



Roberto López

Apreciado cliente:

En esta edición de la newsletter, te presentamos nuestra colaboración en la nueva edición de CasaDecor Madrid 2013.

Además te desvelamos los esperados resultados del estudio "Lo que realmente ocurre en el baño" que te avanzamos en la newsletter de mayo y nuestra nueva forma de colaborar con las principales revistas a través de concursos.

Esperando que disfrutes de la lectura,

Roberto López
Director Comercial Iberia
Ideal standard international

EN ESTE NEWSLETTER...

- Colaboramos en CasaDecor Madrid 2013**
- Participación de IS en concursos de destacadas revistas de decoración.**
- Resultados del estudio "Lo que realmente ocurre en el baño"**
- Noticias en prensa destacadas**

Colaboramos en Casadecor Madrid 2013

Desde Ideal Standard, seguimos colaborando con las principales plataformas dentro del mundo de la Decoración, Interiorismo y Diseño. Por ello, hemos vuelto a ceder producto en la edición de CasaDecor Madrid 2013.

Así, nuestra **serie Connect** ha sido la escogida para completar los baños públicos de la planta principal, que sirven de uso para el restaurante y bar.

Para celebrar su edición número 48º en Madrid, Casa Decor ha elegido el edificio donde estuvo ubicada la Embajada Británica durante casi 40 años, en la calle Fernando El Santo 16. Casa Decor vuelve así al exclusivo barrio de Almagro, en el distrito de Chamberí, donde ya había organizado con éxito cuatro ediciones consecutivas, de 1997 a 2000.



La exposición se inauguró el pasado jueves 16 de mayo, durante toda una jornada de "Open House", a la que asistieron numerosas personalidades del mundo de la política, la cultura, el interiorismo y el "papel couché". Permanecerá abierta hasta el 23 de junio.

Ideal Standard participa en concursos en dos de las principales revistas de decoración

Desde Ideal Standard hemos gestionado para el mes de junio dos concursos en las principales revistas del sector de la decoración.

Nos pusimos en contacto con los responsables de publicidad y ofrecimos producto Ideal Standard para sus lectores. Es una nueva fórmula para conseguir espacio en la publicación, en un formato novedoso.

ELLE DECOR

Esta revista se distribuye con la revista femenina Elle, revista de moda más vendida en el mundo.
Su público objetivo: Mujeres de clase social alta y media alta. 24 a 40 años.

Difusión (ejemplares)

165.513

Audiencia (lectores)

674.364

CONCURSO

En este número de la revista publicaron un dossier de baños. Éste lo cerraba el concurso de Ideal Standard, ofreciendo la columna Magnum 150. También lo han difundido a través de sus redes sociales: <http://casadiez.elle.es/> y <http://www.elle.es/concursos/concurso-ducha-ideal-standard>

INTERIORES

Su público objetivo abarca mujeres de 25 a 45 años, diplomada o con títulos superiores y clase social Alta y media-alta.

Difusión (ejemplares)

64.773

Audiencia (lectores)

185.000

CONCURSO:

Aparece una página completa en la sección de Cocinas&Baños anunciando el sorteo de Ideal Standard e Interiores, con una imagen de la grifería Mara.



LO QUE REALMENTE OCURRE EN EL BAÑO

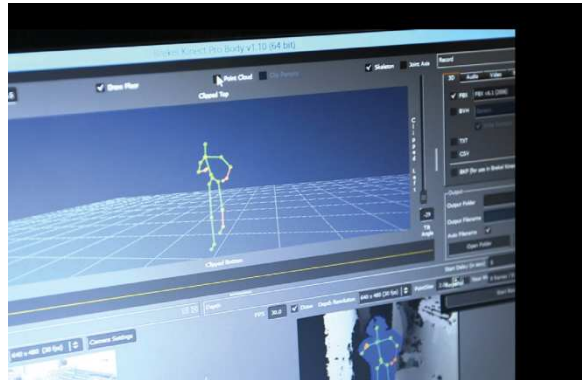
Desvelamos los resultados obtenidos del estudio "lo que realmente ocurre en el cuarto de baño" a través de sensores de movimiento.

Para monitorizar los comportamientos en el baño se creó un prototipo de rastreador del movimiento humano. Mediante la adaptación de sensores de profundidad para proporcionar un seguimiento preciso en 3D del cuerpo humano y el uso de dos sensores en cada baño, se consiguió hacer un seguimiento de hasta cuatro personas a la vez en cada lugar. El uso de múltiples sensores también aseguró poder rastrear a las personas en espacios no uniformes.

Los datos se pudieron extraer componiendo detalles de la posición y rotación de 22 articulaciones principales del cuerpo humano. Estos datos fueron etiquetados con un código de tiempo y un identificador único por país y máquina; y posteriormente se sincronizaron a tiempo real con un centro de gestión en Londres.

Desde el centro de operaciones, se utilizó el software hecho a medida para volver a crear los esqueletos y realizar análisis estadísticos sobre sus movimientos y tiempos dentro de los espacios.

La triangulación de las fuentes de datos les permitió poner en relieve patrones, tendencias y hábitos en el uso del baño a través de las fuentes de investigación, así como un mayor análisis para revelar nuevos conocimientos.



Algunos descubrimientos

Retiro de los padres. Los padres pasan más tiempo en el baño para huir de sus hijos:

Para los padres, el cuarto de baño es su refugio de la vida familiar. Los datos cuantitativos muestran que los adultos en hogares familiares pasan más tiempo en el baño que el promedio y toman largos baños, especialmente cuando los niños de la casa son menores de cinco años. Esto se confirma con el comportamiento de los padres registrado por los sensores de movimiento, los cuales indican que pasan más tiempo para lavarse, acicalarse y prepararse que otros perfiles del estudio.

LO QUE REALMENTE OCURRE EN EL BAÑO

Desvelamos los resultados obtenidos del estudio "lo que realmente ocurre en el cuarto de baño" a través de sensores de movimiento.

Usos conflictivos . La lucha de los baños por satisfacer las frenéticas necesidades de las familias:

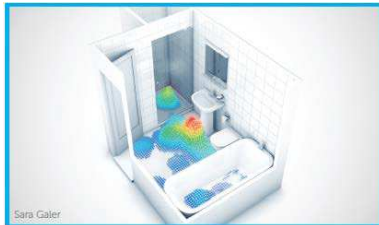
Mientras el baño puede representar un lugar de retiro para los padres, éste es el grupo, que probablemente menos satisfecho esté con el suyo. Ellos luchan con los múltiples, a veces contradictorios, usos del espacio - spa, farmacia, lavandería, sala de juegos para niños - y son más propensos a quejarse sobre el desorden y la falta de espacio de almacenamiento. Una vez más, los datos cuantitativos se apoyan en la evidencia cualitativa. Los participantes que mejor uso hicieron del espacio en nuestro estudio del movimiento fueron las parejas y los solteros.

El baño reclamado. Las parejas sólo pueden disfrutar de su baño cuando los niños vuelan del nido:

La gente mayor que vive sola o en pareja fue más propensa a estar satisfecha con su cuarto de baño, lo que sugiere una sensación de espacio recuperado una vez que los niños se van de casa. A pesar de que sus necesidades del espacio son menores que la media, este grupo es capaz de crear el mayor espacio de almacenamiento en su cuarto de baño.

Sólo adultos:

El sprint del baño - todas las casas con adultos, se apresuran en el cuarto de baño para evitar disgustar al compañero de piso. Para la gente que vive en una casa en la que habitan sólo adultos, el baño es visto como un espacio funcional. Este es el grupo que tiende a evitar baños largos y se basa más bien en la ducha. Ningún individuo tiene dominio en esos hogares, lo que significa que a menudo tienen la presión de hacer lo que tengan que hacer y dejarlo libre.



Baño real



Solución propuesta por Rovin Levien

¿La gente usa el bidé? El bidé: cuestión de carácter:

Los bidés son muy comunes en algunas partes de Europa y menos comunes en otras. Durante años los diseñadores de baños se han preguntado con qué frecuencia se usan los bidés. En cuanto a ello, el estudio revela que en una de las casas el bidé apenas fue utilizado, mientras que en otras se usaba a diario. Nuestros datos cuantitativos sugirieron que fuera de Italia - donde los bidés se consideran una parte esencial de la rutina de baño- la instalación se utiliza con muy poca frecuencia. Los franceses y los británicos, en particular, rara vez utilizan los suyos.

Ducha vs. Baño ¿Se convertirán las bañeras en una cosa del pasado?:

Un análisis combinado de todos los hogares en nuestro estudio sugiere que las bañeras están infrutilizadas y que cada vez más personas confían en las duchas para su rutina de baño. Puede ser que estemos llegando a un momento en el que una bañera en el baño principal de la familia ya no sea un elemento esencial.

¿Están en lo cierto las parejas? Las parejas tienen los baños más limpios:

Más que ningún otro grupo, las parejas son capaces de mantener el espacio del baño limpio y ordenado. Esto puede ser el resultado de tener el incentivo de mantener el espacio correcto por la otra persona.

Apariciones destacadas en prensa y revistas especializadas

El Departamento de Marketing y Comunicación, junto a nuestra agencia de Prensa, mes a mes, trabajamos intensamente con todas las publicaciones y prensa destacada para conseguir el máximo número de apariciones y mantener informados a los diferentes públicos de las principales novedades de la empresa.

Estas son algunas de las apariciones más destacadas en las últimas semanas:

- 1. Sala Baño. (Marzo-abril).** Titular: "Softmood, estética y elegancia." La publicación ha preparado un dossier de porcelana en el que mencionan *Softmood* de Ideal Standard. Con una imagen de ambiente la describen como una colección de formas geométricas suavemente redondeadas y bordes ultra-finos que realzan la ligereza del diseño. Además, enumeran las piezas de porcelana que la componen y sus accesorios.
- 2. Sala Baño. (Marzo-abril).** Titular: "Nuevo programa de ducha Ideal Rain Cube." En la sección 'Productos' presentan el nuevo programa de ducha, *Ideal Rain Cube*. Con el objetivo de aunar minimalismo y funcionalidad en una de las gamas más completas del mercado, incluye tele-duchas, kits y mini kits, columnas y duchas fijas de líneas suaves y depuradas.
- 3. Cocinas y Baños (Curt Ediciones) (Mayo).** Titular: "Grandes soluciones para menos centímetros." En un especial sobre las segundas residencias, la revista muestra diferentes equipamientos, fáciles de utilizar, mantener y renovar como la serie *Playa* de Ideal Standard
- 4. Cocinas y Baños (Curt Ediciones) (Mayo).** Titular: "Mamparas de ducha." Las tratan como las mejores aliadas para mantener el baño limpio, seco e inalterable. Colecciones eficaces, decorativas y fáciles de limpiar como *Connect* de Ideal Standard, de la que destacan sus principales características: puertas correderas de 4 mm tanto hacia la derecha como hacia la izquierda, para plato cuadrado o rectangular y con tratamiento Ideal Clean de serie.
- 5. Infurma.es (02/05/2013).** Titular: "Ideal Standard desvela las curiosidades obtenidas del estudio 'lo que realmente ocurre en el cuarto de baño' a través de sensores de movimiento." La noticia recoge en detalle el estudio realizado por la firma a través de sensores de movimiento. Tanto es así que han empleado todos los bocetos de los baños iniciales y los que propone Ideal Standard, a través de la visión de Robin Levien.
- 6. Construnario.com (07/05/2013).** Titular: "Ideal Standard presenta en ISH 2013 su nueva campaña y desvela el resultado de su estudio 'Lo que realmente ocurre en el baño'". La Web explica la nueva campaña lanzada por la firma en ISH 2013 "A Beautiful Use of Space".
- 7. Elperiodicodelazulejo.es (28/05/2013).** Titular: "Ideal Standard, diseño y funcionalidad". La noticia muestra las tres nuevas mamparas para platos de ducha de Ideal Standard. Describe las características de cada una de las series y muestra el producto con imágenes.

