrio perfetto tra praticità e estetica" strilla il claim del progetto. ■