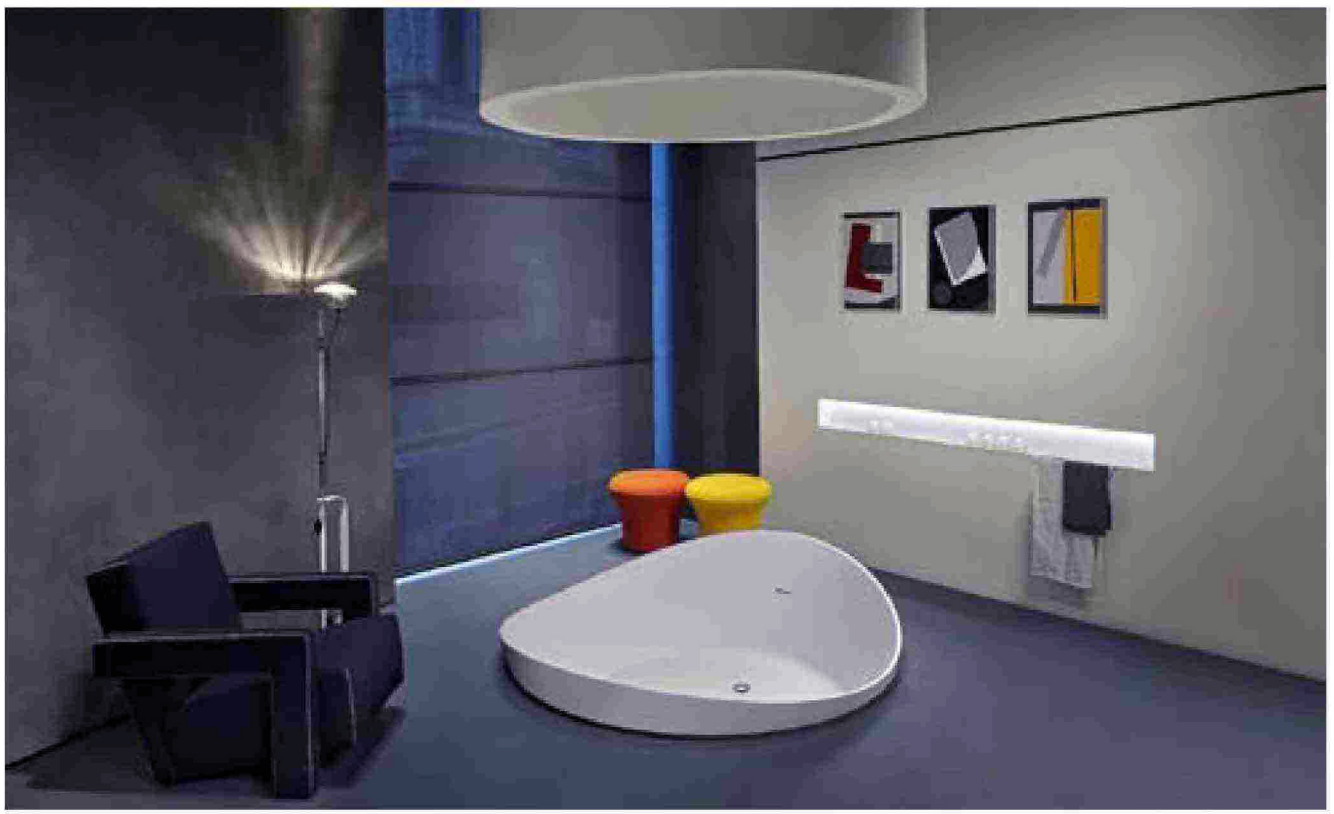
Il LIVING entra in bagno



di *Milena Bello*

NEL 2017 LE VENDITE IN ITALIA DI ARREDO-BAGNO SONO CRESCIUTE GRAZIE ALLE RISTRUTTURAZIONI. MA IL SETTORE HA DAVANTI DIVERSE CARTE DA GIOCARE. STRATEGIE CUSTOM MADE, TECNOLOGIA E APERTURA ALL'ESTERO SONO LE PRINCIPALI. IN ATTESA DELL'AVVIO DELLA DIGITALIZZAZIONE.

Secondo una recente indagine della società di ricerche **Gsk**, il bagno è una delle stanze più vissute della casa. Lì in media si trascorrono quasi sei ore a settimana. Il dato non sorprende in effetti. Da tempo quella che era considerata la Cenerentola della casa, la stanza più intima e considerata uno spazio di servizio è diventata un'oasi del benessere. Qualcuno addirittura sostiene che il bagno è il nuovo living. Le iperboli lasciano spesso il tempo che trovano ma i dati sono quelli che confermano con i fatti questo trend. Nel 2017, sottolinea **Assobagno**, l'associazione in seno a **FederlegnoArredo** che riunisce 165 aziende del settore, il mercato interno ha ripreso ulteriore vigore, soprattutto per rubinetti, accessori e termoarredi, mettendo segno una crescita dell'1,5 per cento. Un fattore rilevante è legato alle manutenzioni residenziali che, anche grazie alla presenza del bonus ristrutturazioni, ha generato una crescita di + 0,5% del numero di interventi nel settore privato. "Il trend sta proseguendo anche nel 2018", ha dichiarato a *Pambianco Design* **Paolo Pastorino** AD **Deltacalor** e presidente Assobagno.