

TENDENCIAS EN MAMPARAS DE DUCHA 23-24



PROFILTEK

P

PROFILTEK P

ÍNDICE

Tendencia 1:
Optimistic Expression

Tendencia 2:
Wellness Spa

Tendencia 3:
Living Spaces

Tendencia 4:
Emotional Luxury

Tendencia 5:
Bold & Graphic



PROFILTEK

LA MARCA DE
REFERENCIA EN
MAMPARAS DE BAÑO

PROFILTEK P

El hábitat está en continua evolución. Las ciudades, los espacios públicos, las casas... todo se mantiene en un movimiento constante que es necesario observar para comprender. En los últimos años se han modificado de forma notable las prioridades de las personas.

El hogar ha sido el centro de nuestras vidas por un largo periodo y ha posibilitado que se incremente la importancia individual otorgada al espacio privado. Paralelamente, la apuesta por la salud y el bienestar personal y colectivo se sitúan como una necesidad indiscutible.



“La tecnología ha dado un salto cualitativo y se ha incorporado de forma activa en los hogares”

La tecnología ha dado un salto cualitativo y se ha incorporado de forma activa en los hogares formando parte de nuestro día a día. De igual manera la preocupación por el entorno (sostenibilidad, economía circular, etc.) son valores en auge que aplican a las actitudes vitales y se proyectan hacia los objetos.

“Conocer al consumidor, estar al tanto de los cambios...”



En Profiltek, conocer al consumidor, estar al tanto de los cambios y aplicarlos en la evolución de nuestros diseños, nuestros productos, nuestros proyectos, e incluso nuestra estrategia empresarial, es parte de nuestra esencia y de los que hace que hoy podamos ofrecer una versatilidad imparables en nuestras mamparas de ducha.



Nuestro propósito de este book inspiracional es comprender al usuario en su conjunto para generar productos de forma consciente, dando contexto a los productos, y sentido a las innovaciones.

OPTIMISTIC EXPRESSION

TENDENCIA 1

CALEIDOSCOPIO LÚDICO:

Es una tendencia vinculada al **placer de sentirse bien y disfrutar del tiempo para el ocio**. Se proponen productos llamativos, cargados de personalidad, donde el color es una herramienta clave.



Se potencia el color, se personaliza el producto, adaptándolo al deseo de sentirse bien y disfrutar.

Fuente: X-Ray - Alain Gilles



El espacio transmite pasión, mediante el diseño de combinaciones a medida, con el color como protagonista para dar una nueva vida a los diseños más clásicos y crear ambientes optimistas llenos de expresión que logran despertar las emociones en los usuarios.

Fuente: Virginia Gasch, estudio VG Living.



*“El material textu-
rizado genera una
doble dimensión
para el usuario”*

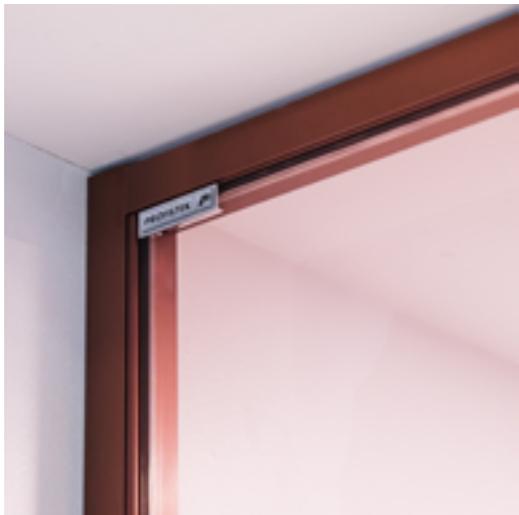
*“Ambientes
optimistas llenos
de expresión”*



El material texturizado genera una doble dimensión para el usuario: el entorno inmediato se transforma de manera sutil, empleando técnicas que logran despertar las emociones, las cuales rozan en muchos casos el límite entre lo imaginario y lo real.

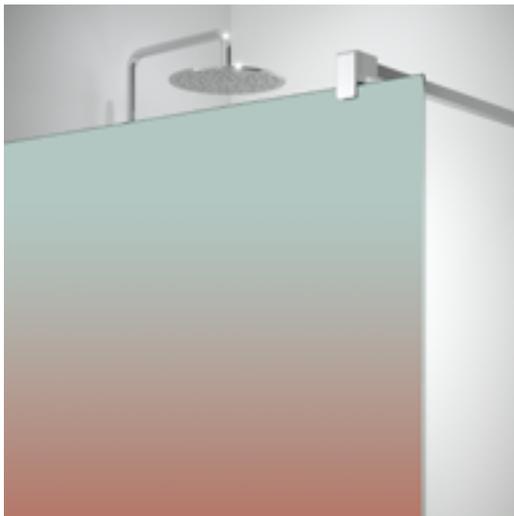


Las masas de color brillantes se aplican en degradados o planos, generando un efecto de explosión de fuerza y luminosidad.



*“Explosión
de fuerza y
luminosidad”*

*“Un caleidoscopio
emocional que
recoge todas las
posibilidades
creativas
imaginables.”*



La experiencia del baño se convierte en diversión: es una expresión de la propia creatividad; una reafirmación de la personalidad y ganas de compartirla con el resto del mundo.



Ambiente Optimistic Expression



Ambiente Optimistic Expression:
FN2001- Perfilería aluminio acabado
Cobre - Vidrio texturizado lineal - Plato
Daray color blanco.

El usuario puede personalizar el producto para adaptarlo a su personalidad y al deseo de proyectar emociones positivas.

WELLNESS SPA

TENDENCIA 2

BIENESTAR HOLÍSTICO:

La demanda de la sociedad se inclina por una oferta y un ecosistema claros que ayuden al individuo a desarrollar su vida mejor y más equilibrada. Los patrones de existencia han cambiado y las personas quieren dedicarse tiempo de calidad, para sentirse saludables y encontrarse bien.



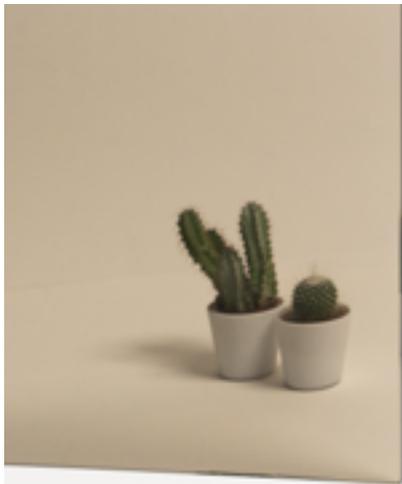
El hogar se convierte en el centro para el bienestar personal. Ambientes de tranquilidad y reflexión que recargan y mejoran el estado de ánimo. Un templo de tranquilidad para conseguir tener intimidad, recargar energía, sin reparar en el tiempo que nos lleve la desconexión. Encender el interruptor de la simplicidad y el sosiego, desconectando para volver a conectarse.

Fuente: JorgensenDesign - NapaHouse

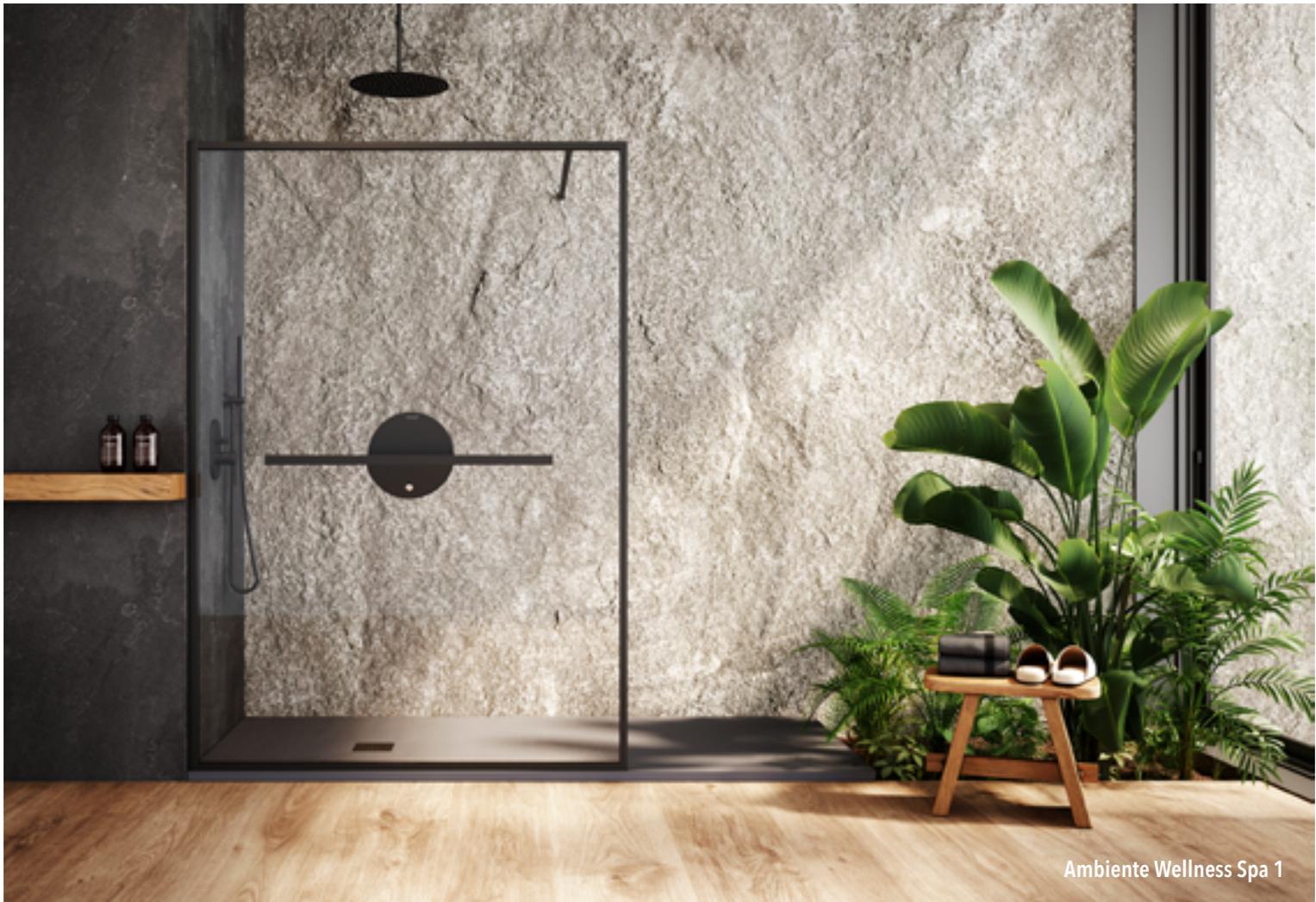


Productos y diseños redondeados que facilitan la relajación y la toma de conciencia del momento. Ambientes íntimos y seguros orientados al bienestar holístico del usuario.

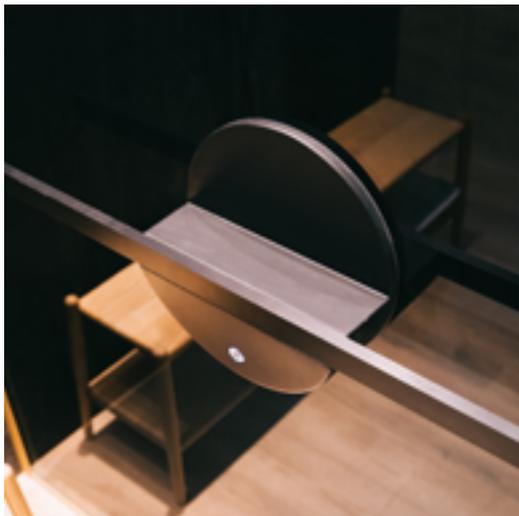
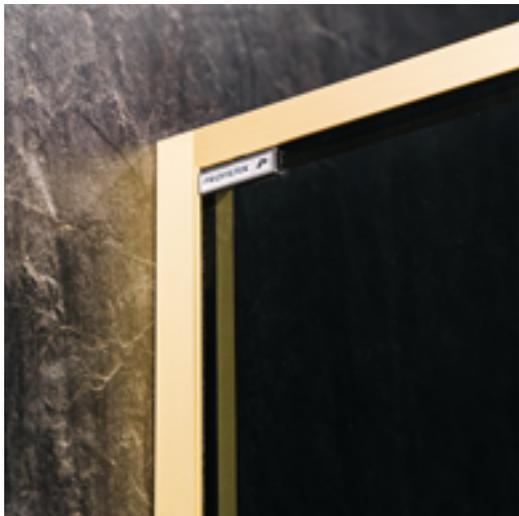
Fuente: Arena and Bolonia. ISIMAR.



Espacios cálidos, suaves y elegantes que envuelven y reconfortan cuerpo y mente. La iluminación, el sonido, los aromas y la naturaleza están orientados a la relajación de los sentidos, y a alcanzar una sensación de plenitud en el interior de tu hogar.



Ambiente Wellness Spa 1



Ambiente Wellness Spa 1:

FN2001 Sound Panel- Perfilería aluminio
acabado Negro - Vidrio Transparente -
Plato Zenda color antracita.

*“Un templo de
tranquilidad para
conseguir tener
intimidad, recargar
energía.”*



Ambiente Wellness Spa 2:



Ambiente Wellness Spa 2:

FN2001 Sound Panel- Perfilera aluminio acabado Blanco Mate - Vidrio Transparente con imagik decorado color Tierra - Plato Isla color blanco.

*“Armonía, sencillez
y suavidad frente
a la estridencia del
día a día.”*

LIVING SPACES

TENDENCIA 3

ESPACIOS POLIVALENTES:

El tiempo que pasamos en el hogar ha ganado importancia cuantitativa y cualitativa. Así, necesitamos adaptarlos al compaginar el trabajo en casa con el tiempo familiar y el espacio, que es limitado, se ajusta a las necesidades y usos familiares.



El hogar se modifica según las circunstancias del momento, convirtiéndose a veces en una simulación de una tienda pop-up. El espacio gana en versatilidad, adaptándose a los habitantes y a sus necesidades puntuales.

Fuente: DEDON BRIXX Kollektion



Conceptos como la flexibilidad y la modularidad se sitúan en el centro al transformar los espacios y aportar una sensación de protección y confort. La forma sigue a la solución. El diseño está orientado a optimizar la funcionalidad. El producto práctico y multifuncional que se convierte para satisfacer cualquier necesidad y aportar soluciones para cada uno de los miembros del hogar.

Fuente: Cloverleaf - Verpan.



“Flexibilidad y modularidad”



Se diseñan productos en los que la forma sigue a la solución, ya que los límites del espacio tienen que ser compatibles con el abanico de posibilidades que hay que satisfacer: productos que son navajas suizas. El diseño de los mismos, pues, está destinado a optimizar la funcionalidad.

La consecuencia es una gama de producto práctico y multifuncional que se convierte, adaptándose para que todos los miembros del hogar consigan su propia solución.





Ambiente Living Spaces:

NG210 - Acabado Cromo - Vidrio espejo

Mirastar - Pomo Oslo.

*“Armonía, sencillez
y suavidad frente
a la estridencia del
día a día.”*

EMOTIONAL LUXURY

TENDENCIA 4

LUJO SILENCIOSO:

El lujo se presenta ante el público renovando su concepto, cada vez más cercano a los valores de sostenibilidad y eficiencia, aunque sin abandonar su carga estética vinculada al arte y a los materiales premium.

Fuente: SPAN - Salvatori.



PROFILTEK P

Con esta tendencia se decoran interiores con personalidad gracias a productos cotidianos con acabados perfectos, rebosantes de detalles inspirados y definidos.

Es el reflejo de un estilo de vida exclusivo pero también muy relacionado con el placer de estar en casa y abrirse al mundo a través de la red.

La proyección del hogar en redes contribuye al auge de la estética y el arte en los espacios.



Fuente: Casa MI - Daluz González Arquitectos.



Sin dejar de lado la eficiencia, las estancias se llenan de personalidad, discreción, minimalismo y productos *premium*, cuidados hasta el último detalle.

Fuente: *María Algara - Mikmak 2018*

Se trabajan materiales lujosos, mediante diseños minimalistas que aportan elegancia al interior.

Productos inspirados en el mundo natural que generan espacios exclusivos, que aportan la sensación de estar en un espacio cuidado y atemporal y que huye de las modas.



Incrementa la conexión con el lujo más sostenible frente a la ostentación clásica, mediante el empleo de colores clásicos básicos: bronce, dorado, negro; sin ningún tipo de aditamento.



Ambiente Emotional Luxury



Ambiente Emotional Luxury:

OL2015 - Perfilería acabado Negro - Vidrio transparente - Plato Isla color Negro.

“Es el reflejo de un estilo de vida exclusivo y muy relacionado con el placer de estar en casa.”

BOLD & GRAPHIC

TENDENCIA 5

EXPRESIÓN CREATIVA:

Esta tendencia refuerza la idea de la expresión personal por medio de la experimentación creativa. Las personas consiguen su plenitud emocional cuando son capaces de expresar su singularidad y hacen que su entorno se comunique con ellas, y actúe a su vez como una proyección de la personalidad.

“Existe un abrumador auge en la búsqueda de encontrar un bienestar físico y mental

que se adapte a una nueva forma de entender el diseño”

Existe un abrumador auge en la búsqueda de encontrar un bienestar físico y mental que se adapte a una nueva forma de entender el diseño. Esta tendencia se basa en permitir la comunicación del usuario a través del producto y la decoración con grafismos.

El usuario puede personalizar su estancia, sin que la tecnología imponga un límite prefijado e imprimiendo su propio lujo sofisticado.

*Fuente: Zen beige - Heymat Pro
Fuente: Mistral - Barber & Osgerby*

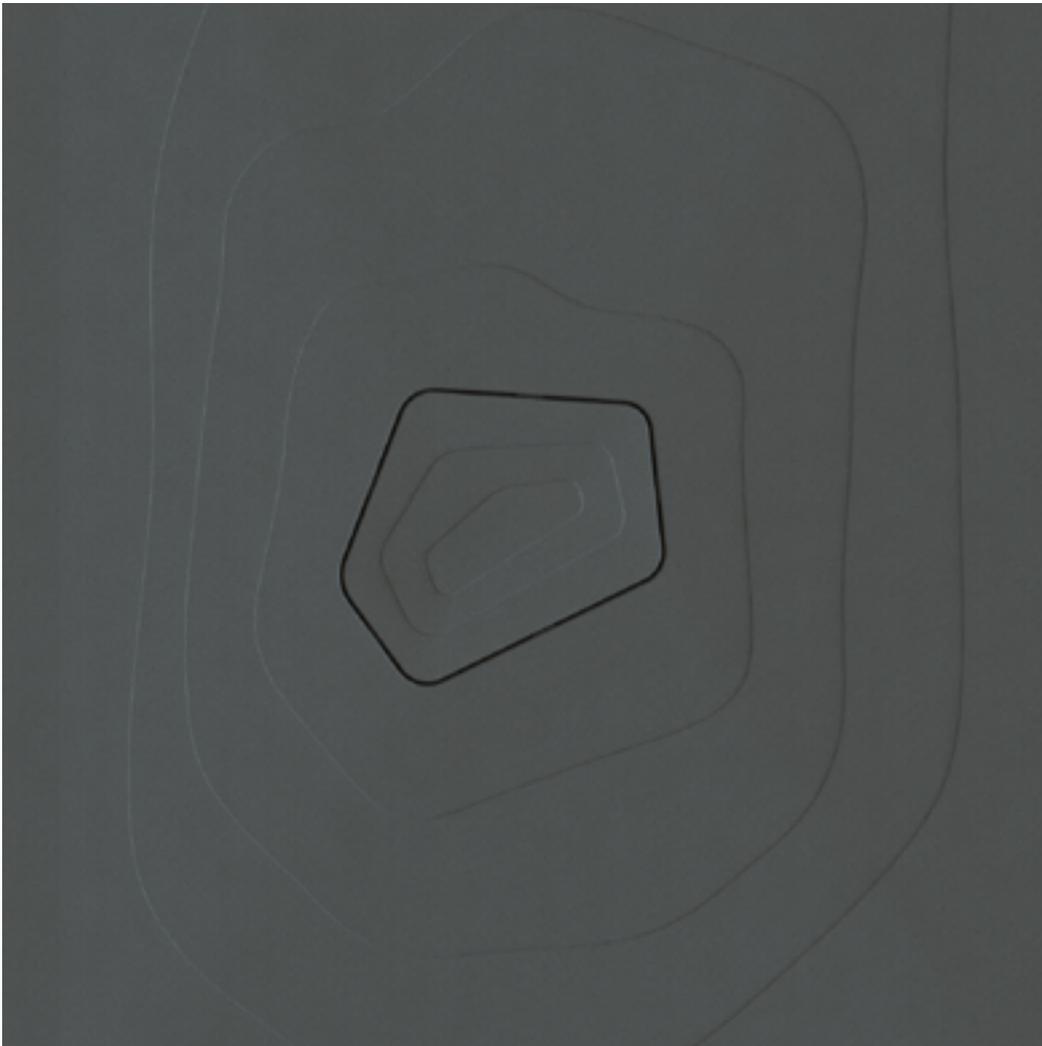




De esta manera, las formas geométricas permiten al usuario conseguir soluciones innovadoras, e imponer su sello en el diseño: hacer del producto final, su mampara, una verdadera declaración de intenciones.



Esta interpretación de la partitura individual se consigue mediante la impresión gráfica en vidrio, que ofrece resultados precisos aplicando los diseños que el usuario proyecta.



Así, se pueden apreciar detalles únicos, que juegan con los patrones, el color, la forma y el aspecto; aportando un estilo propio, único y expresivo de la personalidad del usuario, el cual es capaz de experimentar con el producto y proyectar su aprendizaje de una manera singular e intransferible.



Ambiente Bold & Graphic



Ambiente Bold & Graphic:

OT2000 - Perfilería Negro Mate - Vidrio transparente con imagik Geo Líneas (GRA-02-72) - Plato Isla color gris.

*"...detalles únicos,
que juegan con los
patrones, el color, la
forma y el aspecto"*

PROFILTEK P