

“Forse qualcosa cambierà?”

Le tendenze nel settore dell'arredamento e dell'interior design seguono le correnti sociali.

Le tendenze nel settore dell'arredamento e dell'interior design da sempre seguono le correnti sociali. Poi all'improvviso un evento inaspettato come una pandemia mondiale ha e avrà un effetto duraturo sulla nostra vita.

Ma questo può modificare anche qualcosa nel modo in cui progettiamo i nostri interni e come viviamo? E se così fosse, come possiamo adattarci?

Negli ultimi mesi l'home office è diventato parte della vita lavorativa quotidiana, con il risultato che le nostre case sono più importanti che mai. **Arredamenti d'interni senza tempo con elevati standard di qualità** offrono una maggiore sensazione di benessere, soprattutto ora che la casa sta acquisendo maggiore

importanza. Noi di EGGER abbiamo colto questo cambiamento come un'opportunità per esaminare le nostre tendenze per l'arredamento e l'interior design in relazione alla pandemia di Coronavirus.



I nostri decori innovativi sono fortemente orientati verso due mega-tendenze. Da un lato il networking guidato dalla digitalizzazione che semplifica le conoscenze, le possibilità ma anche le complessità della vita. Dall'altro lato l'individualizzazione, che richiede un alto grado di personalizzazione e di impegno personale verso l'utente

per tutti i prodotti e le innovazioni moderne. In questo caso le **emozioni** hanno un ruolo decisivo. Esse costituiscono l'antitesi della diversità e della natura distaccata dal mondo digitale. Soprattutto l'esperienza tattile collega i prodotti con le emozioni.



Ma in che modo la pandemia di Coronavirus ha cambiato i **pensieri e il mondo emotivo delle persone**? In sostanza non esiste una risposta chiara a questa domanda. Il mondo emotivo delle persone cambia nel corso della pandemia. Si inizia con un senso di shock e isolamento. Poi dopo alcune settimane si sente il bisogno di recuperare il tempo perduto. Laddove il consumo è possibile senza troppe restrizioni, le cifre di vendita aumentano in modo più che significativo.

Non è possibile prevedere con certezza l'impatto che questi cambiamenti avranno sui comportamenti futuri e quindi anche sulle decisioni in materia di consumi. Tuttavia il bisogno di sicurezza si riflette anche sulle decisioni di acquisto. Credo che si noterà un cambio di mentalità, soprattutto nei primi anni dopo la pandemia. Nel complesso i consumatori vivranno in modo molto più consapevole, effettuando acquisti e consumi con maggiore attenzione. **Qualità e sostenibilità** svolgono già un ruolo importante per quanto riguarda gli acquisti. Si può supporre che le persone acquisteranno sempre più prodotti classici e durevoli rispetto a prodotti di breve durata.

“Se consideriamo i nostri mondi di tendenza, la ‘nuova normalità’ sta già intensificando le tendenze in molti ambiti.”

Sotto l'impatto della crisi assistiamo sicuramente a un cambiamento di significato o di valutazione delle tendenze recentemente comunicate. Il bisogno di “cocooning” (coccole) si riflette **nelle tendenze chiaramente legate alla**

natura (PureNature) e nei **temi vintage** (PerfectImperfection). Corrispondono al desiderio di sentirsi a contatto con la natura e a proprio agio, a seconda delle esigenze individuali.

MORE FROM WOOD.



Interni senza tempo (ModernClassics) e il **look rétro** (FutureRetro) forniscono una nuova interpretazione di tutto ciò che è familiare e collaudato. Classici ben noti come acero, ciliegio o rovere, conservano la propria popolarità con un aspetto naturale ma tuttavia moderno. Proprio per questo

motivo sono particolarmente adatti per realizzare progetti destinati a durare nel tempo. Decori con **superfici opache e vellutate** (MattEmotion) offrono una sensazione di calore e sicurezza. Hanno un effetto caldo e piacevole. Insieme alla percezione tattile creano emozioni.



Se al contrario si desidera luminosità e ordine, queste caratteristiche si trovano nelle **tendenze nordiche luminose** (LightUrban) o nelle **nuove influenze degli accenti neri** (BlackOptions), che evidenziano il ruolo del nero come colore di tendenza. Il “favorito di tutti i tempi” sta assumendo un

nuovo significato nell’arredamento e nell’interior design e offre una moltitudine di possibili combinazioni. In ogni caso la nostra collezione per l’arredo e il design d’interni è abbastanza ampia e versatile da coprire nuovi bisogni o temi che stanno diventando più importanti del previsto.



Aumento dell’uso di legni autentici per il design d’interni

Il “**forse**” menzionato all’inizio ha un ruolo decisivo per il futuro. Non sappiamo con certezza se qualcosa cambierà o quanto tempo ci vorrà prima che tutto torni come prima, o almeno simile a prima. Ma una cosa è certa: il comportamento dei clienti cambierà insieme all’interesse nei confronti di determinati prodotti. L’effetto calcestruzzo ad esempio perderà

importanza. Negli ultimi tre o quattro anni lo stile urbano ha avuto un enorme successo. La crisi causata dal Coronavirus ha dimostrato che il rischio per la salute in campagna è minore che in città. Pertanto la percezione di vita in città sta perdendo “qualità”. Siamo quindi convinti che aumenterà la richiesta di maggiore naturalezza e dunque di **legni naturali**.



Il rovere rimane il tipo di legno più richiesto. Presentiamo quindi **H1318 ST10 Rovere selvaggio naturale**, una tonalità estremamente omogenea. Per completare la scelta di decori in riproduzione legno massiccio proponiamo questo nuovo decoro con la finitura abbinata **ST10 Deepskin Rouge**.



Il poro sincronizzato **ST32 Feelwood Vintage** segue la tendenza dei decori rustici con venature del legno e con effetto “vissuto”. In combinazione con la serie di decori Rovere Sherman irregolarità e imperfezioni vengono rappresentate abilmente per creare emozioni e naturalezza.

“I periodi difficili danno vita a più innovazioni rispetto ai periodi più favorevoli.”

Per quanto riguarda le tendenze di design iniziamo una nuova era. Arriverà il momento in cui distingueremo tra “periodo pre-covid” e “periodo post-covid”. È importante sfruttare le opportunità che si stanno presentando. Quindi penso che nei prossimi mesi assisteremo a molte novità, ma solo forse.