



La Federación Europea de la Industria del Parquet (FEP), ha elaborado un estudio de mercado mediante una encuesta en 8 países europeos: Alemania, Austria, España, Francia, Italia, Holanda, Polonia y Suecia. El estudio ha sido realizado por InSites Consultoría.

En este estudio se ofrece una visión general de la estructura del mercado, su potencial, el conocimiento y percepción que tienen los encuestados de los diferentes tipos de suelos, así como el proceso de compra: razones y expectativas.

En la encuesta han participado 8.194 consumidores de los 8 países. Las cifras son representativas tanto de cada país y para Europa, de acuerdo a la edad (25-70) y el género.

La encuesta indica que en el 89% de las viviendas o apartamentos hay colocados algo de suelos cerámicos, que en el 43% hay algo de parquet, que en el 42% hay algo de terrazo, que en el 34% hay algo de suelo laminado, en el 27% hay algo de moqueta y en el 19% algo de suelo vinílico.

La popularidad de los suelos de madera es diferente según el país. En Suecia, se pueden encontrar piso de madera en 8 de cada 10 hogares, asimismo en Polonia en el 67% y Austria en el 65% hay suelos de madera. Sin embargo en España sólo en el 16% de las viviendas o apartamentos tienen suelos de madera.

Los suelos de madera en su mayoría se instalan en habitaciones o salones. El sistema de colocación más utilizado es el de maderas pegadas o clavadas.

El 50% de los encuestados que poseen o alquilan una casa o un apartamento considera la posibilidad de cambiar el suelo en los próximos 5 años. Especialmente los de la sala de estar, el dormitorio y la cocina.

Quien elige parquet, la mayoría (60%), opta por parquet flotante y prefieren comprar a un distribuidor especialista en parquet (45%) por encima de una tienda de bricolaje (39%). Sin embargo, actualmente se han instalado suelos en la mayoría de los casos adquiridos en tiendas de bricolaje después de la consulta de las tiendas. «La gente tiende a

visitar las tiendas profesionales primero y lo utilizan como una fuente de información a lo largo de su proceso de decisión de compra de su suelo, pero compran en la tienda de bricolaje», explica Christophe Vergult, Socio Director de InSites Consulting.

La visita a una tienda tiene un gran impacto en el proceso de decisión por ver las muestras reales del suelo y por la información sobre el mantenimiento y la limpieza, es mucho menos, pero también es importante para tomar la decisión, la opinión de los demás (39%) y la propia experiencia anterior (38%).

En cuanto a las tendencias, vemos que existe una atención importante acerca de la decoración de la casa. Para la decoración, la gente prefiere los productos más reales que las copias falsas, aunque cuesten más. Esto no significa que el presupuesto no sea un problema. La gente cree que la crisis económica tiene hoy un fuerte impacto en sus gastos y que también tendrá un fuerte impacto en el gasto futuro. Pero consideran que un suelo de madera es una buena inversión en el largo plazo.

La gente pasa más tiempo en casa en comparación con hace 5 años. Un suelo de madera se asocia con una «calidez» que no se da en los laminados, cerámica o piedra natural, PVC, hormigón o la moqueta.

También se observa la eco-responsabilidad en la construcción, la gente vive cada vez más respetando al medio ambiente. Los suelos de madera están asociados a sentimientos de natural, auténtico y duradero. El parquet está asociado con menos productos químicos.

InSites Consulting es una empresa líder en investigación de mercados con una fuerte posición internacional. Se estableció como una empresa spin-off de la Vlerick Leuven Gent Management School. En línea a través de un panel compuesto por más de 2.000.000 miembros del grupo, repartidos en 25 países europeos. La oficina central en Gante cuenta con 75 empleados altamente cualificados y experimentados ▲



mueble



COLECCION WAJIMA

Madera lacada a la manera tradicional japonesa

A raíz de su objetivo de desarrollar productos industriales y artesanales de Japón la empresa Japan Brand nos invitó a concebir un objeto contemporáneo utilizando know-how tradicionales, tratando de abrir el camino para nuevos usos y aplicaciones.


A medida que nuestras ideas se orientaban hacia los lacados y recubrimientos, Ronan tuvo la oportunidad de visitar varios talleres de Japón de una de las grandes zonas de producción de lacados: Wajima. Después de diez días de inmersión en el fascinante mundo de los artesanos, tratando de comprender todas las técnicas de fabricación y las atmósferas y criterios decisivos para la realización, decidimos concentrarnos sólo en lacados y elegir el taller que nos pareció más adecuado para una profunda y ágil colaboración.

Considerando que la demanda de un objeto único como el que se trataba, insistimos en proponer una colección que pudiera ilustrar una amplia gama de posibilidades de aplicaciones de la laca. Por lo tanto, se trabajó en cuatro objetos que deliberadamente tuvieran diferentes destinos, tales como cocina, tanto en el ámbito doméstico como 'nómada'. Nuestro principal deseo era mostrar la belleza de lo que refleja perfectamente la laca y sus posibles usos en la vida cotidiana, a través de simples, pero variados objetos preciosos.

La *lámpara* es una caja luminosa en la que destaca la magnificencia de laca, donde la presencia de grandes superficies brillantes ayudan a reflejar la luz. Gracias al resplandor rojo difundido por la luz cuando se enciende, un olor muy sutil emana de la laca y crea una suave y cautivante atmósfera.

La *mesa iluminada* es un conjunto de tres elementos que recuerdan claramente las formas lacadas muy tradicionales. El último elemento que se deriva de esta sencilla combinación sugiere la infinitas posibilidades que ofrece el producto y sus elementos clásicos. Esto demuestra que las formas familiares pueden producir objetos contemporáneos variados y misteriosos. El uso de LEDs en ambas lámparas aumenta el efecto del matrimonio entre las técnicas antiguas y recientes.

La *doble bandeja para la comida* estaba inicialmente pensada como un objeto de cocina con varias posibles aplicaciones. Cerrado por dos imanes la forma parece una infinita curva, sin ninguna aspereza. Abierta, propone una bandeja simétrica doble que puede acoger cualquier tipo de comida o un objeto.

El espejo de bolsillo es un delicado objeto de viaje que expresa la maravillosa textura de la laca. Al final, este tipo de espejo unisex plantea una impresión de banalidad y lujo, al mismo tiempo 

Ronan y Erwan Bouroullec





mueble



