



# SHOWROOM INDA MILANO

*photo credits Andrea Martiradonna*

MOBILI, SPECCHI, LUCI, ACCESSORI E PARETI DUCHIA SONO GLI INTERPRETI DELL'ESPERIENZA A 360° NELL'UNIVERSO DEL BRAND NEL SEGNO DEL MADE IN ITALY E DELLA SOFISTICATA PERSONALIZZAZIONE

FURNITURE, MIRRORS, LIGHTING, ACCESSORIES AND SHOWER WALLS ARE THE INTERPRETERS OF THE ALL-ROUND EXPERIENCE IN THE BRAND'S UNIVERSE IN THE SIGN OF MADE IN ITALY AND SOPHISTICATED CUSTOMISATION



Nello storico quartiere di Porta Romana, lo showroom INDA Milano si presenta con un inedito layout, nato dal concept e progetto del celebre Studio Marco Piva.

INDA, Gruppo Industriale nel settore arredobagno con 80 anni di esperienza ed una consolidata leadership sui mercati internazionali, ha scelto di affidare il racconto del brand al know-how del noto studio di architettura che ha dato vita a spazi sorprendenti, per un'es-



In the historic Porta Romana district, the INDA Milan showroom presents itself with a brand new layout, born from the concept and design of the renowned Studio Marco Piva.

INDA, an industrial group in the bathroom furnishing sector with 80 years of experience and a consolidated leadership in international markets, has chosen to entrust the brand's story to the know-how of the well-known architecture studio, which has created surprising



perienza unica.

Partner per la rubinetteria è Fratelli Frattini - azienda che dal 1958 è sinonimo di artigianato, tradizione ed innovazione nel settore - da anni perfetto complemento alle collezioni INDA con le sue proposte. Il progetto pone al centro la persona e l'esperienza del bagno come luogo di ritualità, come momento di relax in cui il corpo trova il suo equilibrio attraverso gli oggetti che lo circondano.

L'architettura del nuovo showroom INDA Milano è pensata per accompagnare il visitatore in un viaggio alla scoperta delle collezioni total look, della personalizzazione e dell'innovazione che hanno reso il brand un punto di riferimento nel settore per progettisti ed end-user.

Sin dall'ingresso il layout regala agli ambienti una sensazione di ampiezza ed ariosità, enfatizzata dalla luminosità offerta dalle 13 scenografiche vetrine a tutta altezza, per una superficie totale di 380 mq su due livelli più un mezzanino, con 3 sale meeting oltre alle aree di servizio.

Eccellenti i materiali impiegati per le porte, le boiserie, i vetri cannottati e i box colorati che incorniciano le texture delle carte da parati, per citarne alcuni.

Gli spazi espositivi sono costruiti intorno al concetto di BOX, presente sia come forma ricorrente nell'allestimento sia come elemento di definizione degli 8 bagni (6 di medie dimensioni nella gallery centrale e 2 grandi posti agli angoli estremi dello showroom) che valorizzano la ricercatezza e le finiture esclusive che hanno reso INDA un affermato player nel comparto a livello mondiale.

Ogni BOX, valorizzato da STRIP LED sempre accesi ad illuminare l'esposizione anche nelle ore notturne e da una palette cromatica dedicata, tratteggia un microcosmo dove mobili, specchi, luci, pareti doccia ed accessori dialogano in composizioni dalla nitidezza espositiva.

Fra gli altri elementi architettonici si distinguono PARETI A QUINTA grigio fumé - poste in corrispondenza di alcune vetrine - per in-



“ La collaborazione con lo Studio Marco Piva è stata cruciale per l'evoluzione di questo progetto” dichiara Denis Venturato, Presidente INDA. “La sua visione innovativa ha trasferito un'estetica distintiva allo showroom e, attraverso l'inedito layout, ha delineato una nuova user experience. La sfida era importante, siamo orgogliosi di rivolgerci ad un pubblico sempre più ampio, per incontrare il mondo del progetto e dei privati in uno spazio pensato come vero e proprio strumento al servizio della progettazione ”



spaces for a unique experience.

The partner for the taps and fittings is Fratelli Frattini - a company that has been synonymous with craftsmanship, tradition and innovation in the sector since 1958 - for years the perfect complement to the INDA collections with its proposals.

The project focuses on the person and the experience of the bathroom as a place of ritual, as a moment of relaxation in which the body finds its balance through the objects that surround it.

The architecture of the new INDA Milan showroom is designed to accompany the visitor on a journey of discovery of the total look collections, customisation and innovation that have made the brand a point of reference in the sector for designers and end-users.

Right from the entrance, the layout gives the rooms a feeling of spaciousness and airiness, emphasised by the brightness offered by the 13 spectacular full-height shop windows, for a total surface area of 380 square metres on two levels plus a mezzanine, with 3 meeting rooms in addition to the service areas.

The materials used for the doors, woodwork, canned glass and coloured boxes framing the wallpaper textures, to name but a few, are excellent.

The exhibition spaces are built around the concept of the BOX, present both as a recurring form in the layout and as a defining element of the 8 bathrooms (6 medium-sized ones in the central gallery and 2 large ones in the extreme corners of the showroom) that enhance the refinement and exclusive finishes that have made INDA an established player in the sector worldwide.

Each BOX, enhanced by STRIP LEDs that are always on to illuminate the display even at night and by a dedicated colour palette, outlines a microcosm where furniture, mirrors, lights, shower walls and accessories dialogue in compositions with a clear display.

Other architectural elements include smoked grey QUINTA WALLS - placed in correspondence with some of the shop windows - to frame the spaces and create a "speaking" path through the excel-

“ The collaboration with Studio Marco Piva was crucial for the evolution of this project,” says Denis Venturato, President of INDA. “His innovative vision transferred a distinctive aesthetic to the showroom and, through the new layout, outlined a new user experience. The challenge was an important one, and we are proud to address a wider audience, to meet the world of design and private individuals in a space conceived as a real tool at the service of design

”



“ Il wellness è un’esperienza. Un’emozione che unisce forme e colori, passato e contemporaneità. Un luogo sospeso, uno spazio fluido, il rituale dell’oggi e del domani” spiega Marco Piva. “È stato proprio questo il concept che ha guidato il progetto di restyling dello showroom INDA: una ritualità che si racconta in ogni dettaglio, dalle luci radenti che incorniciano i differenti spazi ai box espositivi e modulari che si ripetono per mostrare diverse tipologie di arredi fino alle finiture dei materiali cannettati. Gli spazi sono stati ripensati in funzione di un’esperienza immersiva, per accompagnare il passaggio del visitatore da un ambiente all’altro in un’atmosfera accogliente. ”



corniciare gli spazi e creare un percorso “parlante” nell’eccellenza del Made in Italy. “A world of possibility” è il claim che accompagna ogni quinta e che accoglie 8 parole chiave fortemente evocative dell’identità del brand.

Alta l’attenzione anche verso il mondo degli specchi, a cui l’azienda nel 2023 ha dedicato il primo listino, che vanta uno spazio riservato dove sono esposti i best seller più tecnologici insieme a una teca di behind the scene che ne svela il valore di innovazione.

In ottica di offrire un’esperienza immersiva ai visitatori, un grande led wall all’ingresso proietta in loop video evocativi dell’identità INDA, mentre i due welcome desk, ciascuno con piano interattivo, permettono di esplorare le collezioni a catalogo e configurare le possibili soluzioni. Infine, due materiotecche collocate sulle pareti dietro le reception espongono una selezione di materiali e finiture per un totale di 144 campioni, quintessenza della flessibilità progettuale dell’azienda.

Sui due lati nella parte centrale dello showroom si trova un’area dedicata ad accessori e porta scopini, entrambi valorizzati dall’inserimento in una box rimovibile per facilitarne la gestione commerciale, con un allestimento vetrina dedicato sull’esterno.

Il piano mezzanino ospita gli uffici e, grazie a volumi architettonici a tutta altezza, crea uno spazio intimo ma non chiuso per ricevere progettisti e clienti, mentre il piano interrato ospita un’importante business meeting room perfetta per presentazioni alla Stampa, alla forza vendita e - all’occorrenza - anche esclusiva zona di private lunch grazie alla presenza della kitchenette.



“ Wellness is an experience. An emotion that combines shapes and colours, past and present. A suspended place, a fluid space, the ritual of today and tomorrow,' explains Marco Piva. "This was precisely the concept that guided the restyling project of the INDA showroom: a rituality that is told in every detail, from the grazing lights that frame the different spaces to the display and modular boxes that are repeated to show different types of furnishings to the finishes of the canned materials. The spaces have been rethought in function of an immersive experience, to accompany the visitor's passage from one environment to another in a welcoming atmosphere ”



lence of Made in Italy. "A world of possibility" is the claim that accompanies each fifth wall and which includes 8 key words strongly evocative of the brand's identity.

High attention is also paid to the world of mirrors, to which the company dedicated its first price list in 2023, which boasts a reserved space where the most technological best sellers are displayed together with a behind-the-scenes showcase revealing their innovation value.

With a view to offering an immersive experience to visitors, a large LED wall at the entrance projects videos evocative of the INDA identity on a loop, while the two welcome desks, each with an interactive surface, allow visitors to explore the catalogue collections and configure possible solutions. Finally, two material libraries located on the walls behind the reception desk display a selection of materials and finishes for a total of 144 samples, the quintessence of the company's design flexibility. On the two sides in the central part of the showroom is an area dedicated to accessories and toilet brush holders, both of which are enhanced by being placed in a removable box to facilitate their commercial management, with a dedicated window display on the outside.

The mezzanine floor houses the offices and, thanks to full-height architectural volumes, creates an intimate but not closed space to receive designers and clients, while the basement houses an important business meeting room perfect for presentations to the press, the sales force and - if necessary - also an exclusive private lunch area thanks to the presence of the kitchenette.