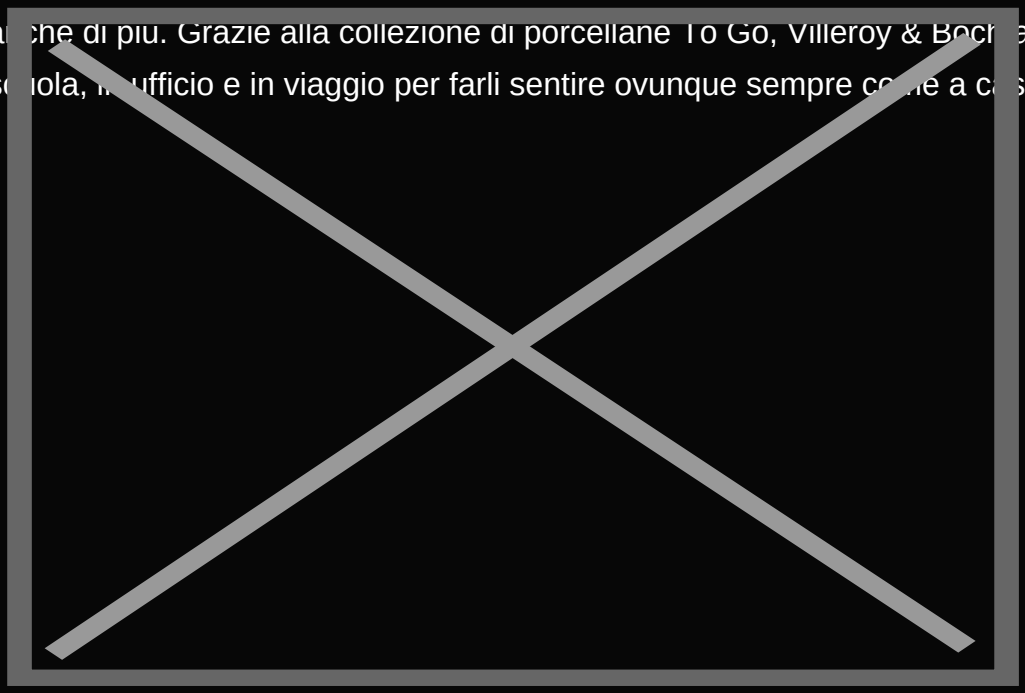
Villeroy & Boch Tableware cambia nome e diventa Dining & Lifestyle

89bc3732aec65913693bda75b8120f19-16311579

Villeroy & Boch annuncia che, a partire dal 1° gennaio 2021, la divisione Tableware ha cambiato nome diventando Dining & Lifestyle, per meglio riflettere i cambiamenti all'interno dell'azienda. Villeroy & Boch oggi offre molto più che oggetti per la tavola: l’offerta si è ampliata notevolmente, diventando molto ricca e varia. Al di là di piatti, bicchieri e posate che donano quel tocco in più alla tavola, tanti nuovi elementi di design e oggetti d'arredamento sono pensati per abbellire tutta la casa. Ma c’è anche di più. Grazie alla collezione di porcellane To Go, Villeroy & Boch accompagna i suoi clienti a scuola, in ufficio e in viaggio per farli sentire ovunque sempre come a casa.



Se da un lato Villeroy & Boch ha registrato una lieve flessione della domanda di set completi di stoviglie e accessori per la tavola negli ultimi anni, gli oggetti di design e d'arredamento per tutta la casa sono sempre più richiesti. *"Osserviamo da tempo un importante cambiamento e abbiamo deciso di conseguenza di*

diversificare il nostro portfolio prodotti e fornire ai nostri clienti l'ispirazione giusta per decorare e arredare le proprie case. I prodotti Villeroy & Boch sono ideali anche per fare regali, per gli altri o per se stessi. Con questo nuovo nome, vogliamo comunicare a tutti il cambiamento e dare un segno, dimostrando che saremo sempre pronti per soddisfare tutti i desideri e le esigenze dei nostri clienti, oggi e in futuro", afferma **Gabi Schupp**, direttore della divisione Dining & Lifestyle di Villeroy & Boch.

Una linea prodotti ben definita. Un’identità forte

Villeroy & Boch è in grado di adattarsi da sempre ai cambiamenti mantenendo un'identità precisa e attenta alla tradizione: per ampliare la gamma di prodotti, nel corso del 2019 e del 2020 sono state lanciate le linee Signature e like. *"Con Villeroy & Boch Signature vogliamo rendere omaggio alla storia dell'azienda riunendo sotto un unico brand le nostre collezioni Premium"*, spiega ancora Schupp. *"Con like., invece, il nostro obiettivo è percorrere nuove strade, osare e avvicinare i più giovani. Poniamo al centro del nostro lavoro l'attenzione per i trend nel settore della ceramica e il concetto di out-of-home. Vogliamo che le nostre porcellane facciano sentire i nostri clienti sempre a casa".*