

6<sup>e</sup> ÉDITION DU SALON  
DE LA SALLE DE BAINS

Porte de Versailles - Hall 1  
Ouvert au grand public  
les samedi 11  
et dimanche 12 février

[www.ideobain.com](http://www.ideobain.com)

idéo bain

LE SALON DE LA SALLE DE BAINS

DU 7 AU 12 FÉVRIER 2012  
PARIS - PORTE DE VERSAILLES

IMAGINONS UNE SALLE DE BAINS QUI VOUS RESSEMBLE

ModesDeBains  
Tendances

Design

Prospectif

Innovation

Forum

Exposition Immersion

*Le Grand Prix*

*de la salle de bains d'hôtel*

DOSSIER DE PRESSE - CONFÉRENCE DE PRESSE

TENDANCE SPA DEDANS DEHORS  
GREEN WATERS  
DU MATIN AU SOIR BATHINCASE

# idéo bain

LE SALON DE LA SALLE DE BAINS

DU 7 AU 12 FÉVRIER 2012

PARIS - PORTE DE VERSAILLES

Tous les deux ans, idéobain, le salon de la salle de bains, invite à Paris les professionnels et le grand public à retrouver toute l'actualité du secteur sur les 32 000 m<sup>2</sup> du hall 1 du parc des expositions de la porte de Versailles.

Entre innovations techniques et design, ce rendez-vous unique en France rassemble les acteurs internationaux majeurs du bain et du bien-être, pour proposer un regard transversal sur ce marché clé du bâtiment et de la décoration.

Une offre exhaustive et qualitative renforcée par des animations qui mettent en avant les tendances du moment qui donne la possibilité de s'informer auprès d'experts et d'imaginer, avec les grands noms du design, les contours de la salle de bains de demain.

Autant de raisons qui participent à l'engouement des installateurs, négociants et prescripteurs qui viennent massivement visiter le salon, à l'instar du grand public toujours plus nombreux, soucieux de trouver des idées, des produits et des solutions leur permettant de réaliser la salle de bains qui leur ressemble...

## SOMMAIRE

### idéobain 2012 : une offre exhaustive et qualitative

• Le marché de la salle de bains en France	03
• La salle de bains, un projet murement réfléchi	03
• Idéo bain : un regard transversal sur les univers du bain et du bien-être	03

### ModesDeBains, un espace prospectif dédié aux nouvelles tendances

L'espace ModesDeBains décrit par son scénographe, l'architecte et designer Fabrice Knoll	04
--	----

### Pôle tendance

L'œil de la création sur la salle de bain	05
→ DU MATIN AU SOIR par Mathilde Bretillot	05
→ TENDANCE SPA DEDANS DEHORS par Fabrice KNOLL	06
→ BATHINCASE par Cédric Martineaud	07
→ GREEN WATERS par Patrick Nadeau	08

### Le Grand Prix de la salle de bains d'hôtel

Lauréat Jean-Marie Massaud	09
----------------------------	----

### Exposition Immersion

Une projection sur les espaces salle de bain de demain proposée par les industriels de la salle de bains de l'Unifa avec la complicité du VIA	10
---	----

À propos de l'AFISB	11
---------------------	----

Fiche technique du salon	12
--------------------------	----

Contact presse	12
----------------	----

## Idéobain 2012

### UNE OFFRE EXHAUSTIVE ET QUALITATIVE

#### LE MARCHÉ DE LA SALLE DE BAINS EN FRANCE

Le marché de la salle de bains a progressé de 1% en 2010 pour atteindre les 1 497 milliards d'euros. Ce léger regain d'activité s'appuie essentiellement sur les secteurs des parois de douche qui bénéficie d'un prix fixe, et de la robinetterie.

Il profite aussi de la reprise du segment des baignoires, soutenu par la construction et de celui des cabines de douches qui progresse significativement sous l'impulsion des particuliers. Cependant, en raison de la réduction des marges sur ce produit, cette hausse impacte peu le marché affecté par la baisse des ventes des cabines de douche hydrothérapie et des baignoires balnéothérapie, qui représentent des investissements jugés encore trop coûteux.

#### LA SALLE DE BAINS, UN PROJET MUREMENT RÉFLÉCHI

Prudents, les français mûrissent attentivement leur projet de salle de bains, en multipliant les canaux d'informations.

D'après une étude menée par l'AFISB, 57,3 % des ménages ayant effectué des travaux dans leur salle de bain, se sont d'abord rapprochés d'un point de vente pour demander conseil et être orientés.

Car la salle de bains est un domaine technique à la croisée de plusieurs savoir-faire. Souvent contraint par sa superficie, sa conception demande généralement une réponse adaptée, que 24,6% des français recherchent directement auprès d'un artisan, vers lequel ils se tournent pour obtenir une expertise ou un devis.

Les catalogues de distributeurs sont eux aussi largement consultés. 37,1% des consommateurs se plongent dedans, privilégiant légèrement ce mode d'information à la recherche sur Internet pratiquée par 35,5% d'entre eux, ou la lecture des catalogues de fabricant qui en intéressent 31,3%. L'avis de l'entourage demeure lui aussi important puisqu'il est sollicité par 17,4% des personnes interrogées.

Ce qui montre l'importance que les français accordent à leur projet de salle de bains. Idéobain est aussi là pour les guider.

#### IDÉOBAIN : UN REGARD TRANSVERSAL SUR LES UNIVERS DU BAIN ET DU BIEN-ÊTRE

Organisé à l'initiative de l'Association Française des Industries de la Salle de Bains (AFISB), idéobain présente sur 32 000 m<sup>2</sup> d'exposition une offre transversale qui couvre tous les secteurs de la salle de bains :

Accessoires, textile et décoration de la salle de bains - Appareils pour la diffusion d'image et de son - Appareils sanitaires - Balnéo - Douche/Hydro - Éclairage/Luminaires de la salle de bains - Hammam, saunas, spas - Matériaux et revêtements de sol et murs - Meubles de salles de bains - Prestataires de service - Radiateurs, sèche-serviettes - Robinetterie sanitaire - Technique sanitaire.

Chaque session, les leaders de l'ensemble de ces domaines dévoilent leurs dernières innovations aux visiteurs. Des solutions techniques et design qui répondent à toutes les problématiques de la salle de bains :

- Espace technique à géométrie variable, inférieur à 8 m<sup>2</sup> pour plus de la moitié des français, la salle de bain soulève de nombreuses questions de pause et l'expertise de plusieurs corps de métiers.  
→ **Idéobain les rapproche pour présenter tout l'éventail de leurs solutions.**
- Lieu d'expression de son style de vie, la salle de bains, même petite, est décorée avec toujours plus de soin. Petite et fonctionnelle ou grande ouverte sur la chambre, d'inspiration rétro ou ultra contemporaine, son aménagement réclame un choix coordonné des matériaux, des meubles bien sélectionnés et des accessoires aussi pratiques que déco.  
→ **Idéobain incarne ce défilé de tendances avec une très grande diversité de propositions esthétiques.**
- Lieu de bien-être, souvent même de plaisir d'après une étude menée par Duravit, la salle de bains peut devenir une salle de soins équipées pour la relaxation. C'est aussi un lieu où prévalent l'ergonomie et l'accessibilité pour rester facile et agréable à vivre à tous les moments de la vie.  
→ **Idéobain présente l'ensemble de ces équipements de confort des plus essentiels aux plus luxueux.**
- Prodiges en eau, la salle de bains est aussi le terrain d'une intense réflexion environnementale qui se matérialise par des collections toujours plus responsables et mieux conçues.  
→ **Idéobain s'en fait l'écho et les encourage avec l'organisation depuis 2010 du prix de l'innovation verte.**

## ModesDeBains

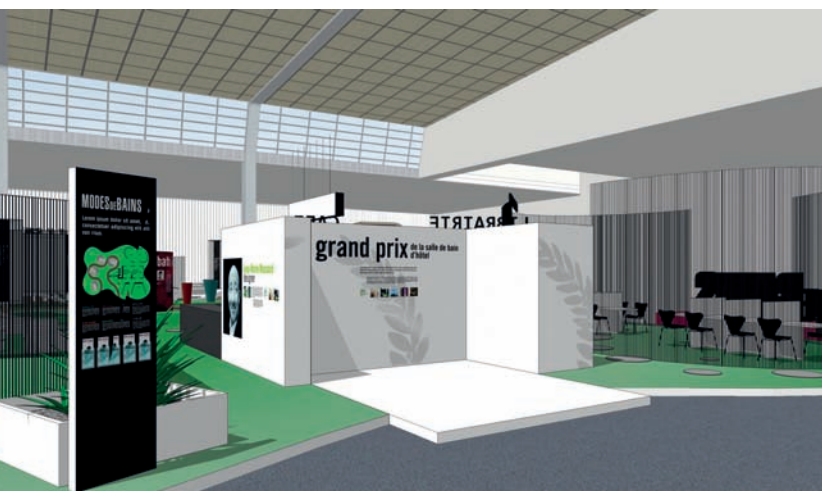
### UN ESPACE PROSPECTIF DÉDIÉ AUX NOUVELLES TENDANCES



Invitation à imaginer la salle de bains de demain, cette nouvelle édition du salon idéobain met en perspective cette offre complète grâce à cette animation phare du salon. Un concentré de créativité et d'innovations techniques les plus représentatives du moment qui incarne l'esprit d'ouverture du salon accessible à la fois aux professionnels et aux particuliers, ce qui est une première en Europe...

Salon dans le salon, ModesDeBains est une animation unique qui permet de cerner les dernières tendances, de s'inspirer, mais aussi pour les porteurs de projets de se documenter et de rencontrer des concepteurs/installateurs.

L'espace ModesDeBains décrit par son scénographe, l'architecte et designer Fabrice Knoll :

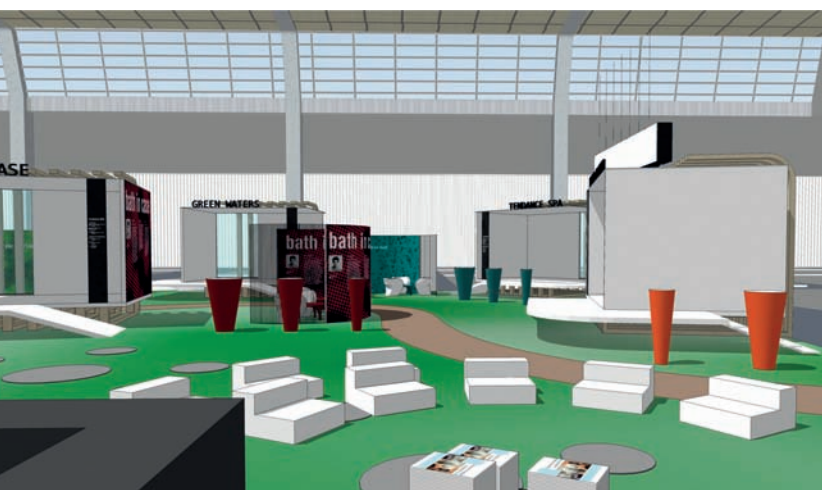


« Né de la rencontre d'un parcours organique et de pavillons d'exposition de formes ouvertes, l'espace ModesDeBains 2012 s'articule en deux pôles principaux, reliés entre eux par une « place de village » : le Pôle Tendances et le Pôle Echanges et Conseils.

Situé dans l'axe d'entrée du Salon, en perspective sous la verrière du Hall 1, l'espace ModesDeBains est ouvert sur toutes ses faces, pour faciliter la circulation des visiteurs.

Le pôle Tendances est constitué de quatre modules, pavillons d'exposition sur pilotis, que l'on visite ou que l'on regarde, chaque pavillon mettant en exergue, une scénographie de salles de bains conçue par un architecte ou un designer, avec l'aide de partenaires industriels du monde du sanitaire.

Une allée serpente entre ces quatre pôles pour y guider les visiteurs, les conduire vers ces mises en scènes, ou le lounge partenaires qui lui correspond. Chaque salle de bains imaginée est un concept-prototype réalisable. Le visiteur pourra donc s'inspirer des idées présentées, mais également dialoguer avec les concepteurs et leurs partenaires industriels.



Le Pôle Echanges et Conseils, est constitué d'un forum pour des conférences, d'un accueil/café/librairie, d'un espace destiné aux revendeurs de salles d'expositions et aux installateurs, et enfin, en écriin : de l'espace « le Grand Prix de la salle de bains d'hôtel ».

Entre ces deux pôles, une circulation principale et des sièges disposés concentriquement permettront au visiteur de se détendre, de découvrir ou contempler l'ensemble des animations, de converser, de réfléchir, de communiquer. »

## Pôle tendance

### L'ŒIL DE LA CRÉATION SUR LA SALLE DE BAINS

Quatre créateurs, quatre univers, quatre mises en scènes d'une salle de bains. Mathilde Bretillot, Fabrice Knoll, Cédric Martineaud et Patrick Nadeau proposent chacun leur vision de la salle de bains en partenariat avec des industriels du monde sanitaire.

#### ● DU MATIN AU SOIR

*La salle de bains évolutive de Mathilde Bretillot*

« Du Matin au Soir »

*Théâtre des scènes de bains :*

*La salle de bains, théâtre de multiples ambiances, du tonique au calme, du réconfortant au mystérieux.*

*La salles de bains, théâtre de protagonistes très différents dans le lieu le plus intime et pourtant le plus largement partagé : femme, homme, enfants, en couple ou en famille : une salle de bains pour tous.*

*Le salon de bains, une composition de petits espaces à disposition*  
 Autour du bien être :

*L'eau (baignoire, vasques et douche)*

*Les enfants (jeux et matelas)*

*Le linge et les onguents*

*Grâce à un éclairage théâtral, aux espaces voilés et dévoilés, les espaces additionnels apparaissent avec les objets qui symbolisent les moments :*

*Matin, fraîcheur de l'aube, jeux d'enfants*

*Journée, calme absolu, seul le halo de la baignoire*

*Soirée, douceur blonde et réconfortante,*

*Nuit, mystère. »*

Mathilde Bretillot



Mathilde Bretillot

#### PORTRAIT

“Un dandysme au féminin, rare, dansant et léger” Pour l'historien du design Brice d'Antras, Mathilde Bretillot “pratique avec l'indispensable rigueur nécessaire un dandysme féminin du design”. En effet, son oeuvre joue sur les notions d'élégance, de raffinement, de détachement et d'esthétisme non conformiste propre au dandysme. Pour autant elle en féminise le terme, ajoutant la rondeur des courbes et la séduction “d'un glamour pétillant, d'un verbe parisien” qui n'appartient qu'à elle. Tour à tour designer, architecte d'intérieur et scénographe, son travail s'élabore à partir d'un dialogue soutenu avec ses commanditaires. Nourrie par ses collaborations avec Martine Bedin et Michele De Lucchi à Milan, RossLovegrove à Londres ou encore Philippe Starck à Paris, elle explore depuis 25 ans le potentiel des formes et de l'espace, qu'elle transmet aujourd'hui à ses élèves de l'Ecole Camondo à Paris et de La Cambre à Bruxelles.

Créatrice à l'oeuvre plurielle et singulière, Mathilde Bretillot interroge l'environnement contemporain, épouse l'univers du luxe, pour apporter des réponses globales à la fois vives, sensibles et raisonnées. Tour à tour designer, architecte d'intérieur et scénographe, son travail s'élabore à partir d'un dialogue soutenu avec ses commanditaires.



DU MATIN AU SOIR

## ● TENDANCE SPA DEDANS DEHORS

par Fabrice KNOLL

« Qui ne rêverait de prendre sa douche devant une grande baie vitrée donnant sur jardin privatif, entre ciel et terre ? Il faut supprimer ces barrières physiques existantes entre l'intérieur et l'extérieur, et les remplacer par du vide enveloppant, ou des membranes perméables, agissant comme une seconde peau à travers laquelle notre corps passerait librement du chez-soi clos à l'ambient ouvert.

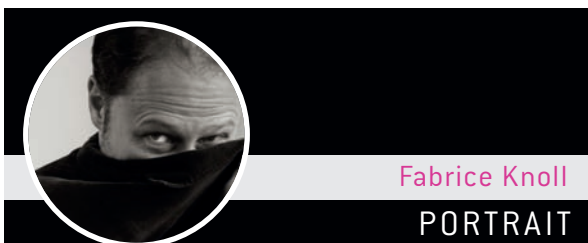
Intérieur/extérieur tendance spa est la salle de bains métissée des prochaines années. Celle où l'on choisit les soins dont on veut profiter, en fonction du temps que nous avons de disponible.

Elle est aménagée comme un chemin de relaxation d'un institut de beauté personnel :

- on passe au gré de ses envies de l'espace douche intérieur à l'espace douche en plein air, et la douche elle-même est de forme organique.
- Le spa à deux places, d'où l'on admirerait bien volontiers, au chaud, le Mont McKinley en plein hiver, est le point d'orgue lumineux d'un deck propice à la contemplation. Il peut également se changer en salon musical aquatique.
- Le meuble-vasque est un plateau de soins du visage et des mains, hybride entre la coiffeuse d'appartement et le meuble-testeur de maquillage.
- Les toilettes sont équipées d'un WC lavant, pour la toilette intime.

Au gré des envies, au gré du temps, tendance spa est une salle de bains/point d'ancrage dont les ondes nous apaisent et nous bercent quotidiennement. »

Fabrice Knoll



Fabrice Knoll

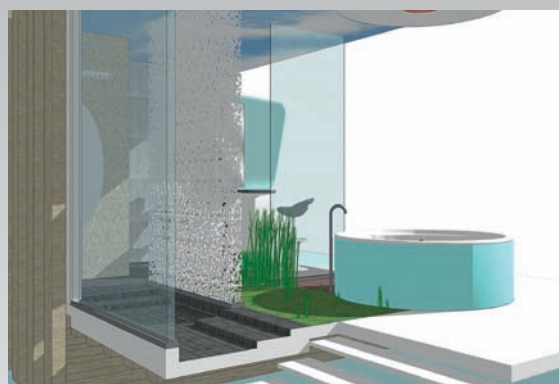
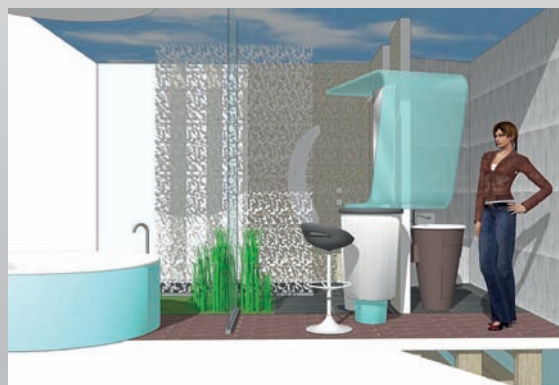
### PORTRAIT

Architecte et designer, Fabrice Knoll fonde en 1986 avec son frère une agence qu'ils pilotent ensemble. Complémentaires, les deux frères se distinguent par leur pluridisciplinarité et les différents champs qu'ils travaillent.

Dans le tandem, Fabrice Knoll, se sent bien dans les esquisses, les synthèses, les plannings et les relations avec les clients. Polyglotte (anglais, suédois, allemand, italien), il se déplace fréquemment à l'étranger sur les différents salons professionnels, toujours à la recherche de nouveautés et pour anticiper les tendances et mutations de nos univers, prenant sans cesse des notes visuelles et écrites.

Une attention qu'il prête à ses clients afin de nouer avec eux le fil d'un dialogue qui constitue à ses yeux la clé d'un projet réussi.

## DEDANS DEHORS



## BATHINCASE



### ● BATHINCASE

par *Cédric Martineaud*

*Je pars, j'emporte.*

*Ma salle de bains dans mes valises !*

*Je compose, je recompose, je change de décor, je plie, je replie,  
je bouge, je déménage,*

*j'embarque, je débarque, je connecte, je reconnecte, j'investis  
durable !*

*Bathincase, c'est une série de 4 modules qui réunissent toutes  
les fonctionnalités, toutes les innovations pour répondre à  
nos attentes, toutes nos attentes.*

*A l'image de la « Mini Kitchen » de Joe Colombo pour Boffi,  
l'objectif est de créer 4 modules « fly case ».*

*Je veux changer de décor, je change, je veux moduler mon  
espace, je module, je déménage,*

*je plie, je déconnecte et j'embarque...*

*J'investis dans 1, 2, 3 ou 4 modules selon mes besoins, je  
connecte.*

*Cédric Martineaud*



**Cédric Martineaud**

### PORTRAIT

Scénographe, graphiste, architecte d'intérieur ? Cédric Martineaud pratique chacune de ces disciplines sans accepter l'étiquette d'aucune. « Je me sens avant tout comme un créatif curieux » dit-il, avant de rajouter non sans malice « jamais à ma place, mais toujours avec mon mot à dire. »

Sa première vocation est la danse contemporaine et classique, qu'il a pratiquée pendant douze ans. Une école exigeante où, sans nul doute il a pu instinctivement développer la maîtrise de l'espace qui aujourd'hui distingue ses réalisations. Un sens qu'il a pu affiner durant des études d'arts appliqués, au terme desquels il s'épanouit dans l'univers du stylisme, du graphisme et de la scénographie.

Aujourd'hui le studio.em intervient avec autant de faciliter pour mettre en scène des grands rendez-vous tels que la Foire de Bordeaux ou le salon Whos'Next, promouvoir lors d'événements des marques comme NIVEA, IKEA ou Alessi, ou encore concevoir des aménagements de boutique ou d'intérieur pour des particulier...

Toujours avec son mot à dire et une belle histoire à raconter, ses interventions privilégient l'intelligence du propos et l'élégance de la forme où les espaces se font sensibles et dédiés à la stimulations des sens.

● **GREEN WATERS**

par *Patrick Nadeau*

« Entre utopie, fiction et réalité, *Green waters* brode sur le thème de l'eau et du végétal. Le projet illustre et met en scène les dernières avancées de l'écoconception dans les espaces de bain (économie, récupération et filtration naturelle de l'eau).

Le végétal, outre ses qualités sensibles, esthétiques et architecturales offre de réels avantages pour la qualité de l'environnement. Ses vertus dépolluantes appliquées à l'air ambiant sont déjà reconnues, par contre ses capacités de filtration de l'eau restent encore largement sous exploitées en intérieur alors qu'elles sont mises en œuvres avec succès en extérieur (notamment dans les centrales d'épuration des eaux urbaines).

La salle de bains présentée interroge ces recherches et leur capacité à produire une esthétique singulière. Elle est articulée autour d'un parcours original de l'eau conduisant l'eau de pluie jusqu'à la machine à laver le linge en passant par la douche et un mini écosystème de filtration naturelle. Plafond et murs sont envahis de plantes vaporeuses à petites fleurs blanches (*Euphorbias silverfog*) simplement implantées dans d'étonnants pots de fleur permettant de les faire pousser à l'envers (*Sky planter - Patrick Morris*). Au dessus de la douche la voute végétale s'incurve sous le poids de l'eau de pluie collectée et traitée avant d'être utilisée pour la toilette. Au sol un bassin en anneaux relie la douche et la machine à laver le linge. Les plantes qu'il accueille filtrent et recyclent l'eau entre la toilette et la lessive.

Le projet met également en scène les produits les plus innovants en termes d'écologie (des toilettes sèches ou des robinetteries équipées de économiseur d'eau par exemple). »

*Patrick Nadeau*



Patrick Nadeau

PORTRAIT

Patrick Nadeau est architecte DPLG, diplômé de l'école d'architecture de Paris-Villemin. Après un post-diplôme design à l'école d'architecture de Charenton, il s'associe avec Christian Ghion de 1990 à 1997. Durant ces années, il est lauréat de nombreux concours et travaille sur des projets variés comme la lampe des Jeux Olympiques d'Albertville ou la scénographie d'espaces pour le Ministère de la Culture. Ses objets sont présentés à la galerie Néotu, dans le catalogue des Trois Suisses ou dans des musées, notamment le Centre Georges Pompidou.

En 1997, il ouvre son bureau en solo et élargit son activité de designer, d'architecte et de scénographe. Il s'intéresse aux recherches contemporaines sur les jardins et développe des projets où se croisent architecture, design et nature. Cette démarche singulière rencontre rapidement l'adhésion d'entreprises et d'institutions innovantes comme Authentics, le Festival des Jardins de Chaumont-sur-Loire, la Maison Hermès, Kenzo Parfums, Louis Vuitton, La Ville de Rennes, La Saline Royale d'Arc et Senans, Vertilignes, Boffi.

À l'automne 2011, la "Maison Vague" projet inscrit dans le cadre de l'opération Maison 2020 développé par la société de HLM l'Effort rémois située à Reims devrait être inaugurée. Cinq cartes blanches ont été données à des architectes sélectionnés sur concours par cet organisme pour concevoir et réaliser des maisons individuelles apportant un regard neuf et innovant dans la conception de nouveaux espaces à vivre.

Patrick Nadeau enseigne le design à l'ESAD de Reims où il développe un atelier de design végétal et à l'Ecole Camondo (Les Arts Décoratifs) à Paris. Il est également membre de l'OTJ (Observatoire des tendances du jardin) soutenu par l'Institut Jardiland.



## Le Grand Prix de la salle de bains d'hôtel

LAURÉAT JEAN-MARIE MASSAUD

Organisé depuis le lancement du salon, le Grand Prix de la salle de bains d'hôtel récompense un créateur pour sa réflexion autour de la salle de bains dans l'univers hôtelier. Particulièrement propice à l'innovation dans le domaine de la salle de bains, ce secteur demeure à l'avant garde des propositions, car la salle de bains est pour lui un facteur de différenciation fort auquel la clientèle est particulièrement sensible.

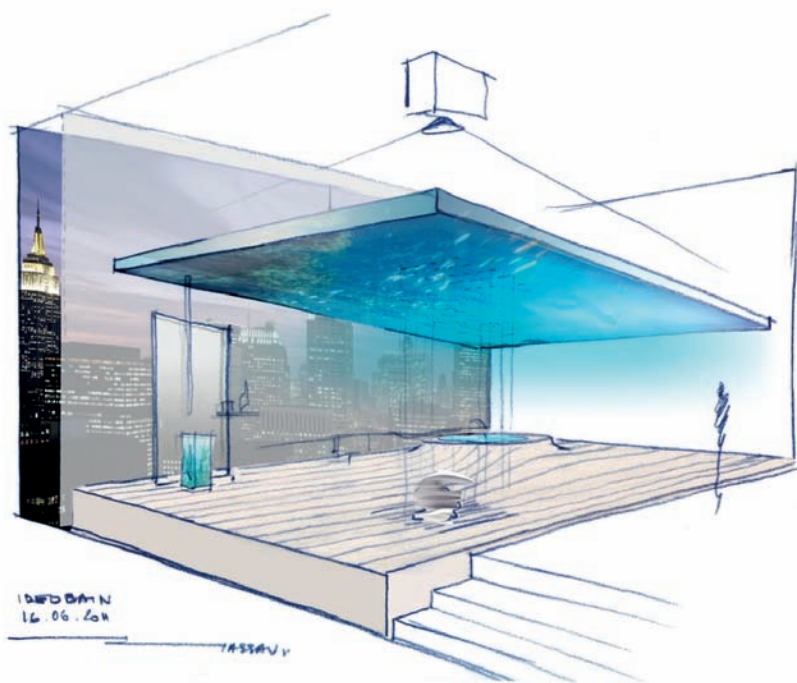
Après des hommages rendus à Andrée Putman, Terence Conran, India Mahdavi, Christophe Pillet et enfin Matali Crasset, Grand Prix de la Salle de Bains d'Hôtel en 2010, c'est au tour de Jean-Marie Massaud de présenter son interprétation de la salle de bains.

*« Réflexion sur notre relation sensorielle et émotionnelle avec l'eau... et la lumière.*

*La salle de bains d'hôtel non plus comme une pièce d'eau en second jour mais comme un espace transitionnel, landscaping onirique entre la lumière, les perspectives extérieures et le cocon intime de la « chambre » de repos.*

*Une manière de mettre en espace des désirs paradoxaux pourtant compatibles et fertiles. »*

Jean-Marie Massaud



Jean-Marie Massaud

### PORTRAIT

Diplômé de l'ENSCI en 1990, Jean-Marie Massaud est, depuis ses premières intuitions, dans une quête de synthèse. Son travail, tendu vers la réduction et la légèreté, a toujours revendiqué une formalisation symbolique comme accès à l'universel et l'intemporel. Il propose aujourd'hui des projets de vie plus globaux au travers de projets d'architectures, de stratégies de développement, de biens et de services. Car, si sa réputation dans le domaine du mobilier n'est plus à faire, Jean-Marie Massaud est avant tout l'homme d'une vision ; une vision philosophique et économique.

Du design industriel, à l'architecture, de l'innovation technologique aux travaux prospectifs, Il se place comme un homme de rupture. Son approche, à la fois globale et contextuelle, refuse le confort de la tendance pour faire acte de création, c'est à dire remettre en question l'existant, faire l'exercice du progrès et proposer des solutions aux enjeux de l'époque.

"l'Avoir" comme promesse de bonheur a engendré une crise de valeur puis une crise écologique doublée d'une crise économique. L'urgence est de sortir de l'hypnose consumériste où l'individu, saturé de modes et de tendances, est savamment aliéné à ses pulsions et à ses frustrations. C'est le non-sens de la croissance quantitative. Dans ce contexte, l'innovation ne peut être qu'humaine, donc culturelle et comportementale, pour muter l'économie de marché de la croissance quantitative à une croissance qualitative, plus vertueuse : de l'"AVOIR" à l'"ÊTRE".

Conscient de ses responsabilités de membre actif du système, Jean-Marie Massaud cultive une démarche constructive, attaché à proposer de nouvelles perspectives et de nouveaux choix.

## Exposition Immersion

### UNE PROJECTION SUR LES ESPACES SALLE DE BAIN DE DEMAIN

# Immersion

■ ■ ■ ■ ■ Espaces de bain, espaces de vie

Dans le cadre du salon idéobain, **les fabricants de mobilier de salle de bain de l'Unifa**<sup>1</sup> avec l'appui du VIA<sup>2</sup> et de l'Institut technologique Fcba<sup>3</sup> proposent, sur 400 mètres carrés, l'exposition « **Immersion** » : une approche prospective et originale qui, au travers de 4 aménagements correspondant à des styles de vie différents, permet d'appréhender ce que seront les espaces salle de bain de demain.

Partant du constat que l'organisation spatiale de la salle de bain sera amenée à évoluer sans cesse dans les prochaines décennies, les acteurs de cette exposition (Ambiance Bain, Delpha, Néoform, Pyram) proposent quatre agencements de salles de bains qui s'appuient sur des scénarios de vie.

« **Ministudio** » donne une réponse à l'optimisation de l'espace. La salle de bain s'inscrit ici dans un agencement où l'astuce et la flexibilité prévalent, sachant que les jeunes urbains vivront demain dans moins d'espace, donc nécessairement optimisé.

« **Confort bourgeois** » met en évidence que la salle de bain devient un espace vaste et familial, s'ouvre sur la chambre et n'est donc plus une pièce exiguë et aveugle. Sa valorisation passe aussi par le développement de registres décoratifs où se mêlent style classique et design contemporain.

« **Soin de soi** » démontre comment la salle de bain devient de plus en plus un lieu de soins dans lequel on se revitalise et on se réénergise, cette tendance étant le reflet d'un contexte sociétal à savoir l'esthétique et le culte de la beauté et du bien-être : un espace où l'on se ressource pour mieux faire face aux agressions extérieures.

« **Liberté de mouvement** » apporte des solutions aux besoins de fonctionnalité de chacun. L'agencement et le choix des matériaux de cet univers prennent en compte les risques potentiels liés à l'usage de ce lieu et répond ainsi aux objectifs suivants : ergonomie, facilité et sécurité des déplacements tout en intégrant des équipements adaptés, sources également d'autonomie et de plaisir. Cette configuration est déclinable pour les personnes à mobilité réduite et plus globalement les seniors.

Autre particularité de cette exposition : chaque espace sera animé par des acteurs, une « immersion » donc très live !

<sup>1</sup> Unifa : Union nationale des industries françaises de l'ameublement

<sup>2</sup> VIA : Valorisation de l'innovation dans l'ameublement

<sup>3</sup> Fcba : Forêt, cellulose, bois construction, ameublement

## À propos de l'AFISB

(ASSOCIATION DES INDUSTRIES DE LA SALLE DE BAINS, L'ASSOCIATION POUR LA PROMOTION DE LA SALLE DE BAINS)

### HISTORIQUE

La Fédération des Industries de la Salle de Bains FISB a été créée en 1995, pour regrouper les syndicats de fabricants experts dans l'univers de la salle de bains. La FISB a de nombreuses actions à son actif :

- une campagne nationale relayée par les distributeurs et les installateurs en 1997, 1998, 1999, déclinée en radio, télévision, presse
- la création du site Internet grand public en 2004, régulièrement actualisé [www.salledebains.fr](http://www.salledebains.fr)
- l'édition d'un guide de la salle de bains résumant les tendances et les conseils pour bien choisir et réaliser sa salle de bains
- le salon ideobain.

En 2008, la FISB se transforme en AFISB, l'Association Française des Industries de la salle de bains, qui permet une adhésion directe des membres.

L'AFISB est présidée par Serge LECAT, depuis juin 2011.

### SES MEMBRES

L'AFISB regroupe la grande majorité des industriels de la salle de bains, une quarantaine de fabricants généralistes et spécialistes dans les secteurs de la céramique sanitaire, de la baignoire et douche, de la robinetterie, du meuble, des accessoires, des équipements techniques. L'AFISB pèse plus de 60 % du marché français de la salle de bains.

### LES MISSIONS DE L'AFISB

- Fédérer les fabricants généralistes et spécialistes
- Promouvoir la salle de bains de qualité
  - en mettant en avant les marques des industriels qui conçoivent, produisent et commercialisent des produits qui répondent aux besoins et attentes de consommateurs de plus en plus avertis. Les marques apportent l'innovation, le design, de nouvelles technologies tout en garantissant la sécurité et le suivi des produits, le tout dans le respect de l'environnement.
  - en s'associant à la filière professionnelle qui, de la conception à la réalisation via une distribution de proximité met en valeur les produits et les marques
- Développer le marché en incitant les consommateurs à s'orienter vers des produits qui apportent toujours plus de confort.

### SES ACTIONS

#### Auprès du particulier

L'AFISB communique des informations à travers 2 vecteurs :

- le salon ideobain dont l'originalité est le concept Modes de Bains, réservé en 2012 à des architectes, est un salon professionnel ouvert au grand public positionnant la salle de bains dans l'univers du bien être et de la décoration, et un évènement de référence sur le marché européen.
- le site Internet actualisé [www.salledebains.fr](http://www.salledebains.fr) visité par une moyenne de 45 000 internautes par mois.

#### Auprès des fabricants

L'AFISB défend la qualité des produits à travers les normes et la certification, et assure la promotion du marché de la salle de bains.

#### Auprès des négociants grossistes

L'AFISB incite le particulier à se rendre dans les salles d'exposition, dans lesquelles il trouve des solutions et des conseils.

#### Auprès des installateurs

L'AFISB incite les professionnels à respecter les bonnes règles de pose à travers des conseils d'installation disponibles sur le site [www.salledebains.fr](http://www.salledebains.fr), rubrique salle de bains pro. Ensemble, ils ont participé à la refonte du DTU, règles de l'art pour l'installation.

#### Auprès des prescripteurs

L'AFISB a mis en place un label AFISB BIEN VIVRE pour identifier les produits destinés aux seniors et à la mobilité réduite. Les prescripteurs pourront ainsi choisir des produits adaptés, en accord avec la loi de 2005.



## Fiche technique salon

Idéobain est un salon de l'AFISB organisé par Reed Exhibitions, leader mondial de l'organisation de salons.

La manifestation se déroule en synergie avec Interclima + elec, salon de l'efficacité énergétique des bâtiments.

Le salon **Idéobain 2012** ouvrira ses portes du 7 au 12 février 2012 à Paris Porte de Versailles, Hall 1.

**Journées grand public les samedi 11 et dimanche 12 février 2012.**  
*Une journée spéciale d'ouverture au grand public en avant première (sur invitation) le vendredi 10 février à partir de 14h00.*

Horaires d'ouverture du salon :

>> **Les 7, 8 et 9 février 2012 : 9h00 à 19h00.**

>> **Le 10 février 2012 : 9h00 à 20h00.**

>> **Les 11 et 12 février 2012 : 10h00 à 18h30.**

Pour en savoir plus et retrouver toutes les informations pratiques, rendez-vous sur le site officiel du salon : **[www.ideobain.com](http://www.ideobain.com)**



Téléchargez toutes les images du dossier sur le site internet  
**[www.mlapresse.fr](http://www.mlapresse.fr)**

SERVICE DE PRESSE : MLA Connection RP

Christine Mazelle - Stéphanie Morlat - Frédérique Crété

Tél. : 01 53 24 99 19

email : [stephaniemorlat@14septembre.fr](mailto:stephaniemorlat@14septembre.fr) - [frederiquecrete@mlapresse.fr](mailto:frederiquecrete@mlapresse.fr)

Site Internet : [www.mlapresse.fr](http://www.mlapresse.fr)