



Observatorio
de Tendencias
del Hábitat



**Cuaderno de Tendencias
del Hábitat 08-09.** *Resumen

*Habitat Trends Notebook 08/09 . *Brief*

Instituto de Tecnología Cerámica

Tel. 964 220 312 / oth@itc.uji.es

www.tendenciashabitat.es

Cuaderno de Tendencias del Hábitat 2008 / 2009

Textos:

Silvia M. Rodríguez Vives
Pepa Casado D'Amato
Vicente Sales Vivó
Cristina Revert Carreres
Raquel Gálvez Orejuela

Diseño y maquetación:

Pepe Gimeno • Proyecto Gráfico

Habitat Trends Notebook 08-09

Texts:

*Silvia M. Rodríguez Vives
Pepa Casado D'Amato
Vicente Sales Vivó
Cristina Revert Carreres
Raquel Gálvez Orejuela*

Design:

Pepe Gimeno • Proyecto Gráfico

Quedan prohibidos, dentro de los límites establecidos por la ley y bajo los apercibimientos legales previstos, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, ya sea electrónico o mecánico, el tratamiento informático, alquiler o cualquier otra forma de cesión de la obra sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright.

Todas las imágenes son propiedad de sus respectivos dueños y han sido reproducidas con su consentimiento.

© AIDIMA, AITEX e ITC, 2007.
AIDIMA,

AITEX e ITC se reservan todos los derechos y, en particular, los de reproducción, distribución, comunicación pública y de transformación, incluso parcial. Las informaciones y datos de este informe han sido debidamente verificadas. No obstante, AIDIMA, AITEX e ITC no aceptan ninguna responsabilidad por su uso.

ISBN: 97884-95077-28-0

Depósito Legal: V-3372-2007

Comunidad Valenciana, agosto 2007



Cuaderno de Tendencias del Hábitat 08-09. *Resumen
*Habitat Trends Notebook 08/09 . *Brief*

Índice

1

El cuaderno
The notebook

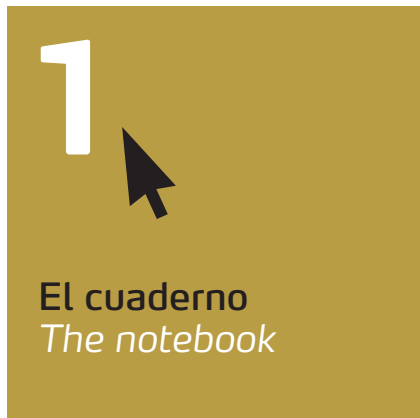
2

Situación general del Hábitat
General situation of the habitat

3

Las tendencias
The trends

04



El Observatorio de Tendencias del Hábitat® plantea la investigación desde una visión global del hábitat. Además de estudiar los elementos que lo conforman (arquitectura, interiorismo, mobiliario, recubrimientos y textil hogar), los relaciona con estrategias de comunicación y distribución y con el entorno sociocultural en que el hábitat está inmerso.

El resultado de este estudio es la identificación y caracterización de siete tendencias que se introducen en el Cuaderno de Tendencias del Hábitat como Tendencias en el Hábitat 08-09, estando vinculadas a una serie de claves socioculturales y del mercado.

El Cuaderno de Tendencias del Hábitat 2008-2009 es, pues, una herramienta de trabajo para las empresas relacionadas con sectores productivos de elementos que integran el hábitat desde una perspectiva global.

The Habitat Trends Observatory® grounds its research in a global view of the habitat. Not only does it study the elements forming the habitat (architecture, interior design, furniture, coverings and home textiles), it also relates these to communication and distribution strategies, and to the socio-cultural environment in which the habitat is immersed.

The study has led to the identification and characterisation of seven trends, which are introduced in the Habitat Trends Notebook as Habitat Trends 08-09, and are linked to a set of socio-cultural and market keys.

The Habitat Trends Notebook 2008-2009 thus serves as a working tool for companies involved in producing the items that make up the habitat, from a global standpoint.



05

El cuaderno *The notebook*

Está concebido para ser utilizado de un modo muy práctico, como manual de uso cotidiano, con el fin último guiar a la empresa en sus estrategias y líneas de producto para el hábitat que ofrezcan a los usuarios y consumidores de nuestros días respuestas concretas y creativas a sus demandas.

Estos productos y estrategias responderán, pues, a las exigencias y necesidades de los actuales perfiles de consumo, a través de la innovación en cuanto a diseño y marketing.

El Cuaderno de Tendencias del Hábitat 2008-2009 ofrece información detallada sobre la siete tendencias que ha determinado el Observatorio de Tendencias del Hábitat®, así como sus relaciones con las diferentes claves socioculturales y de mercado y comunicación más relevantes del panorama actual y gran cantidad de ejemplos a nivel internacional.

It is conceived for use in a very practical manner, as a manual for daily usage and guidance for companies in their strategies and product lines for the habitat, enabling them to offer today's users and consumers specific, creative responses to their demands.

Such products and strategies will therefore meet the demands and needs of current consumer profiles, through their innovative design and marketing.

The Habitat Trends Notebook 2008-2009 offers detailed information on the seven trends identified by the Habitat Trends Observatory®, together with their relationship to the different socio-cultural, market, and communication keys most relevant to the current situation, in addition to numerous international examples.



06

El cuaderno *The notebook*

El cuaderno se divide en tres partes, las cuales corresponden a las tres áreas de conocimiento de las que se ocupa el Observatorio de Tendencias del Hábitat @:



Tendencias del hábitat

Constituye el cuerpo central del cuaderno en el que se presentan las tendencias del hábitat 2008/2009. A modo de introducción se realiza una descripción de la situación general del hábitat, la cual nos acerca al momento excepcionalmente creativo que estamos viviendo, de una extraordinaria búsqueda de la emocionalidad de los espacios y los objetos. Al mismo tiempo, se está asumiendo la necesaria responsabilidad hacia la sociedad y el medio ambiente por parte de todos los sectores involucrados en el hábitat.

The notebook has been divided into three parts, corresponding to the three areas of knowledge on which the Habitat Trends Observatory@ focuses:

Habitat trends

This makes up the central body of the notebook and sets out the habitat trends for 2008/2009. A general description of the habitat is given as an introduction, which provides some idea of the exceptionally creative times we are living through, with an extraordinary quest for emotionality in spaces and objects. At the same time, all the sectors involved in the habitat are engaged in assuming their relevant responsibility towards society and the environment.

A continuación, se introducen las siete tendencias del hábitat identificadas: Excessive Objects, Press Start, Home Sweet Home, Connective Space, (G)Local, Manifiesto y Green Balance.

Para una mejor comprensión y, por ello, aplicación de las tendencias, se propone una lectura muy clarificadora de las mismas que describe en profundidad cada tendencia.

Set out below are the seven habitat trends that have been identified: Excessive Objects, Press Start, Home Sweet Home, Connective Space, (G)Local, Manifiesto, and Green Balance.

To better understand and hence apply the trends, a clarifying reading of these trends is proposed, with an in-depth description of each trend.



Claves de mercado

Market keys

Las claves de mercado nos presentan las estrategias de comunicación y distribución comercial más recientes e innovadoras que van a conformar el panorama futuro. Se introducen conceptos como El consumo de la experiencia, La redefinición del lujo, Personalidad en el consumo, La necesidad de sorpresa, El consumidor interactivo, Mercados críticos o Consumo comprometido.

The market keys provide the latest, most innovative communication and commercial distribution strategies that will make up the future scene. Concepts are introduced, such as Consumption of experience, Redefining luxury, Personality in consumption, Need for surprise, Inter@ctive consumerism, Critical markets, and Committed consumption.



Claves socioculturales

Socio-cultural keys

Las claves socioculturales nos informan de los cambios sociales que se están produciendo. Una serie de factores como las expresiones culturales, las TIC o la propia sociedad anticipan y condicionan los cambios que se van a producir en el hábitat. Así, las claves que se introducen son: El hiperconsumo del siglo XXI, Web 2.0: el mundo conectado y participativo, La sociedad de género único, La búsqueda del bienestar integral, La democratización del conocimiento, La visión de un futuro mejor y La acción social.

The socio-cultural keys tell us about the emerging social changes. A series of factors, such as cultural expression, ICT (Information and Communication Technologies), or society itself anticipate and condition the changes that will be taking place in the habitat. The following keys are thus introduced: Hyperconsumerism in the 21st century, Web 2.0: the connected and participative world, Single gender society, The quest for wellness, Democratization and knowledge, Vision of a better future, and Social action.

08

2



**Situación general
del hábitat**
*General situation of
the habitat*

Los espacios vividos y los objetos cotidianos han venido formando una imaginería con la que el individuo se siente estrechamente vinculado y en cierto modo identificado, al menos cómodo.

La evolución de la forma en que habitamos nos habla de cómo cambia nuestro modo de relacionarnos, nuestros valores e intereses, nuestro ocio, cómo descansamos y en definitiva de cómo es y evoluciona el ser humano. Al mismo tiempo, son precisamente estos cambios que se generan en torno al individuo los que nos dan las claves para entender cómo se transforma el hábitat.

Para comprender la dinámica de las tendencias del hábitat resulta indispensable conocer la situación del entorno socio-cultural y las claves del mercado que las posibilitan y contribuyen a que se extiendan.

Actualmente, nos encontramos en un momento extremadamente activo en el hábitat, tanto por la gran cantidad de propuestas que desde diversas disciplinas se presentan como por su importante aportación creativa a la forma de habitar.

La gran variedad de propuestas que se están dando en el hábitat y la enorme creatividad con la que se realizan son un síntoma de un momento en el que se están replanteando y explorando nuevas formas de ser y por ello de habitar.

The areas we inhabit and everyday objects form an imagery to which individuals feel closely connected and have to some extent identified, or at least felt comfortable.

The evolution in the way we live tells us how we interrelate with changes, about our values and interests, our leisure, how we rest and finally what humans are like and how they are evolving. At the same time, it is precisely these changes occurring around the individual that provide us with the keys to understanding how the habitat transforms itself.

In order to comprehend the dynamics of habitat trends it is essential we understand the situation of the socio-cultural surroundings and the market keys that make them possible and contribute to their extension.

We are currently going through a period of intense activity in the habitat, because of the many proposals being put forward from different fields and their important creative contribution to the way we live.

The great variety of proposals emerging in the habitat and the enormous creativity with which they are being made are symptomatic of a moment in which new forms of being, and hence of living, are being refocused and explored

Madam Rubens, de Frank Willems, a partir de colchones de espuma realiza una serie de doblados que recubre con pintura plástica.

Madam Rubens, by Frank Willems, made by folding foam mattresses and coating these with paint.



09

Situación general del hábitat

General situation of the habitat

Existen dos rasgos principales que definen este momento. El primero se vincula al carácter emocional que están adquiriendo los objetos y espacios, en los que el usuario siente, se expresa, se relaciona y desarrolla su personalidad. Por otro lado, hay tendencias relacionadas con la creciente consciencia y sentido de responsabilidad del individuo hacia los otros y otras, la sociedad y el medio ambiente.

En el marco de este concepto de hábitat más emocional y cercano al individuo, se plantean espacios y objetos que facilitan la socialización y la relación en ambientes más distendidos, menos rígidos. De este mismo modo la arquitectura, por ejemplo, llega a desarrollar un aspecto lúdico o a contribuir al ocio. La tecnología, la cual se encuentra muy vinculada al ocio y a la comunicación, cada vez más intuitiva, ahora penetra en los hogares de una forma inaudita, tiene como función proporcionar bienestar e incluso emocionarnos a través de la generación de experiencias ambientales.

Es precisamente el valor emocional de los objetos-espacios el que más se está explorando actualmente, valor que va más allá de la mera estética, más bien busca causar una reacción en el individuo apelando a su emocionalidad.

Two main features define this moment. The first is linked to the emotional nature that objects and spaces are acquiring, in which users feel, express themselves, relate to others, and develop their personalities. On the other hand, there are trends relating to a growing awareness and sense of responsibility that individuals feel towards others, society, and the environment.

It is in the frame of a more emotional and personalised habitat context that areas and objects facilitating socialisation and relationships in more distended, less rigid atmospheres are being advanced. This is also how architecture, for instance, started developing a playful appearance, contributing to leisure. Technology, which is closely linked to leisure and communication, and is increasingly intuitive, now enters our homes as never before to provide wellness and even to move us by generating environmental experiences.

It is precisely the emotional value of objects and spaces that is currently being explored most extensively, a value that goes beyond mere aesthetics, seeking to provoke reactions in individuals by appealing to their emotions.

Gráfica en Construcción, (Trans-hitos, ALICER / ITC). Es un proyecto que se compone de una serie de piezas cerámicas que se pueden mover dentro de un mural a modo de los puzzles de niños.

This project comprises a series of ceramic pieces that can be shifted around in the mural, like a child's puzzle (Trans-hitos, ALICER / ITC).



10

Situación general del hábitat

General situation of the habitat

Así nacen objetos que nos esbozan una sonrisa, espacios que nos sorprenden o nos evaden de la realidad, en los que sentimos únicos. Nos aportan bienestar no solo físico muy vinculado con la armonía de la naturaleza, sino también emotivo y así nos acogen y nos dan otro tipo de confort más próximo a la emoción que a la ergonomía.

La relación que se establece entre el propio usuario y este tipo de objetos y espacios es cada vez más activa y bidireccional, y en todo caso se genera un vínculo muy estrecho entre ambos, en ocasiones el valor simbólico del objeto llega a eclipsar hasta su función.

Las tendencias que tienen como clave la provocación de emoción o la interacción con el usuario son EXCESSIVE OBJECTS, HOME SWEET HOME, PRESS START y CONNECTIVE SPACE.

Objects are thus born that hint at a smile, and spaces that surprise us, or help us escape from reality, where we feel unique. They bring us a wellness that is not only physical and closely linked to harmony and nature, but that is also emotive, welcoming us and providing us with a different type of comfort, closer to emotion than ergonomics.

The relationship set up between the user and these types of objects and spaces is increasingly active and two-way, in any case forming a very close link between both, with the symbolic value of the object sometimes overshadowing its use.

The trends aimed at arousing emotions or interacting with users are EXCESSIVE OBJECTS, HOME SWEET HOME, PRESS START, and CONNECTIVE SPACE.



11

Situación general del hábitat

General situation of the habitat

Sin embargo, esta intensa apropiación de atributos emocionales que se está dando hábitat no es el único camino que se está explorando. Como cabría esperar, esta búsqueda activa de nuevos modos de habitar, de relacionarnos con nuestro entorno, se realiza en una varias direcciones.

De esta forma, el auge del sentido de la responsabilidad hacia el individuo, la sociedad y el medio ambiente ha facilitado la existencia de una conciencia renovada que implica, en los sectores del hábitat, un replanteamiento altamente propositivo y creativo de nuestra forma de habitar.

Hablamos de tendencias como MANIFESTO, GREEN BALANCE y (G)LOCAL, las cuales, de una manera u otra, realizan un cuestionamiento del hábitat actual y proponen activamente nuevas formas de llevarlo a cabo, más o menos transgresoras, pero en todo caso desde este sentido de responsabilidad.

However, this intense appropriation of emotional attributes emerging in the habitat is not the only avenue being explored. As might be expected, this active search for new ways of living, of relating to our environment, is pursued in several directions.

This is how the enhanced feeling of responsibility towards the individual, society, and the environment has facilitated the development of a renewed conscience which implies, in the habitat branches, a new, highly propositional and creative refocusing of our way of life.

We are speaking about trends such as MANIFESTO, GREEN BALANCE, and (G)LOCAL, which, in one way or another, question the current habitat and actively propose new ways of embodying it, which are more or less transgressive, but in any event based on this sense of responsibility.

Situación general del hábitat

General situation of the habitat

Un aspecto relevante en este tipo de tendencias es que se proyecta el objeto o espacio en función de su uso, así, se proponen edificios energéticamente autosuficientes, accesibles y que resuelven situaciones concretas en un determinado entorno, como son los refugios y casas preparadas para desastres naturales. La tecnología en el hogar, que cada vez se torna más amable e intuitiva, se destina a facilitarnos las acciones cotidianas. Mientras, la investigación privada y pública se centra en productos, materiales y sistemas sostenibles y beneficiosos para la salud. En un sentido más crítico encontramos objetos que transmiten una cierta ideología o actitud y son provocadores, los cuales se sitúan muy cerca del arte, adquiriendo entonces el papel de denuncia social.

En definitiva, este carácter extraordinariamente propositivo del hábitat, en el que se están planteando numerosas formas de habitar, de relacionarse con los objetos y los espacios, se dirige, como ya hemos apuntado, a un acercamiento al ser humano, a sus inquietudes y emociones, tanto individuales como sociales. Estamos asistiendo a un momento de gestación y experimentación en el que la creatividad se convierte en la clave para crear nuevos espacios habitables.

One relevant aspect of these types of trends is that the object or space is projected according to how it is used; accessible, energy self-sufficient buildings are thus proposed, which resolve specific situations in specific environments, such as shelters and homes prepared for natural disasters. Technology in the home, which is increasingly friendly and intuitive, is designed to make our everyday tasks easier. In the meantime, private and public research focuses on sustainable products, materials and systems that are beneficial to health. From a more critical standpoint we find objects that transmit a certain ideology or attitude and which are provocative, situating them close to art, hence taking on the role of social protest.

In short, the extraordinarily propositional nature of the habitat, where so many ways of living and relating to objects and spaces are being proposed, is directed at more closely approaching human beings, their concerns and emotions, both individually and socially. We are witnesses to a moment of gestation and experimentation in which creativity is the key to developing new living spaces.



Productos de la firma Edra revestidos con tejidos brillantes y con diversas aplicaciones de Swarovski Crystal, representando una estética basada en el lujo y en la ornamentación efectista.

Products by the Edra company covered with shiny fabrics and different applications of swarovski Crystal, constituting an aesthetics based on luxury and theatrical ornamentation.

13



EXCESSIVE OBJECTS

La tendencia Excessive Objects supone una propuesta extremadamente expresiva del lujo y la exclusividad. Se generan espacios que rayan el exceso, iniciativas apasionadas e impulsivas como formas de expresión desinhibidas y libres.

Manifestaciones:

Trasn-realidad: los lugares cotidianos se vuelven mágicos, los espacios y objetos surrealistas y fantásticos.

Delirio rococó: el detalle resulta omnipresente.

EXCESSIVE OBJECTS

The Excessive Objects trend involves an extremely expressive view of luxury and exclusiveness. Spaces are generated that border on excess, passionate and impulsive initiatives as ways of uninhibited and free expression.

Manifestations:

Trans-reality: everyday places become magical, spaces and objects surreal and fantastic.

Rococo delirium: detail becomes omnipresent.



Wall Invader de Radi Designer incita al usuario a decorar por sí mismo las paredes usando la pistola de juguete.

Wall Invader by Radi Designer invites users to decorate the walls themselves using a toy gun.

14

Las tendencias

The trends

PRESS START

Basada en una atracción por un mundo dominado por la diversión de lo cotidiano y el placer personal, esta tendencia es capaz de provocarnos nuevas sensaciones y experiencias. Los ambientes buscan sorprender, en ocasiones, a través de la provocación y el humor.

Manifestaciones:

Retro-collage: ambientes rebosantes de estímulos y cargados de personalidad del usuario.

Espacios de ficción: espacios de ciencia ficción refinada donde jugar e interactuar.

Creatividad cotidiana: los objetos sorprenden con la naturalidad de la inocencia y el juego.

PRESS START

Based on the attraction of a world dominated by the entertainment of everyday things and personal pleasures, this trend is able to inspire new sensations and experiences. The environments seek to surprise, sometimes through provocation and humour.

Manifestations:

***Retro-collage:** environments bursting with stimulants and laden with their users' personalities.*

***Fictional spaces:** spaces from sophisticated science fiction in which to play and interact.*

***Everyday creativity:** objects surprise us with the naturalness of innocence and play.*

Molo - softwall, del estudio de diseño Forsythe + Macallen, es un sistema plegable que permite múltiples divisiones en función de las necesidades y el espacio.

Molo - softwall, by design studio Forsythe + Macallen is a fold-back system that allows multiple divisions according to needs and space.



15

Las tendencias *The trends*

HOME SWEET HOME

Esta tendencia se vincula íntimamente con la forma en la que habitamos y nos relacionamos dentro del hogar. Se caracteriza por un afán de hacer la vida más sencilla, natural y cómoda. El hogar se convierte así en un lugar amable que nos aporta bienestar emocional, tanto a nivel personal como social. El componente emocional y el placer personal son la clave para comprender esta búsqueda de bienestar.

Manifestaciones:

Extra-blando: los objetos se tornan mullidos, nos envuelven y además nos cuidan.

Naturaleza bucólica: la naturaleza entra en los hogares como un placebo generando espacios alegóricos.

HOME SWEET HOME

This trend is closely linked to the way we live and interrelate in the home. It is characterised by an eagerness to make life more simple, natural, and comfortable. The home thus becomes a pleasant place that provides us with emotional wellness, on both a personal and social level. The emotional component and personal pleasure are critical to understanding this quest for wellness.

Manifestations:

Extra-soft: objects become soft, enveloping us and caring for us.

Bucolic nature: nature enters our homes like a placebo, generating allegorical spaces.



Sociópolis. Sharing Tower. VICENTE GUALLART. Proyecto urbanístico situado en la huerta de Valencia que pretende crear espacios de vida donde se potencien las relaciones sociales y el sentimiento de comunidad. Para ello crea apartamentos con gran cantidad de zonas compartidas.

Sociópolis. Sharing Tower. VICENTE GUALLART. Urban project located on the outskirts of Valencia, which aims to create living spaces that foster social relations and a feeling of community. For this, Guallart creates apartments with a great number of shared areas.

16

Las tendencias

The trends

CONNECTIVE SPACE

Supone una perspectiva creativa que propone nuevas formas de habitar con un fuerte componente tecnológico. Busca y explora nuevos espacios para el futuro, que respondan a los cambios en el individuo y sus relaciones sociales, tanto a nivel privado como público, a través de las TIC's (Tecnologías de la Información y Comunicación).

Manifestaciones:

Supra –bienestar: tecnología al servicio del bienestar, imperceptible, pero funcional.

Exploración: investigación formal de los espacios para adaptarlos a las nuevas formas de relaciones sociales.

CONNECTIVE SPACE

This involves a creative perspective that proposes new ways of living with a strong technological component. It seeks out and explores new spaces for the future, which respond to changes in individuals and their social relations, both public and private, through ICT (Information and Communication Technologies).

Manifestations:

***Supra–wellness:** technology at the service of wellness, imperceptible, but functional.*

***Exploration:** formal investigations into spaces in order to adapt them to new forms of social relationships.*

Anne-Claire Petit, productos textiles con una clara alusión a la artesanía y un alto contenido emocional

Anne-Claire Petit, textile products with a clear allusion to craftwork and high emotional content.



17

Las tendencias *The trends*

(G)LOCAL

A través de esta tendencia se explora la noción de objeto como expresión de una determinada cultura, el cual muestra además su evolución. Supone una revalorización de lo hecho a mano, de aquello capaz de transmitir la cultura propia o foránea de un lugar. Los objetos y ambientes dentro de esta tendencia aportan valor creativo que le imprime un carácter único.

Manifestaciones:

Exploración cultural: el objeto, como expresión de una determinada cultura, adquiere un valor narrativo y emocional.

Artesanía revisitada: reinterpreta la artesanía local dentro de un contexto globalizado.

(G)LOCAL

This trend explores the notion of the object as the expression of a particular culture, which also displays its evolution. It entails valorising what is handmade, what is capable of transmitting a place's own or foreign culture. The objects and ambients in this trend contribute creative value that imprints it with a unique character.

Manifestations:

Cultural exploration: the object, as an expression of a certain culture, acquires a narrative and emotional value.

Craftsmanship revisited: reinterprets local craftsmanship in a globalised context.



Flower Chair de Mareike Gast es un asiento realizado con periódicos reciclados.

Flower Chair by Mareike Gast is a chair made from recycled newspapers.

18

Las tendencias *The trends*

MANIFESTO

La tendencia MANIFESTO supone el propio cuestionamiento del hábitat, ya que se pregunta por qué habitamos tal como lo hacemos. En este sentido es extremadamente crítica y provocadora. Actúa como un revulsivo que reacciona ante el sistema social, político y económico.

Manifestaciones:

Lo imperfecto: recuperación de la función original de los objetos mediante un lenguaje honesto y sincero.

Protesta: el objeto de diseño se convierte en una pancarta en la que el mensaje domina frente a la función.

Proyecto: utopía: nuevas propuestas de habitar desde una perspectiva experimental, creativa e irónica.

MANIFESTO

The MANIFESTO trend questions the habitat itself, since it asks why we live as we do. In this respect it is extremely critical and provocative. It is a salutary awakener that reacts against social, political, and economic systems.

Manifestations:

The imperfect: recovery of the original function of objects using an honest, sincere language.

Protest: the design object becomes a banner in which the message predominates over the function.

Project: Utopia: new proposals for living from an experimental, creative, and ironic perspective.

Nuevo concepto de hotel de la cadena Groupe Germain. ALT Hotels, ofrece un precio asequible sin renunciar a una óptima calidad y confort, además de minimizar el impacto sobre el medio ambiente. Una de las medidas adoptadas es la incorporación de tecnología geotermal, que permitirá mantener una temperatura constante en el edificio. El primero de ellos, The Montreal Hotel, será construido en Brossard (Canadá) y está diseñado por el arquitecto Viateur Michaud.

A new concept in hotels from the Groupe Germain chain, ALT Hotels, is available at an affordable price without sacrificing optimum quality and comfort, while minimising the impact on the environment. One of the measures adopted is geothermal technology, which enables a constant temperature to be maintained in the building. The first of these, The Montreal Hotel, will be built in Brossard (Canada) and has been designed by architect Viateur Michaud.



Las tendencias

The trends

GREEN BALANCE

Esta tendencia se caracteriza por una importante carga ética y social que se ve implícita en toda una serie de productos, proyectos y espacios propuestos con la finalidad de mejorar las condiciones de vida. En relación al reconocimiento de la responsabilidad social y medioambiental, se replantea cómo interactuamos con el entorno, con la sociedad en general y con el individuo en particular.

Manifestaciones:

Lo sostenible: búsqueda de la sostenibilidad desde una perspectiva holística.

Naturaleza inmediata: acercamiento creativo de la naturaleza al espacio habitable.

Comunidad: propuestas relacionadas con el diseño universal o inclusivo y social.

GREEN BALANCE

This trend is characterised by an important ethical and social charge, which is implicit in a whole series of products, projects, and spaces advanced with the goal of improving living conditions. In regard to the recognition of social and environmental responsibility, it refocuses how we interact with the environment, with society in general, and specifically with the individual.

Manifestations:

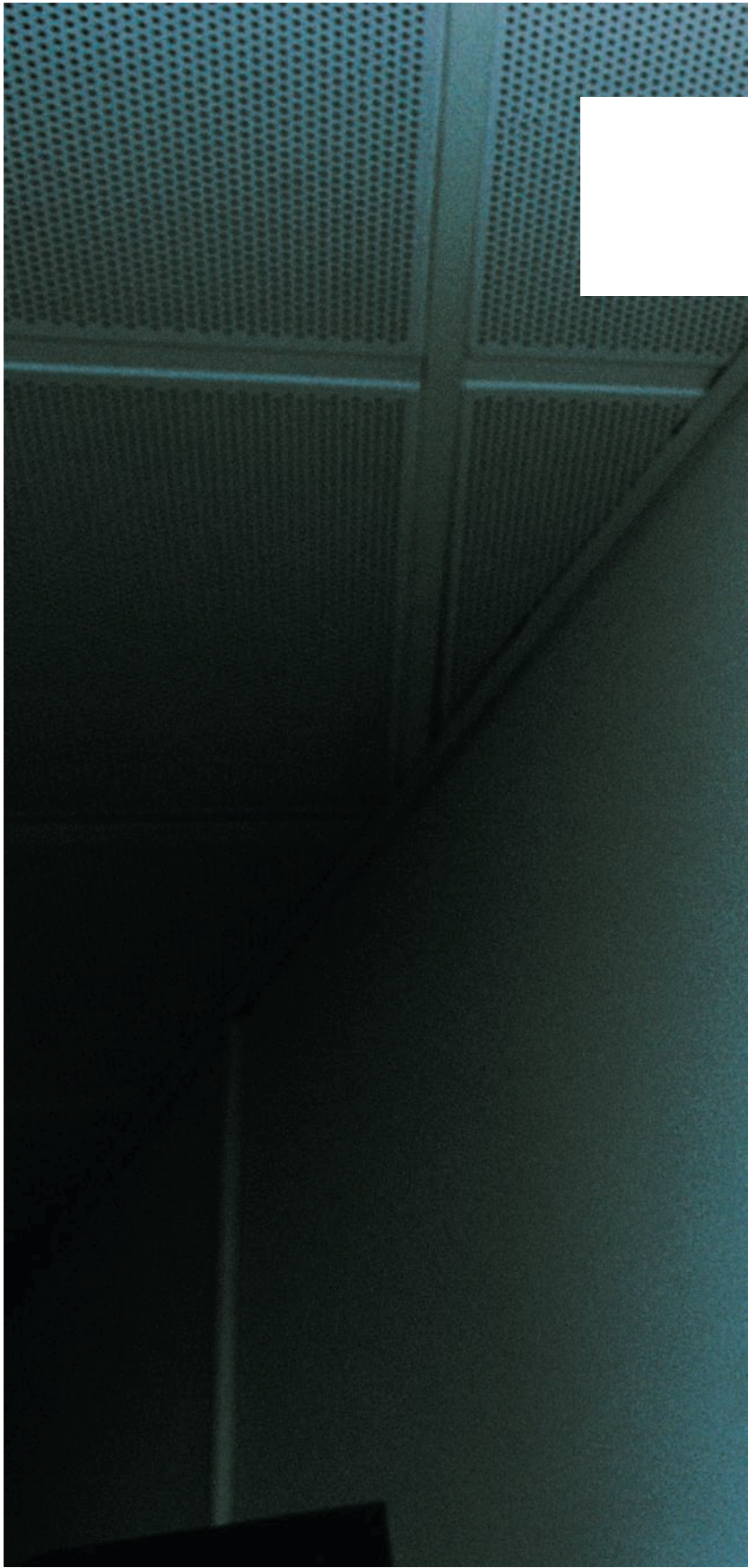
The sustainable: the search for sustainability from a holistic perspective.

Immediate nature: creative approach to nature and living spaces.

Community: proposals related to universal design or inclusive, social design.

www.tendenciashabitat.es





Instituto de Tecnología Cerámica
Campus Universitario Riu Sec Avda.
Vicent Sos Baynat, s/n. 12006 Castellón (Spain)
Tel. 34 964 34 24 24 Fax 34 964 34 24 25

