ITALIA 47

cer magazine

INTERVISTA
Giulio Ceppi
Ibridazioni, dal cucchiaio alla città

TECNICA
I requisiti che rendono eterno
il pavimento

MERCATO
Il desiderio di una casa
a propria immagine

SOSTENIBILITÀ
Edifici in classe A
anche in estate

PROGETTI

Westwood Lane Luxury Estate Residence: Hollywood canadese

CER MAGAZINE ITALIA No. 47 (MAGGIO 2018) • ISSN 1828-1060 • ANNO XXI

ITALGRANITI

Marble Experience

Marble Experience è il riassunto all'interno del quale convergono tre principi essenziali: selezione dei marmi più ricercati, innovazione tecnologica e materiali esclusivi per la progettazione di superfici uniche.

ITALGRANITI GROUP S.p.A.
Via Radici in Piano 355 - 41043 Casinalbo Modena Italy - Tel +39 059 888411 - Fax +39 059 848808 - www.italgranitigroup.com - info@italgranitigroup.com

ANDREA SERRI
DIRETTORE EDITORIALE
DI CER MAGAZINE

Come si 'legge' la ceramica italiana

Versatile lo è da sempre. Di tendenza e duratura anche. La ceramica italiana è uno tra i materiali protagonisti dell'Abitare Italiano, grazie alla sua capacità di caratterizzare gli spazi dove è posata, essere usata – anche in modo originale – in diverse destinazioni e funzioni d'uso, rispondere al meglio ai molteplici dettami progettuali e costruttivi, conferendo agli spazi una propria identità forte. Un materiale caratterizzato da una natura molteplice, in grado di essere declinata e letta secondo diverse chiavi interpretative.

La ceramica è protagonista assoluta di eventi fieristici di respiro internazionale, come quelli recenti in America e Russia, ma anche e soprattutto per il Cersaie di Bologna, dove gli operatori di settore vengono da tutto il mondo per conoscerne le ultime novità. E' anche oggetto di conversazioni e riflessioni sviluppate da architetti italiani ed esteri – ultimo in ordine cronologico, Giulio Ceppi –, che ne ragionano sui possibili impieghi e sulle potenzialità. Una riflessione che non è solo accademica o teoretica, ma che trova in tanti progetti realizzati una propria concreta declinazione, siano questi esclusive strutture di ospitalità nel centro di Bologna, ville dal sapore hollywoodiano a Toronto, un ristorante d'atmosfera a Napoli o una struttura sportiva indoor sulle rive del lago di Como.

La ceramica italiana ha anche un suo fondamentale peso nell'economia di questo Paese. Con un fatturato di oltre 5,5 miliardi di euro, è un settore attorno al quale gravita una filiera che vede i protagonisti del sistema della distribuzione quali attori fondamentali. Come racconta la ultra quarantennale storia delle Ceramiche Speretta di Cusano Milanino. O come nel caso degli studi e delle analisi sul comportamento dei consumatori italiani, volti a capire come hanno realizzato e costruito la propria casa dei sogni, sia come ristrutturazione degli ambienti che come tendenze estetiche selezionate. Senza per questo dimenticare lo straordinario valore aggiunto che la ceramica sanitaria italiana è in grado di dare agli spazi nei quali viene impiegata.

Se c'è una cosa che caratterizza la produzione ceramica italiana è, senza dubbio, la sostenibilità, che è qualcosa che nasce all'inizio del ciclo di trasformazione dell'argilla per arrivare fino all'edificio. Tra le novità di rilievo ci sono i CAM, Criteri Minimi Aziendali, validi per la costruzione di edifici in linea anche con il dettame costruttivo 'mediterraneo', dove l'uso dei laterizi consente di ottenere prestazioni di prim'ordine, grazie anche alla propria massa critica. Sostenibilità che, grazie all'uso di tecniche di posa e di manutenzione collaudate, rendono i rivestimenti in ceramica quasi eterni. E anche questa è sostenibilità.

Tutto questo – e qualcosa d'altro ancora – è raccolto nel numero di Cer Magazine che avete tra le mani. Buona lettura.

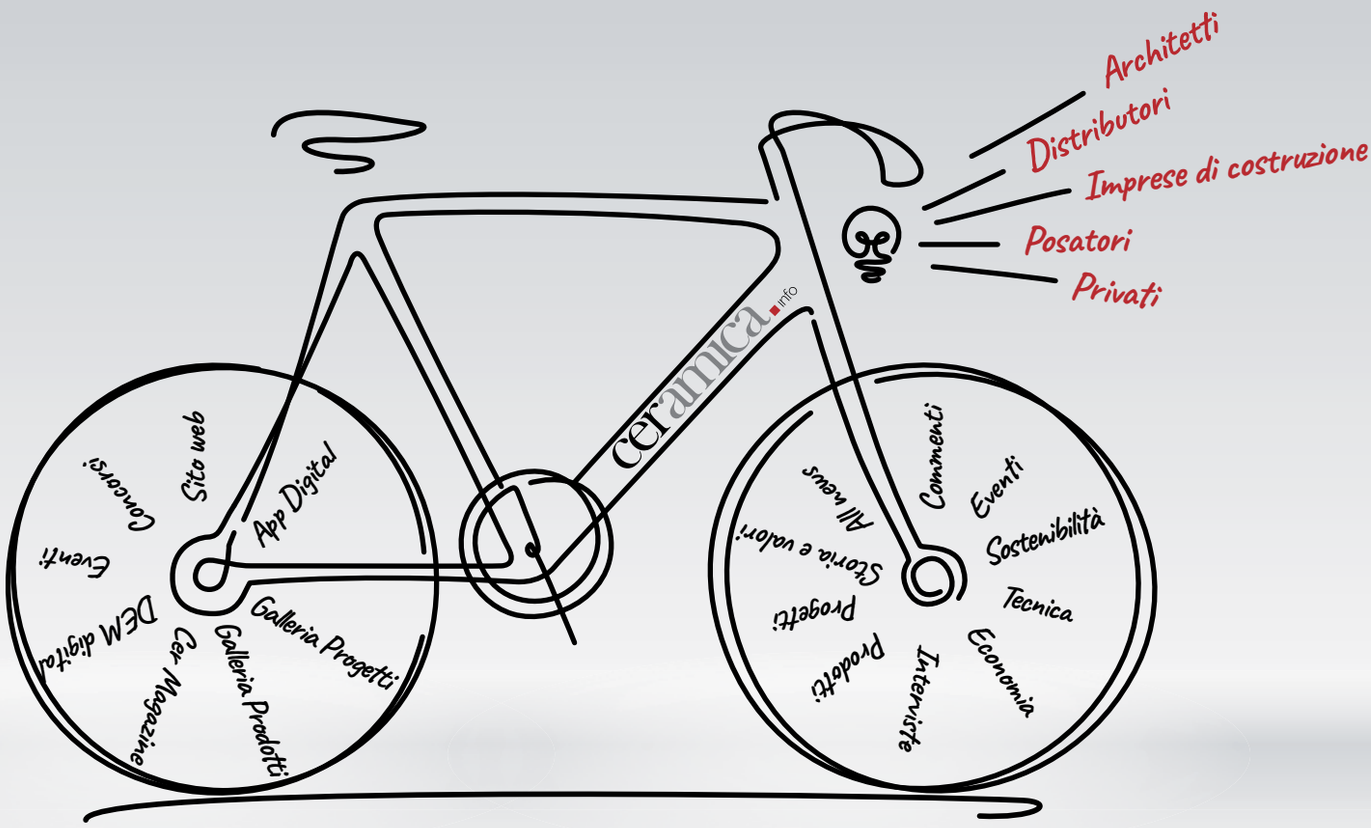
Cer magazine è parte integrante del nuovo sistema di comunicazione **www.ceramica.info**.

Potrete accedere ad un ampio catalogo di contenuti multimediali ogni volta che incontrerete queste icone:

QR code
inquadrando il QR code con il proprio cellulare è possibile accedere a tutti i contenuti web inerenti la categoria.

Link internet
andando su questo hyperlink è possibile leggere e vedere contenuti aggiuntivi rispetto all'argomento trattato.

Un nuovo viaggio nel mondo della ceramica



Non perdere l'occasione di continuare a ricevere online i contenuti e le notizie sulla ceramica italiana nelle aree tematiche di tuo interesse.

Per essere sempre aggiornato, iscriviti sul sito www.ceramica.info/it/register: riceverai le sole informazioni da te prescelte sull'industria ceramica italiana nella tua lingua (italiano, inglese, francese, tedesco e russo), attraverso i canali digitali che prediligi.

COMMENTI | EVENTI | SOSTENIBILITÀ | TECNICA | ECONOMIA | INTERVISTE | PRODOTTI | PROGETTI | STORIA E VALORI | ALL NEWS

www.ceramica.info

SITO WEB ■ APP DIGITAL ■ GALLERIA PROGETTI ■ GALLERIA PRODOTTI ■ CER MAGAZINE ■ DEM DIGITAL ■ EVENTI ■ CONCORSI

SOMMARIO Maggio 2018

in copertina:
WESTWOOD LANE
LUXURY ESTATE RESIDENCE
Toronto (Canada), 2016
Progetto: Flora Di Menna
Foto: Jac Jacobson
Superfici: Valentino by Ceramiche Piemme

cer magazine
ITALIA

Numero 47
Rivista semestrale, maggio 2018

Promossa da
CONFINDUSTRIA CERAMICA

Direttore Responsabile
Vittorio Borelli

Direttore Editoriale
Andrea Serri (aserri@confindustriaceramica.it)

Redazione
Valentina Candini (vcandini@confindustriaceramica.it)
Simona Malagoli (smalagoli@confindustriaceramica.it)
Valentina Pellati (vpellati@confindustriaceramica.it)

Segreteria di redazione
Barbara Maffei (bmaffei@confindustriaceramica.it)
Patrizia Gilioli (pgilioli@confindustriaceramica.it)

Collaboratori
Alessandro Braida, Alessandra Coppa, Alfonsina Di Fusco, Cristina Faedi, Alessandra Ferretti, Benedetto Marzullo (LIVING), Elisa Montalti, Luisa Pianzola (IL BAGNO OGGI E DOMANI), Antonia Solari, Alfredo Zappa, Maria Giulia Zunino.

Progetto grafico
Riccardo Leonetti
Fastforward (www.fast-f.com)

Pubblicità
Pool Magazine di Mariarosa Morselli
Via Cattaneo 34 - 41126 Modena
tel. 059 344 455 - fax 059 344 544
info@pool.mo.it

Stampa
Arti Grafiche Boccia - Salerno

Edizioni
Edi.Cer. SpA
Cer Magazine Italia:
pubblicazione registrata presso il Tribunale di Modena al n. 1454 in data 17-12-1998 - ISSN 1828-1060

Direzione, redazione e amministrazione
Edi.Cer. SpA Società Unipersonale
Viale Monte Santo, 40 - 41049 Sassuolo (Mo)
tel. 0536 804585 - fax 0536 806510
info@edicer.it - www.ceramica.info
cod. fisc. 00853700367

Chiuso in tipografia il 21 maggio 2018.

L'indirizzo in nostro possesso verrà utilizzato, oltre che per l'invio della rivista, anche per la spedizione di altre riviste e/o per l'inoltro di proposte di abbonamento. Ai sensi dell'articolo 7 del D.Lgs. 196/2003 è nel suo diritto richiedere la cessazione dell'invio e/o l'aggiornamento o la cancellazione dei dati in nostro possesso, che sono comunque trattati in conformità al "testo unico sulla privacy".

Ceramics of Italy

EDITORIALE
1 titolo titolo titolo di Andrea Serri

EVENTI
6 Cersaie 2018 scalda i motori di Simone Ricci

INTERVISTA Giulio Ceppi
8 Ibridazioni, dal cucchiaio alla città di Alessandra Coppa

PROGETTI
dimore
12 Il design trova casa di Elisa Montalti
16 Hollywood canadese di Benedetto Marzullo
architettura
20 Cucina vesuviana 3.0 di Maria Giulia Zunino
24 Il laboratorio sportivo si amplia di A. Solari

MERCATO
30 L'azienda di famiglia che investe nel futuro di Alessandra Ferretti
34 Il desiderio di una casa a propria immagine di Alessandro Braida

TENDENZE
36 I "mood" che ispirano la ceramica di Cristina Faedi
40 La sostenibile leggerezza del wellness di Luisa Pianzola

SOSTENIBILITÀ
44 Edifici in classe A anche in estate di Alfonsina Di Fusco

TECNICA
46 I requisiti che rendono eterno il pavimento di Alfredo Zappa

SCARICA L'APP GRATUITA DA APP STORE (IPAD) O DA GOOGLE PLAY STORE (ANDROID)

cer magazine

All News

Tutte le notizie sulla ceramica italiana in tempo reale

ACCEDI AL SITO WWW.
CERAMICA.INFO/ALL NEWS

FIRE
FINCIBEC
FUTURE - TECH
FIRE: LARGE SLABS. THE NEW DIMENSION OF DESIGN.
FINCIBEC
GROUP

Cersaie 2018 scalda i motori

di Simone Ricci

AVVIATI I LAVORI PER I NUOVI PADIGLIONI DEL QUARTIERE FIERISTICO. UN NUOVO MANIFESTO SUL BAGNO; CONFERMATO IL PROGRAMMA CULTURALE COSTRUIRE ABITARE PENSARE

Guarda il sito di Cersaie

Architettura e design saranno protagonisti anche di Cersaie 2018, che si terrà a Bologna dal 24 al 28 settembre prossimi. A 5 mesi dall'apertura della fiera, sono già tante le novità che gli espositori ed i visitatori della 36° edizione potranno ammirare e vedere. A partire dal grande interesse degli espositori per il Salone Internazionale della Ceramica per l'Architettura e dell'Arredobagno, i cui spazi espositivi sono già stati riconfermati per la quasi totalità.
Sono stati avviati gli importanti lavori di restyling del Quartiere Fieristico di Bologna: Cersaie sarà la rassegna fieristica internazionale che inaugurerà i nuovi padiglioni 28, 29 e 30, a seguito della demolizione dei preesistenti e della costruzione ex novo di spazi espositivi dal grande pregio architettonico che – rispetto al passato – vedranno anche un aumento della superficie a disposizione degli espositori. Tre nuovi padiglioni che hanno portato ad una ridefinizione degli spazi merceologici, tale da consentire di rendere contigui tutti i padiglioni dedicati all'arredobagno e di compattare

Rendering del nuovo padiglione del quartiere fieristico di Bologna.

La Città della Posa
edizione 2017.

intorno alla Città della Posa gli espositori dei settori a questa affini, migliorando la fruibilità e l'orientamento del Quartiere Fieristico.

Il Manifesto di Cersaie 2018 è stato realizzato da un team di studenti dell'Accademia di Brera - Progettazione artistica per l'impresa, composto da Naima Annoni, Enrica Caiello, Riccardo Piovesan e Maria Cristina Ziviani. L'immagine da loro ideata, dal titolo *Scacco bagno*, è stata scelta tra i 43 bozzetti partecipanti dell'8° edizione del Concorso Beautiful Ideas ed è la rappresentazione di come si può giocare con l'ambiente dedicato alla cura di sè: il manifesto diventa una composizione iconica di sanitari e piastrelle dove i sanitari diventando le pedine di una partita nelle mani di chi sapientemente arreda l'ambiente bagno facendo le sue mosse.

Si conferma anche quest'anno il programma culturale "Costruire Abitare Pensare" che porta ogni anno a Bologna i più grandi nomi nel panorama dell'architettura internazionale. Tutto il mondo della posa italiana e internazionale sarà protagonista - durante i cinque giorni di Cersaie - nella Città della Posa, situata all'interno dell'Area 49, dove si svolgeranno – tra le altre iniziative - dimostrazioni live.

Verrà, infine, aumentato il numero dei Cafè della Stampa, le conversazioni di architettura e design realizzate da primarie testate italiane. Rappresentatività ed internazionalità sono i tratti salienti di Cersaie, che anche nel 2017 è stato l'evento commerciale e culturale di riferimento, a livello mondiale, per i comparti della ceramica, dei rivestimenti in genere e dell'arredobagno. Cersaie 2017, grazie alla crescita della partecipazione sia di operatori esteri che italiani, ha raggiunto le 111.604 presenze con un incremento del 4,7% rispetto all'edizione 2016. Segno positivo sui visitatori, sia italiani (+5,0%, per un totale di 58.422 presenze) che esteri (+4,3% per 53.182 presenze), provenienti pressoché da tutti i paesi del mondo. 869 gli espositori presenti a settembre 2017, provenienti da 41 paesi dei cinque continenti.

Vedi anche:

Cersaie, 35° edizione da record

www.ceramica.info/content/cersaie-35-edizione/

L'immagine di Cersaie 2018

www.cersaie.it/it/s_immagine_dettaglio.php?ANNO=2018

Ibridazioni, dal cucchiaio alla città

di Alessandra Coppa

GIULIO CEPPI FONDA ALLA FINE DEGLI ANNI NOVANTA LO STUDIO TOTAL TOOL, LA CUI MISSION È IL PROGETTO INTESO COME INNOVAZIONE, UN PROCESSO CHE SI SVILUPPA IN OGNI CAMPO ATTRAVERSO DESIGN, ARCHITETTURA E COMUNICAZIONE. UN INSIEME COMPLESSO DI AZIONI E PREVISIONI CHE NECESSITANO INTERDISCIPLINARIETÀ, CAPACITÀ DI GESTIONE E DURATA NEL TEMPO, PER GARANTIRE SOLUZIONI PRECISE QUANTO EFFICACI

“Mi piace pensare che il progetto sia più vicino alla costruzione di un DNA e alla costruzione di principi e regole che poi nel tempo prendono corpo e forma. Forma che passa attraverso la comunicazione, attraverso il prodotto, attraverso gli spazi di cui un'azienda, o un ente, necessita per manifestare il suo modo di essere e di comparire.”

Giulio Ceppi

Leggi le altre interviste ad architetti e designer

Lo studio di Giulio Ceppi, fondatore del gruppo di progettazione Total Tool – il cui nome rimanda alla memoria il mitico “Global Tools”, un collettivo fondato agli inizi del 1973 negli uffici redazionali di Casabella, all'epoca diretto da Alessandro Mendini che includeva singoli professionisti come Remo Buti, Riccardo Dalisi, Adalberto Dal Lago, Ugo La Pietra, Gaetano Pesce, Gianni Pettena ed Ettore Sottsass assieme a gruppi come Superstudio, Archizoom, Gruppo 9999, UFO e Ziggurat – è al piano 8 + 1 di un edificio alto davanti al grattacielo della nuova sede della Regione Lombardia. “Più uno” perché non arriva l'ascensore e per raggiungerlo bisogna salire una scala oltre l'ottavo piano.
Il loft che ospita abitazione-studio è l'esito di una ristrutturazione di Giulio di un intervento di Vittoriano Viganò e l'interno – dove trovano spazio opere d'arte, oggetti di design e progetti in progress – rispecchia appieno, come il nome, la filosofia dello studio: interazione disciplinare, ibridazione e l'ambizione di “andare oltre”.
“Total Tool è basato su due assi cardinali: uno è l'interdisciplinarietà, poiché si occupa di design, di architettura e di comunicazione, in maniera molto combinata e senza un approccio specialistico. Un metodo che fa parte anche della mia formazione: ho studiato prima comunicazione visiva, poi architettura, poi design. Ibridare le discipline del progetto rappresenta il mio modo di lavorare. Questo è necessario perché il “secondo asse” è quello di lavorare su dei progetti che abbiano sempre una visione a lungo termine, ben lontana dal semplice esercizio stilistico temporaneo. Insomma mi piace pensare che il progetto sia più vicino alla costruzione di un DNA e alla costruzione di principi e regole che poi, nel tempo, prendono corpo e forma. Forma che passa attraverso la comunicazione, attraverso il prodotto, attraverso gli spazi di cui un'azienda, o un ente, necessita per manifestare il suo modo di essere e di comparire”.

Questo metodo di lavoro trasversale alle discipline del progetto vi ha permesso di realizzare dei prodotti molto diversi tra loro ma tutti accomunati dalla complessità del vostro approccio ai temi. Quali sono i progetti più significativi da quando hai fondato lo studio nel 1999?
È vero, raramente ci capita di fare dei progetti simili, questo è il bello del nostro modo di lavorare!
Uno dei progetti che amo molto è il lavoro per Reggio Children: oltre ad aver scritto il libro *Bambini, spazi, relazioni: metaprogetto di ambiente per l'infanzia* che è un a sorta di manuale aperto di come si progettano sensorialmente gli asili, abbiamo creato un “atelier delle acque e delle

ATELIER DELLE ACQUE E DELLE ENERGIE A LIGONCHIO (RE) PER REGGIO CHILDREN.

L'INTERNO E L'ESTERNO DELL'AUTOGRILL VILLORESI EST

energie" ovvero un laboratorio di esplorazione dove i bambini, attraverso cinque grandi installazioni, esplorano e sperimentano per cercare di comprendere come funziona una grande centrale dell'Enel, e come una montagna, un territorio, il bosco, possano generare energia elettrica e a che cosa serva. Mentre imparano, i bambini vengono sensibilizzati riguardo la cura e l'attenzione per il territorio e per la natura. Dunque un progetto aperto e in progress.
Di sicuro, parlando di materiali - che è un altro tema che a me piace molto sviluppare perché arriva dal mio background alla Domus Academy – citerei il progetto che abbiamo realizzato con SVGOMMA, che è una piccola realtà produttiva di elementi in silicone e in gomma che fabbricava per conto di importanti aziende. Abbiamo costruito un modo di lavorare che gli permettesse di non subire la domanda dell'ufficio acquisti per cui potevano formulare solo un'offerta economica, ma abbiamo realizzato un laboratorio, SVGOMMALAB. Abbiamo iniziato quindi a orientare la ricerca per lo sviluppo nel mercato degli elastomeri, e i primi risultati sono stati premiati al XX Compasso d'Oro grazie all'innovazione specifica del silicone con l'inserimento di pigmento di tipo metallescente, per cui sono oggi possibili siliconi con finitura argentata, dorata e bronzea per il settore dei casalinghi, piuttosto che per l'abbigliamento e il settore medicale. Per SVGOMMA abbiamo poi messo a punto un grande lavoro di comunicazione, di disegno di nuovi prodotti, concorsi con il Politecnico. In questo modo il progetto è diventato "un processo" e il risultato è stato che ora questa azienda può proporre delle soluzioni applicative di prodotto nuove che hanno ampliato la loro posizione di fornitore a co-designer.

Tra i progetti di Total Tool, citerei poi l'Autogrill di Villoresi Est sull'autostrada Milano-Laghi, pensato come una sorta di "organismo energetico" complesso con una ampia copertura attiva, che abbiamo realizzato in sette anni nel 2015, strettamente collegato con lo storico Autogrill di Bianchetti dall'altra parte della strada. Esito di una complessa orchestrazione di aspetti tecnici, impiantistici e architettonici, è un edificio molto innovativo sul piano dell'efficienza energetica e dei consumi, studiato anche con un particolare approccio che deriva dalla cultura del servizio del design, del Design for all, basato sui principi dell'inclusività.

Ritornando al tema a te caro dei materiali, oltre ai siliconi, hai mai lavorato sulle ceramiche?
L'anno scorso ricordo che hai partecipato a Cersaie con una conferenza molto interessante sul tema della comunicazione delle campagne pubblicitarie sulla ceramica in mille numeri di Domus a partire dal 1928...
Nell'incontro con la rivista Domus ho presentato un progetto intitolato "Le parole della ceramica", una sorta di analisi della comunicazione attraverso le pubblicità di 1000 numeri di Domus, quindi in più di vent'anni di storia, per capire come le campagne dei produttori italiani di ceramica sono state modificate nel tempo per accogliere tutta una serie di tendenze. Abbiamo organizzato questo lavoro creando delle polarità e vedendo come le pagine pubblicitarie, nel tempo, abbiano assunto pesi e connotazioni diverse.

Una delle polarità era per esempio "figurativo-astratto", quindi se c'era una rappresentazione diretta della ceramica oppure no e misurando come queste tendenze nel tempo sono cambiate. Poi, per esempio, abbiamo preso in considerazione quanto, nella comunicazione, fosse evidenziato il singolo prodotto oppure l'ambiente. Si parte con molta centralità del prodotto e poi si allarga all'ambiente, al mood, all'architettura. Abbiamo notato come la narrazione all'inizio fosse più tecnica e poi più emozionale, fantastica. Nel 1972 la ceramica italiana aveva già colto il tema della terra, della materia prima e parlavano di ceramica come emozione primitiva, anticipando l'idea attualissima della tracciabilità, per cui la ceramica italiana è diversa da quella spagnola e cinese anche per quello che c'è nel suo interno, per le terre. Un altro aspetto interessante è quanto l'azienda ti faccia conoscere del suo processo di produzione (entrare nella fabbrica) o quanto fa vedere solo il prodotto finito. Già negli anni sessanta alcune aziende insistevano sull'orgoglio della produzione. Poi ancora c'è il tema dell'imitazione ceramica degli altri materiali come il legno, di come proponi la ceramica come se fosse altro, magari come una pietra preziosa.

Cosa pensi da progettista riguardo al tema della ceramica che sembra legno oppure una pietra?
È proprio un tema sul quale sto lavorando in questo momento per Target Group. L'idea è quella di realizzare una collezione "imitativo provocatoria" (non so ancora bene come chiamarla), quella di camminare sulla ceramica pensata come il suolo della Luna o di Marte. Cerco di spiegarmi meglio. Voglio "imitare" una cosa che in realtà è irreperibile, inaccessibile: un "vero-falso". Ho proposto un "imitativo autentico" cercando di realizzare delle superfici che ricordano le pietre della luna e Marte (più ferrose e sabbiose quelle di Marte e più metalliche quelle lunari) a partire dalle osservazioni di Galileo.

Seconde te, su cosa dovrebbero puntare le aziende per lo sviluppo del materiale ceramico?
Quello che forse va tenuto in maggiore considerazione da parte delle aziende è pensare alla ceramica non solo come "decoro" o come "superficie", anche se è inevitabile che questa sia da sempre una sorta di "ossessione". In un mercato maturo con i cinesi da un lato, e brasiliani e spagnoli dall'altro, il primato italiano va difeso sul tema della qualità, dell'intelligenza produttiva e della capacità di spiegare perché la ceramica italiana è migliore, aiutando gli architetti, i progettisti e i consumatori a entrare "dentro" la natura del materiale e delle sue proprietà, delle sue caratteristiche produttive. Poi secondo me bisogna imparare a lavorare molto sulla tridimensionalità, sulla volumetria. Penso inoltre che si possano pensare delle soluzioni integrate di ceramica e altri materiali. Sono convinto che non dobbiamo ragionare in maniera monomaterica perché credo che la potenzialità di ogni materiale sia nella sua capacità di dialogare con gli altri materiali in un'integrazione intelligente con la tecnologia. Ancora dunque, ibridazione.

Scopri Giulio Ceppi

www.totaltool.it/

BIOGRAFIA

Giulio Ceppi, architetto e designer, studia alla Scuola Politecnica di Milano e consegue il Phd al Politecnico di Milano, dove è oggi ricercatore e professore incaricato dal 1994.
Già docente a contratto all'Interaction Design Institute Ivrea e nelle Facoltà di Architettura di Genova, Torino, Roma, all'Università Cattolica di Milano, fonda e dirige nel 2005 il Master in Business Design di Domus Academy.
Si occupa di progettazione sensoriale e design dei materiali, dello sviluppo di nuove tecnologie e di strategie di identitá.
Fino al 1997 coordina il Centro Ricerche Domus Academy e in seguito è senior design consultant di Philips Design.
Nel 1999 fonda Total Tool, società di visioning e design strategy, con sedi oggi a Milano e Buenos Aires, con cui riceve 6 segnalazioni al Compasso d'Oro, menzione nella ICSID Hall of Fame, 2 vittorie al Premio Nazionale per l'innovazione di Confcommercio, il Premio Dedalo Minosse per la progettazione Design for all.
Collabora con aziende quali Auchan, Autogrill, Bhartyia, Coop, Deborah, Ikea, Luceplan, Mitsubishi, Nissan, Nike, PepsiCo, Pininfarina, Pirelli, SaporitiItalia, Unilever, Viacom, Versace, Vertu, 3M ed enti quali Archivio Disarmo, Comune di Milano, Comunità Europea, Federlegno, Reggio Children, Torino 2006.
Ha tenuto workshop e conferenze in oltre 25 Paesi e scritto diversi saggi sul design e la cultura del progetto.
Vive e lavora a Milano e sul Lago di Como, dove è nato nel 1965.

Il design trova casa

MY SUITES HOME: L'OSPITALITÀ ESCLUSIVA PER SOGGIORNI BREVI NELLA CITTÀ DI BOLOGNA. MINI-APPARTAMENTI DAL DESIGN RICERCATO E DA SUPERFICI CERAMICHE ELEGANTI, AD EFFETTO CEMENTO, TESSUTO O CON PATCHWORK GRAFICI DI GRANDE IMPATTO.

di Elisa Montalti

GUEST HOUSE MY SUITES HOME

FOTO
RAMIRO CASTRO XIQUES
WWW.RCXFOTO.IT

STUDIO DI PROGETTAZIONE
GIULIA LAZZARINI E LUCA TORRICELLI
WWW.TIELLEINVESTIMENTI.COM

PROGETTO ARCHITETTONICO
FABIO ORSI

SUPERFICI CERAMICHE
CERAMICA SANT'AGOSTINO
WWW.CERAMICASANTAGOSTINO.IT

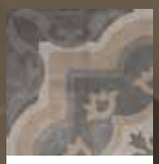
SANITARI
CERAMICA FLAMINIA
WWW.CERAMICAFLAMINIA.IT

ANNO DI REALIZZAZIONE
2017

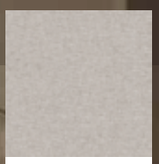
Cambiano gli stili di vita, in sintonia con un nuovo approccio al viaggio e al soggiorno e si sperimentano nuovi modi dell'abitare. Il progetto My Suites Home registra questa trasformazione sociale in atto e propone una nuova esperienza ricettiva extra-alberghiera puntando sull'elevato standard qualitativo e sull'attenzione ai dettagli. Il marchio è stato messo a punto nel 2017 per offrire raffinate residenze in contesti esclusivi per brevi soggiorni. Parti del nostro pregevole patrimonio architettonico vengono così completamente rinnovate per essere adattate a nuove esigenze, nel segno del comfort e del benessere. Il primo esperimento immobiliare si è concretizzato a Bologna, in prossimità dei Giardini Margherita. Qui è stata recuperata totalmente una palazzina risalente al XX secolo, trasformata in una sorta di guest house, suddivisa in 5 mini-appartamenti ad uso bed&breakfast. Il progetto è stato sviluppato dalla società Tielle Investimenti Srl, impegnata nella ristrutturazione di edifici e nella valorizzazione e commercializzazione di immobili.
La palazzina novecentesca è stata così suddivisa in 5 unità dalle dimensioni differenti per rispondere a diverse esigenze (2 monolocali; 2 bilocali e 1 trilocale).
Al piano terra una piccola e confortevole hall accoglie gli ospiti, in stretto collegamento con l'ampio giardino esterno, su cui si affacciano due delle diverse suites.
Il progetto interpreta un nuovo modo di vivere lo spazio domestico, fluido e trasversale, superando gli schemi consueti e le tradizionali suddivisioni. Le ambientazioni si presentano di grande impatto, reinterpretate con accostamenti inediti di materiali, trattamenti, arredi e colori. Le superfici interne si configurano luminose ed eteree grazie a tonalità chiare che dilatano gli spazi e consentono la trasmissione e la rifrazione della luce naturale ed artificiale.
Lo spazio è fluido e ritrova continuità anche nei bagni, veri e propri scrigni per il benessere. Qui è stata scelta l'elegante collezione-contenitore Set di Ceramica Sant'Agostino proprio per la sua forte flessibilità, la sua anima poliedrica e la sua

"LO STUDIO MATERICO NASCE DA DUE CRITERI FONDAMENTALI: FAR SENTIRE A CASA I PROPRI OSPITI, SPESSO IN VIAGGIO (PER PIACERE O PER AFFARI), ED AVERE MATERIALI DURATURI, DALL'INDISCUTIBILE QUALITÀ, VISTO L'USO INTENSIVO DEGLI SPAZI." SPIEGA LUCA TORRICELLI DI TIELLE INVESTIMENTI SRL.

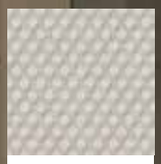
Guarda altri ambienti pubblici dell'ospitalità nella Galleria Progetti



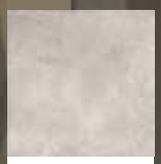
PATCHWORK
Classic 03



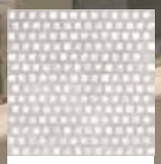
FINEART
Pearl



FINEART
Decor Light



SET
Concrete Pearl



SET
Gem Pearl

AMBIENTE
pubblico
dell'ospitalità

APPLICAZIONI
pavimenti e
rivestimenti interni

superfici ceramiche
Ceramica Sant'Agostino
grès porcellanato
FINEART
PATCHWORK
SET
90x90 cm

certificazioni
LEED

caratteristiche tecniche
assorbimento d'acqua (ISO 10545-3): 0,05%
resistenza alla flessione (ISO 10545-4): conforme
resistenza all'abrasione profonda (ISO 10545-6): conforme
resistenza alla dilatazione termica lineare (ISO 10545-8): conforme
resistenza agli sbalzi termici (ISO 10545-9): conforme
resistenza al gelo (ISO 10545-12): conforme
resistenza all'attacco chimico (ISO 10545-13): conforme
resistenza alle macchie (ISO 10545-14): conforme
resistenza alla scivolosità (DIN 51130): R10

espressione materica eclettica. La serie offre infatti diverse possibilità espressive, ad effetto cemento, tessuto, marmo, legno, adattandosi a diversi contesti. Grandi lastre Concrete Pearl, formato 90x90 cm, sono state posate a pavimento e a parete, con un materiale ceramico che riprende la lavorazione manuale dei casseri di cemento. Nelle docce emozionali, l'effetto cemento è abbinato a lastre Gem Pearl, ispirate idealmente al disegno dell'architetto Carlo Scarpa per il negozio Olivetti a Venezia con palladiana di marmo affondata nel cassero. In altri bagni la serie Fineart è stata usata nelle due varianti Pearl e Decor Light, con la proposizione del tessuto ceramico, lavorato secondo diversi "intrecci" e disegni.
Nella zona della cucina si impone invece con energia e raffinatezza la serie Patchwork, disegno Classic 03, ispirata alla tradizione e alla naturalezza estetica delle cementine, in un incrocio tra passato e futuro, tra tradizione e innovazione nel design.

ARREDI E SUPERFICI, IN LINEA CON LA FILOSOFIA DEL BRAND, SONO CONTAGIATI DA UN RICERCATO SENSO ESTETICO CHE NON TRALASCIA IL COMFORT DELL'ABITARE.

ARTICOLI CORRELATI

Come si realizza una posa eccellente

WWW.CERAMICA.INFO/TECNICA/POSA-LE-DIVERSE-FASI/

L'attenzione all'ambiente della ceramica italiana

WWW.CERAMICA.INFO/SOSTENIBILITA/SCEGLIAMO-AMBIENTE-MIGLIORE/

Hollywood canadese

TOTAL LOOK EFFETTO MARMO PER UNA VILLA STILE HOLLYWOOD IN CANADA. E NON POTEVA MANCARE IL MADE IN ITALY NEGLI INTERNI EXTRA-LUSSO PROGETTATI DALLA STAR CANADESE DELL'INTERIOR DESIGN FLORA DI MENNA

di Benedetto Marzullo, LIVING

WESTWOOD LANE
LUXURY ESTATE RESIDENCE

PROGETTO
FLORA DI MENNA
FDMDESIGNS.COM

FOTO
JAC JACOBSON
WWW.JACJACOBSON.COM

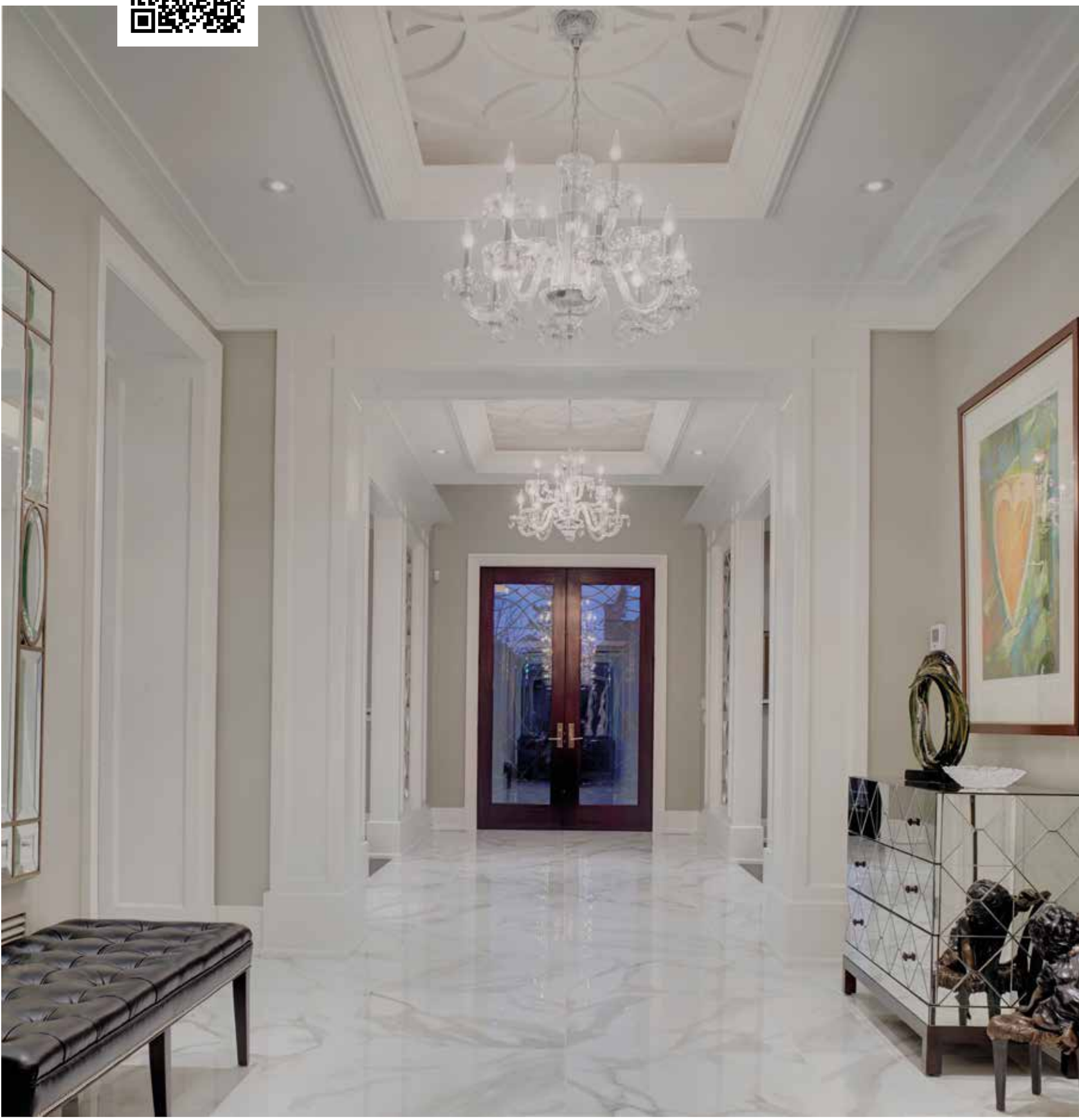
SUPERFICI CERAMICHE
VALENTINO BY CERAMICHE PIEMME
WWW.CERAMICHEPIEMME.IT/VALENTINO

DISTRIBUTORE
CERCAN TILE
WWW.CERCANTILE.COM

ANNO DI REALIZZAZIONE
2016

Se non fossimo in Canada, la definiremmo una "Villa Hollywoodiana": soffitti altissimi, dettagli di extra-lusso, porte doppie di mogano, rivestimenti di pregio a profusione. E, dettaglio non da poco, la superficie a disposizione: 1.250 metri quadrati. C'è persino un cinema. Una villa, ma forse sarebbe più appropriato parlare di castello, in grado di ospitare centinaia di persone garantendo allo stesso un elevatissimo standard di rappresentanza e allo steso tempo un livello di privacy altissimo. A progettarla ex-novo lo studio di progettazione FDM Designs di Flora Di Menna.
Flora in Canada è una vera star dell'interior design. Il suo studio ha collezionato moltissimi premi per progetti di grande risonanza. Sin dalla sua fondazione nel 1987, sotto la sua direzione creativa, la struttura di progettazione con sede a Toronto ha infatti ottenuto numerosi riconoscimenti per l'eccellenza nel progetto di residenze di lusso, case e suite hotel di design, nonché uffici, complessi terziari, centri commerciali, spazi pubblici. Flora Di Menna e il suo team sono rinomati per i loro sontuosi progetti di interni. Ma i clienti li conoscono (e li amano) anche per l'attenzione maniacale ai dettagli e per la scelta degli arredi, non di rado (per non dire sempre) progettati su misura da FDM. Per la progettazione di questa villa a Toronto, che le è valsa l'International Best Private Residence Interiors, Flora Di Menna ha scelto l'effetto marmo. Un total look che parte dall'importante vestibolo che accoglie abitanti e ospiti della villa e si snoda per saloni e stanze distribuiti su più piani. Il prodotto selezionato è un esempio di qualità Made in Italy. Per lo stile e l'imponenza della residenza la designer canadese ha infatti cercato il candore dei marmi ma anche la praticità e la garanzia di posa dei "Marmi Reali" delle piastrelle in gres porcellanato Made in Italy garantite dal brand Valentino by Ceramiche Piemme.

Guarda altre abitazioni e ville
nella Galleria Progetti



SOPRA, UNA VISTA DEI LUSSUOSI INTERNI DELLA VILLA PROGETTATA DA FLORA DI MENNA IN CANADA.

ARTICOLI CORRELATI

Environmental Product Declaration (EPD) delle superfici ceramiche italiane

WWW.CERAMICA.INFO/ARTICOLI/EPD/

Solo la ceramica fatta in Italia si chiama Ceramics of Italy

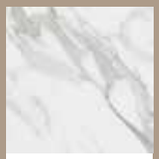
WWW.CERAMICA.INFO/ARTICOLI/CERAMICS-OF-ITALY/

Grazie a una tecnologia digitale sempre più sofisticata, la finitura "Calacatta" (80X80cm) ricrea esattamente le venature della pregiata qualità marmorea mettendo a disposizione della posa oltre 30 variante grafiche, con venature diverse, per conferire alla posa un effetto sempre più naturale.
Una soluzione, quella del marmo industriale, che assicura alle pavimentazioni di rimanere inalterata nel tempo, insensibile agli agenti che potrebbero macchiare una pietra naturale e all'usura, con una resistenza al carico di rottura elevatissima. Ma i rivestimenti sono solo uno degli aspetti del progetto di interior. E che concorrono al comfort complessivo della vila. Il livello di artigianalità e la cura dei dettagli lasciano senza parole. Che si tratti di un ricevimento con centinaia di invitati o di restare tranquilli tra le mura domestiche o nel parco che la circonda, questa residenza garantisce elevatissimi standard di sicurezza e privacy. Come impone la committenza di questi progetti.

TOTAL LOOK EFFETTO MARMO PER I DIVERSI AMBIENTI DELLA VILLA, CONNOTATI DA ELEMENTI D'ARREDAMENTO EXTRA LUSSO.

AMBIENTE
residenziale

APPLICAZIONI
pavimenti interni



Marmi Reali
Calacatta

superfici ceramiche
Valentino
by Ceramiche Piemme
Marmi Reali
80x80 cm

caratteristiche tecniche
assorbimento d'acqua (ISO 10545-3): ≤ 0,5%
resistenza alla flessione (ISO 10545-4): ≥ 35/N mm²
resistenza all'abrasione profonda (ISO 10545-6): conforme
resistenza alla dilatazione termica lineare (ISO 10545-8): $7x10^{-6}$ C^{-1}
resistenza agli sbalzi termici (ISO 10545-9): conforme
resistenza al gelo (ISO 10545-12): conforme
resistenza all'attacco chimico (ISO 10545-13): conforme
resistenza alle macchie (ISO 10545-14): conforme
resistenza alla scivolosità (DIN 51130): 9 ≤ R ≤13

certificazioni
ISO 9001 e ISO 14001

Cucina vesuviana 3.0

UN PALCOSCENICO FIRMATO DA LEONARDO CALIANDRO PER ESALTARE LE INVENZIONI GASTRONOMICHE DEL GIOVANE CHEF NAPOLETANO MAURIZIO DE RIGGI

di Maria Giulia Zunino

MARKUS FOOD EXPERIENCE

PROGETTO
LEONARDO CALIANDRO

FOTO
80MM.IT
WWW.80MM.IT

SUPERFICI CERAMICHE
FONDOVALLE
WWW.FONDOVALLE.IT/

ANNO DI REALIZZAZIONE
2017

Il nuovo Markus nasce dall'incontro di due giovani creativi: Maurizio De Riggi e Leonardo Caliandro. Li accomunano la passione per l'arte e la fotografia, l'età e le origini.
L'uno - napoletano del 1987 - ha curiosità, tenacia e giusta ambizione per bruciare le tappe. Osservando la nonna preparare i piatti della tradizione con i prodotti coltivati dal nonno, a 12 anni scopre l'amore per la cucina e decide la sua strada. Grazie agli studi specifici e agli stage di perfezionamento in Italia e all'estero, a 20 anni diventa chef. Solo 4 anni dopo realizza il sogno/sfida di avere un locale suo: apre Markus. Non si ferma e dopo 6 anni decide di spostare il ristorante in spazi più consoni alle sue aspirazioni. Per la nuova sede sceglie il piano terra di un palazzo nobiliare nel centro di San Paolo Bel Sito, paese collinare nell'entroterra di Napoli, ottocentesca meta di villeggiatura.
L'altro - pugliese del 1986 - approda a Milano e si laurea in Interior Design. Inizia la professione presso vari studi e arricchisce la sua esperienza lavorando in Cina per un paio d'anni. Nel 2016, con Valentina Leporace, Paolo Palmisano e Simone Pietroforte - coetanei specializzati in architettura, grafica, design - fonda lo studio "Tetti degli Archi", con sede a Milano e a Cisternino (Brindisi). Si specializzano in progetti tailor made, seguendo l'intero processo di ideazione e costruzione per esprimere al meglio le esigenze del cliente in chiave contemporanea e innovativa.
Il nuovo Markus è il teatro dei contrasti, dove radici, ispirazioni e futuro convivono.
Le diverse scene sono raccordate visivamente e concettualmente dal pavimento che ricorda il cemento lavorato in loco, grazie alla ricerca e alla tecnologia ceramica di Fondovalle. Le piastrelle "Portland", realizzate con tecnologia digitale, creano una superficie sobria in dialogo con le pareti alte circa 5 metri - quasi come in fabbrica - e con la scenografia dalle tonalità calde.
Lo spazio è un susseguirsi di sorprese, così come il menù: le voci "antipasto, primo, secondo, dessert" diventano "Benvenuto, Inizio, Seguente, Epilogo"; gli spaghetti "in tre varietà di frumento, massaggiati in olio evo biologico, mango, aglio nero, spuma di bufala campana Dop, fave vesuviane, essenza di the verde" sono "3.0".

Guarda altri spazi pubblici nella Galleria Progetti

AMBIENTE
pubblico dell'ospitalità

APPLICAZIONI
pavimenti interni

Portland
Tabor

superfici ceramiche
Fondovalle
Portland
Tabor, 80x80 cm

caratteristiche tecniche
assorbimento d'acqua (ISO 10545-3): ≤ 0,1%
resistenza alla flessione (ISO 10545-4): ≥ 50/N mm²
resistenza all'abrasione profonda (ISO 10545-6): ≤ 145 mm³
resistenza alla dilatazione termica lineare
(ISO 10545-8): conforme
resistenza agli sbalzi termici (ISO 10545-9): conforme
resistenza al gelo (ISO 10545-12): conforme
resistenza all'attacco chimico (ISO 10545-13): UA; ULA; UHA
resistenza alle macchie (ISO 10545-14): conforme
resistenza alla scivolosità (DIN 51130): R10

Le due sale comunicanti, frammezzate da tre pareti più piccole, si arricchiscono di riferimenti: la composizione contemporanea basata sul cerchio che incornicia la piccola cucina a vista rimanda alla tradizione contadina; il legno naturale che continua a soffitto nelle lamelle fonoassorbenti e le sedie diverse ma tutte nere, alla trattoria; la carta da parati botanica e il lungo tavolo, alla convivialità dell'oggi. In una storia dove il lavatoio della nonna, voluto e recuperato da De Riggi per il bagno, riporta alla sua fonte d'ispirazione.

ARTICOLI CORRELATI

Una superficie unica, senza interruzioni

WWW.CERAMICA.INFO/ARTICOLI/GRANDI-FORMATI/

Come scegliere il giusto adesivo

WWW.CERAMICA.INFO/TECNICA/SCEGLIERE-GIUSTO-ADESIVO/

Il laboratorio sportivo si amplia

L'ERACLE SPORTS CENTER, FORTEMENTE VOLUTO DAL CAMPIONE GIANLUCA ZAMBROTTA E A BREVE DISTANZA DAL CENTRO DI COMO, È STATO DA POCO AMPLIATO, DIVENTANDO UN ESEMPIO DI INNOVAZIONE, FRA OFFERTE MULTIDISCIPLINARI, SPAZI RICREATIVI E SPA

di Antonia Solari

"Lo sport è impegno, costanza, passione, grinta e tenacia infinite; ti permette di conoscere l'amicizia, il confronto, le sinergie. Allo stesso tempo ti insegna a stare da solo per raggiungere la concentrazione, la consapevolezza di sé per crescere e migliorarsi sempre. Per queste ragioni e perché ritengo che lo sport sia qualità di vita, ho deciso di investire nella realizzazione di un nuovo laboratorio sportivo, l'Eracle Sports Center, un centro in cui praticare tantissime discipline secondo i valori che per me rappresenta lo sport: coraggio, forza, umanità e generosità". È così che Gianluca Zambrotta, campione mondiale di calcio, presenta il nuovo centro sportivo alle porte di Como.

L'Eracle Sports Centre, che prende il proprio nome dall'eroe mitologico greco protettore degli sport e delle palestre, si presenta come un impianto polisportivo e multidisciplinare, rivolto sia ai ragazzi che a tutta la famiglia, con l'obiettivo di diventare un centro di aggregazione e integrazione. Il campus, infatti, è stato da poco completato e oggi comprende anche una club house con SPA, un centro benessere, uno "spazio family" con ristorante, caffetteria e un centro per la fisioterapia.
Nello specifico, il centro sportivo è composto da una struttura interna che ospita una sala fitness, due piscine, tre sale corsi, oltre agli ambienti per servizi e spogliatoi, e un'ampia area esterna.

ERACLE SPORTS CENTER

PROGETTO
PAOLO PETTENE
SDIA_STUDIO DI ARCHITETTURA
STUDIOPETTENE.COM

FOTO
LUCIANO BUSANI

SUPERFICI CERAMICHE
DEL CONCA
WWW.DELCONCA.COM

ANNO DI REALIZZAZIONE
2014

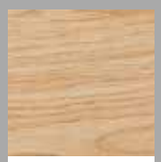
Guarda nella Galleria Progetti altri building dello sport

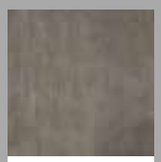
AMBIENTE
spazi dello sport

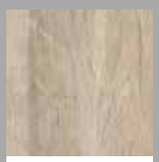
APPLICAZIONI
pavimenti interni ed esterni

superfici ceramiche
Del Conca
In-Out (15x60 cm),
Forma (80x80 cm),
Monteverde (40x120 cm),
Upgrade (80x80 cm),
Zelo (30x60 cm).

caratteristiche tecniche
assorbimento d'acqua (ISO 10545-3): conforme
resistenza alla flessione (ISO 10545-4): conforme
resistenza all'abrasione profonda (ISO 10545-6): conforme
resistenza alla dilatazione termica lineare (ISO 10545-8): conforme
resistenza agli sbalzi termici (ISO 10545-9): conforme
resistenza al gelo (ISO 10545-12): conforme
resistenza all'attacco chimico (ISO 10545-13): conforme
resistenza alle macchie (ISO 10545-14): conforme
resistenza alla scivolosità (DIN 51130): R9 (Forma), R10 (In-Out), R11 (Monteverde e Upgrade), R13 (Zelo).


In-Out
LG 1


Forma
grigio scuro


Monteverde
beige

Upgrade
bianco

Zelo
grigio chiaro

IN ALTO, UN DETTAGLIO DELLA PISCINA PIÙ GRANDE DELL'ERACLE SPORTS CENTRE, CON COPERTURA IN ACCIAIO ALTERNATO A VETRI FOTOVOLTAICI.

All'aperto, dunque, spazio per campi da calcio a 5 e a 8, tennis, beach volley e paddle. I campi usufruiscono di spogliatoi riservati e vengono proposti anche per eventi privati e feste.
Dai numeri, la conferma sulle dimensioni dell'intero centro sportivo: l'Eracle è distribuito su 16.500 metri quadrati, di cui 4.000 coperti e 3.300 organizzati con strutture pressostatiche. Un intervento di grandi proporzioni, dunque, progettato interamente dallo Studio SdiA dell'architetto Paolo Pettene, che ne ha definito il layout generale fino ad arrivare, cambiando scala, alla scelta di finiture, arredi su misura e grafica interna. Innovativo nelle scelte strutturali e nelle dotazioni tecnologiche, fra cui spicca la copertura della vasca più grande, realizzata con struttura in acciaio a vista e rivestimento con vetri fotovoltaici integrati ai serramenti, anche le scelte legate all'interior design rispondono ai requisiti di funzionalità ed eccellenza.
Predomina, in tutti gli ambienti, il Made in Italy, dagli arredi, agli apparecchi automatici per gli spogliatoi, ai complementi per hall e uffici, fino ai rivestimenti firmati da Del Conca e parte delle collezioni In-Out, Forma, Monteverde, Upgrade e Zelo. Grés porcellanato, nelle tonalità grigio, naturale e con richiami alle essenze lignee è stato scelto per i pavimenti e i rivestimenti, anche con posa su impianti di riscaldamento a pannelli radianti. L'alternanza fra i formati e le geometrie ne ha permesso l'installazione sia nei luoghi deputati allo sport sia negli ambienti ricreativi, garantendo omogeneità progettuale per l'intero centro sportivo.

ARTICOLI CORRELATI

Sette regole per la posa delle grandi lastre

WWW.CERAMICA.INFO/TECNICA/REGOLE-POSA-GRANDI-LASTRE/

Piastrellature ceramiche a norma: i giunti

WWW.CERAMICA.INFO/ARTICOLI/PIASTRELLATURE-CERAMICHE-NORMA-GIUNTI/

SOPRA,
VISTA DELLA CAFFETTERIA DELL'ERACLE SPORTS CENTRE. IL GRÉS PORCELLANATO GRIGIO SI ALTERNA AI DETTAGLI IN LEGNO SCELTI PER BANCONE E ARREDI.

AL CENTRO E SOTTO, IL CENTRO SPORTIVO COMPRENDE ANCHE UNA CLUB HOUSE CON SPA, UN CENTRO BENESSERE E UNO SPAZIO FAMILY, AREE DI AGGREGAZIONE A CUI SI AFFIANCANO IL RISTORANTE E LA CAFFETTERIA.

CERAMICS OF ITALY. ITALIANS MAKE THE DIFFERENCE.

L'ingrediente della ceramica italiana che fa la differenza sono gli italiani. Come Roberto, progettista software, che ogni giorno trova soluzioni efficaci per gestire il customer care dell'azienda ceramica. Solo i più importanti produttori italiani di ceramica - piastrelle, sanitari e stoviglie - possono fregiarsi del riconoscimento Ceramics of Italy, garanzia di qualità, design e stile italiano. Per questo chiedi sempre il marchio Ceramics of Italy, sinonimo di eccellenza della ceramica in tutto il mondo.

www.ceramica.info

Ceramics of Italy

Ceramics of Italy, promosso da Confindustria Ceramica - l'Associazione dell'industria ceramica italiana - è il marchio settoriale di Edi.Cer. S.p.A. società organizzatrice di Cersaie (Salone internazionale della ceramica per l'architettura e dell'arredobagno - Bologna, 24-28 settembre 2018 - www.cersaie.it)

White stuff: Naima Annoni, Enrica Caiello, Riccardo Piovesan, Maria Cristina Ziviani
Brera - Accademia Belle Arti

CERSAIE
BOLOGNA ▪ ITALY

SALONE INTERNAZIONALE DELLA CERAMICA PER L'ARCHITETTURA E DELL'ARREDOBAGNO

www.cersaie.it

24-28 SETTEMBRE 2018

promosso da
CONFINDUSTRIA CERAMICA

in collaborazione con
Bologna Fiere

organizzato da
EdiCer SpA

segreteria operativa
Promos srl

L'azienda di famiglia che investe nel futuro

TRA INTUIZIONI E AZZARDI (UNO SHOWROOM DI 3MILA MQ NEL 1992) E QUALCHE CRUCCIO (NON AVERE APERTO UNA FILIALE NEL MOMENTO PIÙ FLORIDO DEL MERCATO), I FRATELLI SPERETTA, FONDATORI DI CERAMICHE SPERETTA, GUARDANO AVANTI CON POSITIVITÀ. E TRASMETTONO L'AMORE PER QUESTO LAVORO ANCHE ALLE NUOVE GENERAZIONI ENTRANTI: FIGLI E NIPOTI

di Alessandra Ferretti

Roberto Speretta, ci racconta com'è nata l'azienda?

Ceramiche Speretta è nata nel 1977 per volontà e impegno di noi quattro fratelli Speretta, che siamo diventati anche soci in questa avventura. Tre di noi lavoravano in realtà già come posatori dal 1972. In ordine di età decrescente eravamo Dino, Antonio ed io. Angelo entrò in azienda proprio nell'anno della sua fondazione. Allora rilevammo infatti il magazzino dove eravamo soliti acquistare il nostro materiale da posare, diventando anche committenti.
Alcuni dipendenti – quattro – restarono con noi, altri preferirono cercare altrove un lavoro più inerente all'attività che avevano sempre svolto. Inoltre iniziammo a dedicarci alle attività di fornitura e di posa in opera.
La sede dell'azienda è Cusano Milanino, in provincia di Milano.

Come si è sviluppata poi l'azienda nel corso del tempo?

L'anno di svolta fu il 1989, quando comprammo un'area di 6mila mq, suddivisa tra 3mila mq coperti che dedicammo al magazzino e 3mila mq scoperti che adibimmo a giardino e parcheggio. Nel 1992, al piano superiore al magazzino, allestimmo uno showroom di 3mila mq di superficie. Per allora, una sala mostra di quelle dimensioni fu un azzardo. E, per come è andata successivamente, fu anche un'intuizione.

Vai alle altre interviste ai distributori italiani

Da sinistra: Roberto, Angelo e Antonio Speretta.

Quali erano le destinazioni d'uso allora e quali sono oggi?

Tra il 1989 e il 1991 ci occupammo molto di forniture per il settore pubblico. Solo per citare alcuni committenti, ricordiamo Palazzo Reale, Palazzo Giureconsulti, l'Istituto Gaetano Pini, qualche reparto del Fatebenefratelli e il Teatro La Scala. Ricevevamo il lavoro in appalto da altre imprese. Parallelamente, entravamo in società con aziende che si occupavano di costruzioni occupandoci in prima persona della fornitura.
Dal 1992, con l'allestimento dello showroom e una sempre maggiore specializzazione, seguimmo la tendenza del mercato che richiedeva forniture ad architetti, ingegneri, geometri e imprese costruttrici, così come a privati. E ci dedicammo esclusivamente a fornitura e posa in opera.

Qual è oggi il materiale che più di ogni altro contraddistingue l'azienda?

Il materiale che più ci contraddistingue è sicuramente la ceramica, per tutte le destinazioni e di tutte le dimensioni. Allestiamo tutta la casa, offrendo al cliente l'intera gamma di prodotto, dalla ceramica al marmo, al parquet, per tutti gli spazi, dalla cucina al living, alla sala da bagno.
Ci occupiamo anche di spazi industriali, dalle mense agli spogliatoi, e delle facciate degli alberghi. Proponiamo anche i complementi d'arredo in tutta la gamma possibile: dai sanitari all'arredo bagno, alla rubinetteria, alle vasche idromassaggio, ai box doccia.
Quanto alle dimensioni delle piastrelle, proponiamo una forbice il più possibile ampia che va dal 30x60 cm all'1,20x2,40 m. L'ampiezza di questa scelta riflette anche la filosofia aziendale secondo cui, per far fronte alla concorrenza dei centri commerciali sempre più diffusi, bisogna fare leva sempre e comunque sulla qualità.
In base alla nostra esperienza, oggi il formato più richiesto è quello 80x80 cm. La domanda di questo formato specifico viene da esigenze estetiche, come il fatto che nell'80x80 le fughe sono meno esposte e quindi meno visibili.

Come è organizzato il magazzino?

Il magazzino di 3mila mq, realizzato nel 1992, contiene materiali subito disponibili, selezionati tra i marchi esposti nel nostro show-room e una zona dedicata all'Outlet.
L'idea è proprio quella di offrire la maggiore disponibilità al cliente finale.

Cosa chiedete ai vostri addetti dedicati alla vendita?

Il nostro servizio al cliente prevede personale dedicato e la possibilità della consegna a domicilio e dell'installazione quando richiesto.
Ai venditori chiediamo la massima disponibilità nei confronti della clientela e parimenti la maggiore professionalità possibile nel fornire le risposte che questa cerca. Oggi il cliente si presenta in azienda con tutta una serie di informazioni raccolte in internet pensando di essere preparato, poi in fase di preventivo scopre tutta una serie di aspetti ed elementi che non

aveva messo in conto. E resta deluso. Proprio per questo i clienti vanno seguiti fin dal principio da professionisti: soltanto il connubio tra prodotti di qualità e installazioni di qualità porta infatti ad alti risultati.

E cosa chiede dal canto proprio il cliente?

Il cliente chiede di venire assistito da veri professionisti. Chiede che alla professionalità e alla qualità siano abbinati prezzi giusti. Chiede un buon prodotto duraturo, che si mantenga "alla moda" nel tempo. Anche per questo noi lavoriamo molto sui colori (preferendo quelli pastello) e ci confrontiamo con i professionisti.

L'azienda quindi si occupa direttamente della posa in opera...

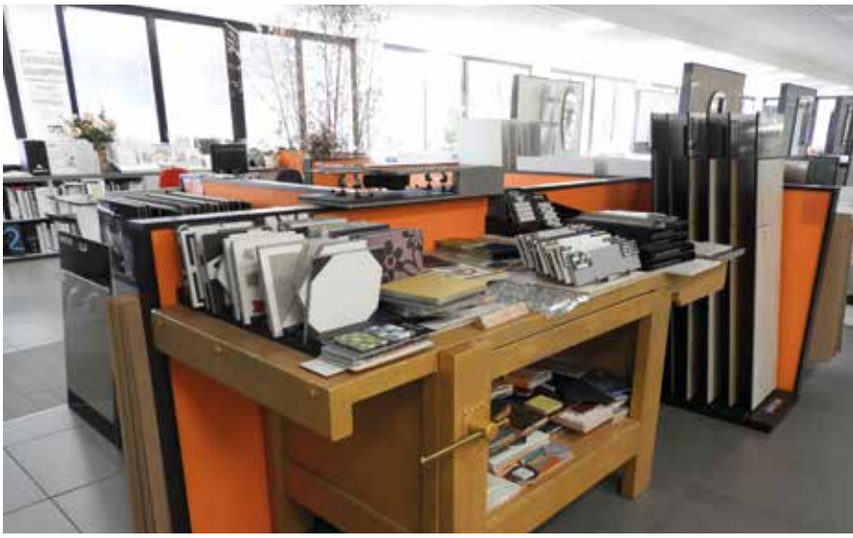
Mentre Ceramiche Speretta si occupa solo della parte commerciale, per l'attività di installazione e posa in opera abbiamo un'attività *ad hoc*, la "Servizi immobiliari", che si occupa di ristrutturazioni abitative e commerciali.

Non avete altre filiali?

No, e questo è un cruccio. Per servire al meglio il mercato, una filiale ci avrebbe aiutato molto. Tuttavia, quando fu il momento di decidere chi di noi avrebbe dovuto spostarsi nella sede distaccata, nessuno era disposto, essenzialmente per motivi familiari.
Dal mio punto di vista, questo fu un errore di percorso. Nel momento più florido del mercato, per soddisfare la richiesta elevata avremmo dovuto farlo. Ma sono riflessioni maturate pienamente col senno di poi.
Il cliente fa fatica a muoversi e vuole avere sempre tutto a portata di mano per questo negli ultimi anni seguendo il trend dei mercati abbiamo avviato anche la vendita on-line con un sito dedicato all'e-commerce.

Come vede il futuro delle Ceramiche Speretta?

Lo vedo con tanta voglia di andare avanti e di fare. Di certo non ci aiutano le condizioni di precarietà dell'attuale situazione politica. Ma nonostante questo noi continuiamo, investendo anche le nostre risorse più care, che sono i miei figli e nipoti, nell'azienda. Questo non può che trasmettere e dimostrare anche fuori di qui il nostro grande amore per questo lavoro.



MARCHI IN VENDITA PRESSO CERAMICHE SPERETTA

CERAMICHE:
GRUPPO CONCORDE
FINCIBEC GROUP
FLORIM
GRUPPO ROMANI
MARINER

SANITARI:
CERAMICA CATALANO
SCARABEO CERAMICHE

RUBINETTERIE:
BELLOSTA
HANSGROHE
RUBINETTERIA PAFFONI

MOBILI BAGNO:
ARTESI
MOBIL CRAB

BOX DOCCIA:
ARBLU
VISMARAVETRO

Il desiderio di una casa "a propria immagine"

LE RISTRUTTURAZIONI HANNO TROVATO UN DRIVER IMPORTANTE: I RECENTI ACQUIRENTI DI CASE. SECONDO HOUZZ SONO LORO A TIRARE LE FILA DI UN MERCATO SEMPRE PIÙ PARCELLIZZATO

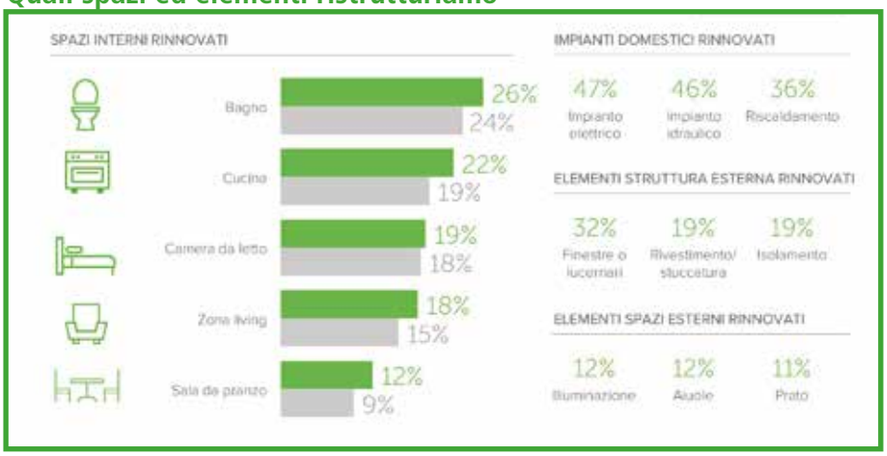
di Alessandro Braida

Sono coloro che hanno acquistato casa a tirare le fila delle ristrutturazioni, più motivati e interessati a progetti più importanti rispetto a chi rinnova un'abitazione in cui vive già da tempo. È questo uno dei dati significativi che emergono dall'indagine annuale "Houzz & Home", ricerca condotta a livello internazionale da Houzz, piattaforma leader a livello mondiale per la ristrutturazione e la progettazione della casa. I dati sono stati raccolti attraverso un sondaggio online a cui hanno risposto oltre 185 mila persone provenienti da 14 paesi nel mondo, di cui quasi 6 mila italiani che hanno rinnovato casa nel 2016 o che la stanno rinnovando nel 2017. Insieme a questa ricerca, Houzz ha presentato in occasione dell'ultimo Cersaie anche un'altra indagine dedicata alle tendenze che riguardano la stanza da bagno, dalla quale risulta che ben 9 proprietari su 10 cambiano il precedente stile dell'ambiente domestico più privato durante i lavori di ristrutturazione.

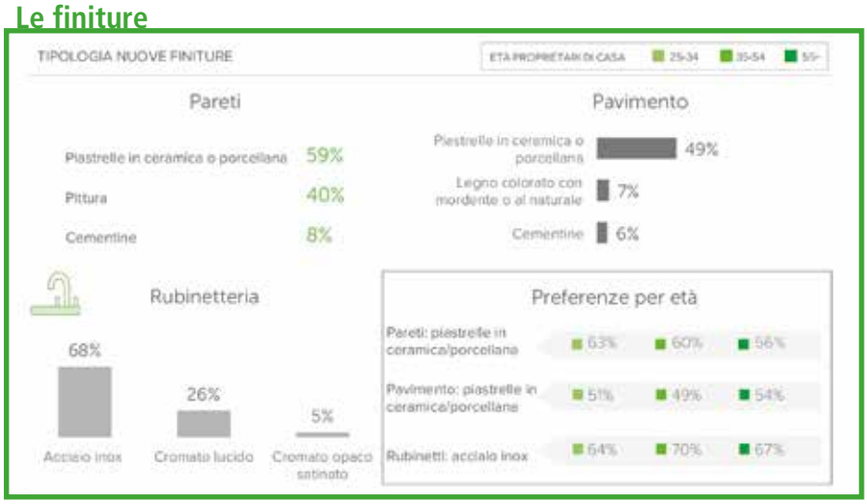
"Dalle ultime ricerche di Houzz emerge un forte desiderio di personalizzazione degli spazi. – racconta **Silvia Foglia**, *Country Operations Manager di Houzz Italia* – Gli ambienti devono riflettere la personalità dei proprietari di casa, sia nella scelta degli arredi che dei materiali".

Chi ha acquistato casa recentemente è ormai diventato un driver importante nell'ambito della ristrutturazione perché, secondo quanto evidenzia la ricerca Houzz, le persone preferiscono comprare una casa da ristrutturare rispetto a una casa "pre-confezionata", per poterla personalizzare secondo i propri gusti e le proprie esigenze. Tra queste spiccano il desiderio di migliorare design e funzionalità degli ambienti, ma hanno un certo rilievo anche gli accorgimenti che possono assicurare una vita più salutare, che migliorano l'efficienza energetica, che integrano le tecnologie domotiche. Importante anche l'attenzione verso l'impiego di materiali ecosostenibili. In un intervento di ristrutturazione –

Quali spazi ed elementi ristrutturiamo



Le finiture



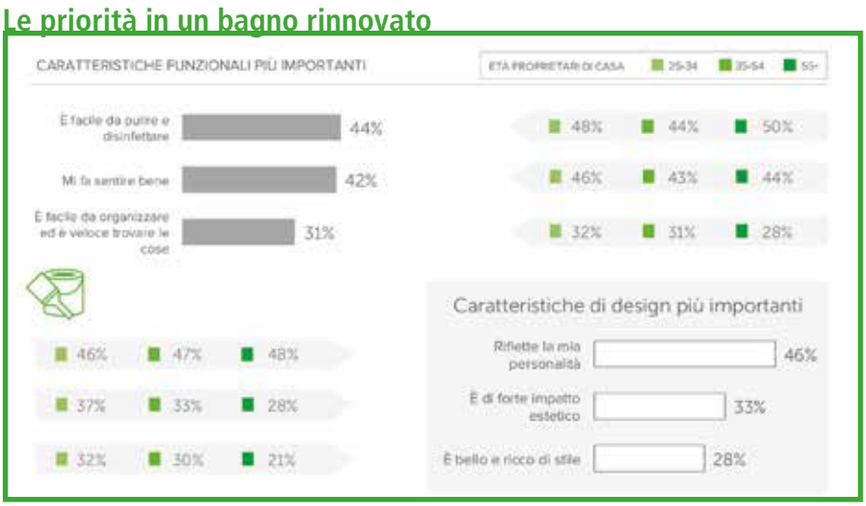
Consulta gli altri articoli sulla congiuntura immobiliare

che sempre più spesso vede il coinvolgimento di professionisti (elettricisti e idraulici in primis, ma è in crescita anche il numero di chi si rivolge ad architetti) – il rifacimento del bagno è quello più importante soprattutto per i nuovi proprietari, seguito dall'ammodernamento della cucina e della camera da letto.

"A proposito del bagno – aggiunge Silvia Foglia di Houzz Italia – l'ultima Ricerca Tendenze Bagno 2017 evidenzia come gli stili preferiti da chi ristruttura siano quello contemporaneo e quello moderno (rispettivamente il 34 e il 33 per cento), senza mai dimenticare, però, gli aspetti funzionali: vengono apprezzate soprattutto superfici facili da pulire e disinfettare (44 per cento). Per quanto riguarda invece i materiali di pareti e pavimenti, le piastrelle in ceramica o porcellana restano in cima alle preferenze degli italiani (rispettivamente 59 e 49 per cento)".

Se aumenta l'attenzione agli aspetti tecnologici (a cominciare dalla possibilità di utilizzare device mobili durante il tempo che si passa in bagno, per finire con le funzioni hi-tech di docce, wc e vasche), rimane fondamentale, secondo la Ricerca Tendenze Bagno, l'intervento su pareti e pavimenti (82 e 78 per cento) e la sostituzione di sanitari (lavabo 79 per cento, water 73, docce 71 e vasche 34), senza dimenticare rubinetteria e illuminazione (87 e 77 per cento). Tra le docce, infine, da segnalare che tra i proprietari che le sostituiscono quasi 7 su 8 ne aumentano le dimensioni. Nello specifico il 37 per cento realizza

Le priorità in un bagno rinnovato



una doccia più grande del 50 per cento rispetto alla precedente. Interessante anche il dato che riguarda le vasche: tra chi le rinnova, un terzo sceglie una vasca incassata circondata da una struttura in muratura, mentre il 26 per cento preferisce una vasca ad alcova posizionata tra le pareti. Oltre all'estetica della vasca, è però importante anche la sicurezza: il 32 per cento predilige il fondo antiscivolo.

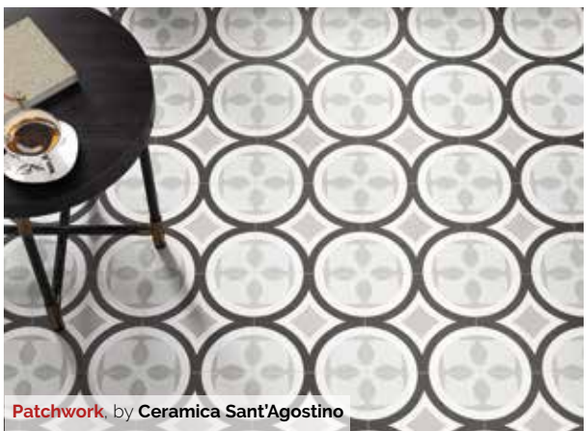
Articoli correlati:

Riparte (2018) il nuovo residenziale

www.ceramica.info/mercato/dopo-le-ristrutturazioni-arriva-2018-il-nuovo-residenziale/

I "mood" che ispirano la ceramica: la poesia

Cementine_Boho, by **Ceramica Fioranese**


Patchwork, by **Ceramica Sant'Agostino**

Moodboard, by **Settecento**

L'ASPETTO "POETICO" DELLA CERAMICA VIENE RAPPRESENTATO DA UN RECUPERO DELLA DECORAZIONE FORTEMENTE RADICATA NEL PASSATO IN VIRTÙ DEL QUALE LA CERAMICA DICHIARA LA SUA ORIGINALE NATURA, OVVERO QUELLA DI "PIXEL" DECORATIVO RIPETITIVO.

di Cristina Faedi

Con l'intento di illustrare le nuove tendenze ceramiche, quest'anno ho preso ispirazione da un articolo che ho letto qualche tempo fa a firma Li Edelkoort, guru internazionale delle tendenze legate alla moda, ai tessuti, agli interiors, fino al food.
In questo articolo, Li Edelkoort analizza quelle che sono le dinamiche socio-culturali in atto e predice quelle che saranno a suo avviso i trends di un prossimo futuro.
La sua analisi infatti rileva una crescente preoccupazione ed incertezza per il futuro, una forte tensione a vivere il presente e, nel contempo, un'incredibile spinta al recupero del passato.
Certo la tecnologia è incredibilmente avanzata e la ricerca sui materiali è estrema, ma il recupero di quell'artigianalità che esiste sempre meno e va sempre più scomparendo è un fenomeno di grande rilevanza.
La Edelkoort individua quindi quattro mood che determinano un "ritratto del tempo" e per i quali trovo una forte attinenza anche nello sviluppo dei trends ceramici: poesia, memoria, comfort e design.

L'aspetto "poetico" della ceramica viene rappresentato da un recupero della decorazione fortemente radicata nel passato in virtù del quale la ceramica dichiara la sua originale natura, ovvero

Acquerello, by **Made+39**

CottoTagina by **Tagina Ceramiche d'Arte**

quella di "pixel" decorativo ripetitivo.

A Cersaie si respira questa onda nostalgica, che già da qualche tempo si spinge verso un genere vintage, ormai divenuto contemporaneo, generato da uno spirito da eredità che recupera qualcosa che "ci fa stare bene", che ci rassicura perché ci è familiare, è sempre stato lì e per questo è considerato bello.

Con uno sguardo al passato unito ad uno spirito contemporaneo, oggi la ceramica conferisce agli ambienti un "sapore" estetico un po' retro e particolarmente caratterizzante garantendo nel contempo le più alte performance di prodotto che oggi la ceramica può assicurare.
Si registra infatti una rilettura dei materiali e dei pattern dell'architettura classica declinato secondo uno stile fresco, rilassato, romantico.

Viene ripreso il look delle "cementine", mattonelle artistiche artigianali per pavimentazione composte da cemento miscelato a polveri di marmo e ossidi per la colorazione, nate a fine '800 e diffuse in tutta Europa, America Latina e Stati Uniti, utilizzate fino agli anni '30 poi sempre meno, in virtù delle marmette in graniglia ed alla ceramica industriale.

Chalk, by **Marca Corona**

Guarda il video sulle tendenze ceramiche a Cersaie 2017

Corrispondenza, di **Ceramica Bardelli**

Blocks Hazel, di **ABK Ceramiche**

Un ritorno molto deciso e caratterizzato dal valore artigianale ed hand made, che assicura la personalizzazione ogni ambiente, dai salotti alle camere da letto, dalle cucine ai bagni, a pavimento ed a rivestimento, senza limitazione di superficie. Infiniti gli schemi di posa, che variano dal rigore geometrico più classico ad una posa random o miscelata con altri elementi a tinta unita.

Piccoli i decori e più piccoli i formati, che vedono un ritorno anche del 20x20, se non addirittura del 10x10, senza escludere i formati più grandi con rivisitazioni contemporanee, nuove cromie e geometrie sempre più decise. Le finiture di superficie possono essere lucide, oppure morbide, quasi polverose ed i decori sempre più innovativi.

Nella forma più elegante e meno rustica, il richiamo agli stili dei primi del '900 sono sempre più dichiarati, dove l'Art Déco amava le forme geometriche, essenziali ed eleganti e l'Art Nouveau era dominata dall'estetica naturalistica e da una ricerca decorativa. E così anche sulle piastrelle la decorazione floreale si infittisce, si miscela con quella geometrica, diventa più leggera ed irregolare, sofisticata ed elegante nello stile ed in tutti i suoi dettagli.

Sempre in ambito decorativo, il tessuto – trend già in atto nella produzione ceramica recente – conferma la sua forte presenza mettendosi in evidenza con composizioni patchwork e mescolandosi anche ad altre materie. Le tramature sono rigorose oppure appena suggerite. In questo ambito si riscoprono i broccati, i damaschi, le carte da parati e le pitture usurate, riproponendo raffinatissime tecniche di ramage su ricercati mosaici dove il decoro supera i confini della singola tessera, fino ad arrivare – sulle grandi lastre – alle riproduzioni di segni floreali di chiara ispirazione naturale o dei vecchi erbari. Eleganti e alla moda, accurate in ogni dettaglio, le piastrelle di ceramica italiane possono essere utilizzate in ambienti residenziali ed in architetture commerciali, fondendo la tradizione più antica con lo stile compositivo più moderno ed elegante, che cura ogni dettaglio.

Fap Mosaici Dark Side, di **Fap ceramiche**

Fabric (Canvas accent), di **Marazzi**

BeSquare, di **Emilceramica**

Articoli correlati:

I trend della ceramica italiana presentati all'ultimo Cersaie.

www.ceramica.info/categoria-cer/products-trends/

La sostenibile leggerezza del wellness

MATERIALI RICICLATI, SUPERFICI ATOSSICHE, APPARECCHIATURE A RISPARMIO IDROENERGETICO: NELLO SPAZIO DEL BENESSERE, SEMPRE PIÙ *GREEN ORIENTED*, L'ECOCOMPATIBILITÀ È ORMAI UNA QUALITÀ IRRINUNCIABILE NEGLI AMBIENTI

di Luisa Pianzola, IL BAGNO OGGI E DOMANI

Il sistema **Goclean®**, applicato al vaso da **Flaminia**, lo rende facile e veloce da pulire, grazie anche alle superfici tondeggianti e perfettamente lisce.

Bisogna ammetterlo. In questo momento lo spazio domestico più interessante, dal punto di vista della ricerca estetica e tecnologica, è il bagno. Sarà il mix di fisicità (il corpo, l'acqua) ed emozione (il contatto con il proprio sé più autentico), di arcaicità (natura, purezza, semplicità) e avvenirismo (domotica, funzioni avanzate). Sta di fatto che il luogo del benessere è un vero e proprio laboratorio di idee in continua evoluzione. Finalizzate a ridisegnare lo spazio in un'idea di *total bath* che non lascia nulla al caso e crea ambienti coerenti e suggestivi, momenti privilegiati di un privatissimo (ma attenzione: il piacere del benessere va anche condiviso) culto domestico. Tra le tendenze emergenti e ricche di futuro, quella dell'ecosostenibilità. Un fronte sul quale aziende e progettisti sono da tempo impegnati, ma in questo momento stanno manifestando una particolare vivacità e intraprendenza. Il nuovo spazio per la cura del corpo è digitale, responsabile e sostenibile, con tante novità che coniugano etica, relax, design e tecnologia.

Una *comfort zone* sempre più *green oriented*

Il punto di partenza, alcuni decenni fa, è stata l'introduzione nelle aziende di processi produttivi più rispettosi dell'ambiente e dei consumatori, per

Ideal Standard presenta il sistema di arredo bagno, vasi e lavabi **Connect Air**. I wc sono caratterizzati da sedile a sgancio rapido e chiusura rallentata, scarico universale per un'installazione senza opere murarie, tecnologia **AquaBlade**, senza brida, per una migliore resa estetica e facilità di pulizia.

continuare con la messa a punto di materiali riciclabili e soluzioni d'arredo a risparmio energetico. Oggi la ricerca sta proponendo accorgimenti come le superfici antibatteriche che garantiscano igienizzazione e atossicità, con la conseguente riduzione di detergenti nelle operazioni di pulizia. Da segnalare anche l'introduzione di procedimenti e funzioni come i trattamenti galvanici per le rubinetterie, che garantiscono minori livelli di nocività, e, per gli scaldasalviette elettrici, la programmazione digitale che riduce lo spreco energetico. Sempre più efficace, poi, l'orientamento dei sanitari verso il contenimento del consumo idrico. Quasi tutte le aziende sono pronte per l'installazione del vaso da 4,5 litri. Se si pensa che la maggior parte degli scarichi attualmente si aggira attorno ai 9-12 litri, si può immaginare la portata di tale innovazione. Parlando di abbassamento dei costi di produzione, una "chicca" che si sta già facendo apprezzare nel mondo dei rubinetti è l'*additive manufacturing*, cioè la stampa 3D degli oggetti nelle forme e nei materiali desiderati.

Investire nella ricerca: un *must* per tutti

Raccogliendo l'istanza ecologica ormai imprescindibile, oggi non c'è azienda che non rifletta in modo davvero serio ed efficace sulla necessità di

Guarda le novità di primavera estate 2018 sulla Galleria Prodotti

La collezione **Acanto**, di **Pozzi-Ginori**, propone un sistema completo di lavabi, sanitari, mobili e accessori. I lavabi hanno un innovativo sistema di fissaggio a parete che ne rende facile e veloce l'installazione.

La metodologia produttiva dell'*additive manufacturing* (stampa 3D) viene utilizzata per produrre la collezione di rubinetti **One Series**, di **Webert**. In particolare, la linea **Coral**, disegnata da BMB Progetti, ha una leva ispirata alle forme organiche sottomarine.

ridurre l'impatto sull'ecosistema. E si tratta di uno scenario possibile perché le tecnologie per ottenerlo sono già in atto. I produttori del comparto investono consistentemente in innovazione ed è bello constatare come non si stia parlando solo dei grossi brand, ma anche di realtà di dimensione medio-piccola, che dedicano alla ricerca una buona percentuale del proprio fatturato.

Attenzione all'ambiente è anche comfort e sicurezza

Il bagno, e in particolare l'area doccia, sono gli spazi domestici in cui siamo più soli e vulnerabili, per cui la loro sicurezza è fondamentale. A questo proposito, sta aumentando la proposta di piatti doccia che permettano il comfort plantare, ma che siano anche perfettamente antiscivolo. L'attenzione alla corporeità (e anche alle esigenze di una diversa abilità, permanente o episodica) è un'altra delle strade che lo spazio del benessere sta percorrendo, con l'ausilio di una presenza pervasiva,ma invisibile,della tecnologia e con la messa a punto di sistemi d'arredo sempre più curati nel design.

Una dimensione olistica

Il nuovo bagno, per concludere, oltre alle performances funzionali non perde di vista, anzi le accentua, le proprie componenti emozionali e polisensoriali. Sempre più concepito come la stanza dove ritrovare l'equilibrio tra corpo, mente e spirito, è un'evoluzione del concetto di spa dove materiali, colori e tecnologie sono studiati per favorire *remise en forme* e rigenerazione psicofisica. In uno scenario seduttivo dove linee e volumi si fanno sempre più sottili, leggeri, compatti e versatili.

Articoli correlati:

Il bagno, sempre più casa

www.ceramica.info/prodotti-tendenze/bagno-sempre-piu-casa

Totalmente *made in Italy* e proposto nella soluzione scorrevole o battente, **Otto** è un box doccia senza telaio firmato **Arblu** che si distingue per la cura dei dettagli, i profili rigorosi ed essenziali e le finiture di pregio.

I vasi sospesi rimless della serie **Flow**, design Terry Pecora per **Simas**, hanno volumi lineari e compatti declinati nelle forme quadrate, ovali, rettangolari e tonde, in dimensioni differenti.

Edifici in classe A anche in estate

CON I CRITERI AMBIENTALI MINIMI (CAM), RICONOSCIUTO IL VALORE DELLA MASSA PER L'ISOLAMENTO DEGLI AMBIENTI INTERNI ALLE COSTRUZIONI.

di Alfonsina Di Fusco

"Roma non è Bruxelles: bene la prestazione invernale, pessima quella estiva", affermazione che per l'Italia e i paesi mediterranei presenta non poche criticità, perché non tiene conto della valutazione dell'inerzia termica per poter controllare il comfort abitativo.
È questa la vera critica, mossa dall'industria italiana dei laterizi: l'aver ignorato il contributo che le strutture massive, dotate di inerzia termica, che caratterizzano il modo di costruire in Italia, apportano in modo passivo al comfort termo-igrometrico.
L'Europa aveva suggerito la strada per la progettazione di edifici a consumo netto nullo, avendo in mente, per questioni climatiche, il solo tema del consumo invernale e l'Italia, pur in un contesto climatico diverso, ne aveva recepito le impostazioni, non preoccupandosi dei consumi estivi, che sappiamo invece essere preminenti per il clima mediterraneo. Mentre, dunque, per la maggior parte dei Paesi europei il mantra è come difendersi dal freddo, la stessa ricetta non può funzionare in Italia. Con temperatura che in estate sfiorano per lunghi periodi i 40 gradi, è chiaro a tutti che in Italia il tema è più complesso e l'isolamento dal freddo, meno pungente che in Nord Europa, deve essere affrontato con una particolare attenzione anche alla questione estiva.
Ma lo scenario normativo è cambiato grazie ai CAM. Si tratta dei **Criteri Ambientali Minimi (CAM)** per l'affidamento di servizi di progettazione e lavori per la nuova costruzione, ristrutturazione e manutenzione di edifici per la gestione dei cantieri della pubblica amministrazione (introdotti per la prima volta nel DM 24 dicembre 2015 del Ministero dell'Ambiente - Gazzetta Ufficiale n.16 del 21 gennaio 2016), che la Pubblica Amministrazione deve adottare per gestire i cosiddetti '**appalti verdi**' per la progettazione e realizzazione di nuove costruzioni e ristrutturazione di quelli esistenti, come ad esempio le scuole.
La Pubblica Amministrazione è diventata, così, protagonista di una strategia di sviluppo sostenibile (GPP - Green Public Procurement), integrando i criteri ambientali in tutte le fasi del processo di acquisto (nel caso specifico, di appalti pubblici) e incoraggiando, così, la diffusione di tecnologie ambientali e lo sviluppo di prodotti validi sotto il profilo ambientale. Uno strumento di politica ambientale, dunque, che favorisce lo sviluppo di un mercato di prodotti e servizi a ridotto impatto ambientale attraverso la leva della domanda pubblica. Le autorità pubbliche che intraprendono azioni di GPP si impegnano sia a razionalizzare acquisti e consumi che ad incrementare la qualità ambientale delle proprie forniture ed affidamenti.
Successivamente, con l'ultimo DM dell'11 gennaio 2017 (su GU n.23 del 28-1-2017) sono stati aggiornati i "Criteri Ambientali Minimi (CAM)" per l'edilizia attraverso l'«Affidamento di servizi di progettazione e lavori per la nuova costruzione, ristrutturazione e manutenzione di edifici pubblici», di cui al precedente DM 24 dicembre 2015 (Gazzetta Ufficiale n. 16 del 21 gennaio 2016); mantenendo e rafforzato il riferimento alla capacità termica areica interna, funzionale anche al retrofitting energetico degli edifici esistenti, nel contenimento dei consumi energetici e ai fini di garantire il comfort; viene rimarcato che il 100% degli appalti aggiudicati dalla Pubblica Amministrazione saranno gestiti

Leggi gli altri fattori di sostenibilità dell'industria ceramica italiana

attraverso i CAM e classificati come 'Appalti Verdi'. In ottemperanza a quanto indicato all'art. 34 del D.Lgs 18 aprile 2016 n. 50 (nuovo Codice Appalti), inoltre, le stazioni appaltanti inseriscono nei documenti di gara per l'affidamento di servizi di progettazione e lavori per la nuova costruzione, ristrutturazione e manutenzione di edifici e per la gestione dei cantieri, tutte le specifiche tecniche e le clausole contrattuali definite dal nuovo DM 11 gennaio 2017 per il 100% del valore a base d'asta. **I CAM sono da tenere in considerazione, poi, anche ai fini della stesura dei documenti di gara** per l'applicazione dell'offerta economicamente più vantaggiosa.
Sono numerosi i criteri che ANDIL ritiene ambientalmente validi (vedasi box) e che trovano risposta nelle peculiarità del laterizio, ma è alla **valorizzazione della massa** – ciò che non aveva fatto a pieno il DM 26/06/2015, 'Requisiti minimi' – **per il risparmio energetico estivo ed il comfort indoor**, che va l'attenzione e l'approvazione del settore.
Introducendo il criterio della capacità termica areica interna periodica, viene rappresentato in modo semplice – è ottenibile dalla UNI EN ISO 13786:2008, ovvero dalla stessa norma e dagli stessi calcoli della trasmittanza termica periodica – il comportamento dinamico dell'involucro, considerando la profondità di penetrazione del flusso termico dall'interno. In pratica, la capacità areica rappresenta lo **spessore della massa termica interna che effettivamente contribuisce in estate a ridurre la temperatura superficiale interna** ed a stabilizzare la temperatura degli ambienti.
Le pareti ottimali dal punto di vista del comfort sono, quindi, quelle con capacità termica areica periodica interna più elevata, come le soluzioni costruttive massive in laterizio.
L'auspicio è che l'azione pioniera della Pubblica Amministrazione freni la corsa all'iper-isolamento invernale ed apra la strada del contenimento dei consumi estivi secondo le **tecniche della bioclimatica**, nella consapevolezza che la globalizzazione del settore delle costruzioni non funziona e che ad edifici omologati e standard, vanno preferite **strutture in grado di relazionarsi col contesto climatico**, ma anche culturale e materiale, secondo il modello della 'casa mediterranea'.

CRITERI AMBIENTALI DI INTERESSE PER L'INDUSTRIA DEI LATERIZI

§ 2.2.3 Riduzione dell'impatto sul microclima e dell'inquinamento atmosferico
L'uso di materiali a alto indice di riflessione solare (Solar Reflectance Index) per limitare gli effetti della radiazione solare (effetto isola di calore).

Una recente ricerca commissionata da ANDIL all'Università Politecnica delle Marche dimostra che la maggior parte degli elementi per copertura in laterizio soddisfano tali criteri.

§ 2.3.2 Prestazione energetica
I progetti devono garantire la capacità termica areica interna periodica, calcolata secondo la UNI EN ISO 13786:2008 deve avere un valore di almeno 40 kJ/m²K.

Le pareti ottimali dal punto di vista del comfort sono quelle con capacità termica areica periodica interna elevata e la maggior parte delle soluzioni costruttive in laterizio ha valori prossimi o superiori a 40 kJ/m²K. Le soluzioni leggere hanno valori notevolmente più bassi (intorno a 20 kJ/m²K) e non soddisfano tale criterio.

§ 2.3.5.2 Aerazione naturale e ventilazione meccanica controllata
Garantire l'aerazione naturale diretta in tutti i locali in cui sia prevista una possibile occupazione da parte di persone anche per intervalli temporali ridotti (...) per una buona qualità dell'aria interna.

Tale criterio assegna una preferenza alla ventilazione naturale nel controllo della qualità dell'aria e contrasta quindi l'iper-isolamento degli edifici, la cui gestione necessita della ventilazione meccanica per risolvere i problemi di smaltimento, in estate, dei carichi interni e di salubrità degli ambienti.

§ 2.3.5.7 Comfort termoigrometrico
Al fine di assicurare le condizioni ottimali di benessere termo-igrometrico e di qualità dell'aria interna bisogna garantire condizioni conformi almeno alla classe B secondo la norma ISO 7730:2005 in termini di PMV (Voto Medio Previsto) e di PPD (Percentuale Prevista di Insoddisfatti).

Tale criterio introduce a livello normativo il concetto di comfort, che invece il DM 26/06/15 ed in generale la EPBD2 hanno totalmente trascurato. In questo ambito, il laterizio può essere avvantaggiato, basti pensare ad esempio alla capacità di 'tampone igroscopico' dei laterizi (moisture buffering) che compensa e regola l'umidità interna.

§ 2.4.1 Criteri comuni a tutti i componenti edilizi
Almeno il 50% dei componenti edilizi e degli elementi prefabbricati (...) deve essere sottoponibile, a fine vita, a demolizione selettiva ed essere riciclabili o riutilizzabili. Di tale percentuale, almeno il 15% deve essere costituita da materiali non strutturali.

Tale criterio valorizza la capacità dei materiali da costruzione di essere riciclati e riutilizzati, come avviene comunemente per le coperture in laterizio, ed in parte per i mattoni a vista.

§ 2.4.1 Criteri comuni a tutti i componenti edilizi
Viene attribuito un punteggio premiante per l'utilizzo di prodotti costituiti per almeno il 25% in peso da materiali estratti, raccolti o recuperati, nonché lavorati (processo di fabbricazione) ad una distanza massima di 350 km dal cantiere di utilizzo.

Il criterio valorizza l'utilizzo di materie prime locali, aventi un raggio di approvvigionamento inferiore a 350 km e premia, quindi, le fornaci, tipicamente, aventi le cave in prossimità dello stabilimento produttivo.

Vedi anche:

Guarda il video sulla sostenibilità della ceramica

www.ceramica.info/sostenibilita/siamo-cio-che-progettiamo/

I requisiti che rendono eterno il pavimento

L'APPLICAZIONE DEL PRODOTTO CERAMICO IN CONTESTI DIVERSI PRESUPPONE, IN FASE D'INSTALLAZIONE, UN'ANALISI DETTAGLIATA DEI REQUISITI DA SODDISFARE IN QUEL DETERMINATO AMBITO. GLI STRUMENTI SONO FORNITI DALLA NORMA UNI 7999

di Alfredo Zappa

L'ampio spettro applicativo delle piastrellature ceramiche richiede una attenta analisi del sistema di requisiti da soddisfare, quali: i dati di progetto, le specificità del contesto applicativo, le caratteristiche degli strati di supporto. Gli strumenti per operare correttamente nell'analisi sono forniti dalla norma UNI 7999. I requisiti generali sono invece classificati dalla UNI 11493, secondo le caratteristiche di: **Regolarità; Durabilità; Manutenibilità/Pulibilità; Sicurezza; Sostenibilità**.

GLI ATTORI PROTAGONISTI

Il progettista: mette a punto la soluzione costruttiva, in termini di materiali e scelte tecnologiche, idonea a soddisfare le esigenze e i requisiti espressi dalla committenza, in funzione degli obiettivi generali dell'opera.

Il committente: fornisce tutte le informazioni d'uso degli ambienti e le relative sollecitazioni previste, utili a individuare e concordare con il progettista il sistema di requisiti e le specifiche prestazionali del sistema di piastrellatura.

Il posatore: esegue la piastrellatura conformemente a quanto prescritto, segnalando al Direttore Lavori eventuali condizioni e criticità che possono compromettere il soddisfacimento dei requisiti di progetto.

IN DETTAGLIO

Per il **requisito di Regolarità**, la norma prevede una articolata serie di verifiche di conformità. Al soddisfacimento del requisito, concorrono non sola la correttezza e l'appropriatezza della posa, ma anche: la scelta delle materie prime; la coerenza tecnologica, la tipologia e la stratificazione dei sottofondi; la scelta del sistema adesivo/malta. La Regolarità viene verificata attraverso valutazioni di aspetto, planarità, dislivello, orizzontalità (per le pavimentazioni), verticalità (per le piastrellature a parete), larghezza delle fughe e rettilineità della stuccatura. Per ognuna sono normati i metodi, gli strumenti di verifica e le tolleranze di accettazione. La stessa norma sottolinea come il **requisito di Durabilità** vada perseguito sino dalle prime fasi di progetto, mettendo a bilancio la scelta dei materiali e delle soluzioni tecnologiche in funzione delle sollecitazioni meccaniche, chimiche e termo-igrometriche, così come delle condizioni di esercizio alle quali le lastre ceramiche e gli altri materiali andranno soggetti durante la loro vita utile d'esercizio. Analoghe considerazioni sono spese in merito al **requisito di Manutenibilità/Pulibilità**, dove la capacità di previsione in fase progettuale risulta elemento chiave per il raggiungimento dell'obiettivo. Per quanto concerne invece il **requisito di Sicurezza**, gli aspetti da prendere in esame sono: scivolosità e regolarità superficiale (a prevenire cadute e inciampi); reazione al fuoco (anche se le piastrelle ceramiche sono notoriamente non reagenti alle fiamme); rilascio di sostanze tossiche,

Leggi gli altri articoli tecnici

in particolare VOC (le piastrelle ceramiche sono a rilascio nullo o trascurabile di sostanze pericolose); igiene; rischi di infortunio da spigoli vivi e bordi non smussati. Non ultimo, la norma ricorda come la sicurezza sia legata alla durabilità e ai rischi causati da eventuali fenomeni di degrado. Per soddisfare il **requisito di Sostenibilità**, seppure in presenza di materie prime e cicli industriali appartenenti a una filiera sempre più virtuosa in termini ambientali, la norma indica esplicitamente di privilegiare prodotti (ceramica, adesivi, fuganti ecc.) i cui parametri di sostenibilità siano misurati e dichiarati dai rispettivi produttori.

PER SAPERNE DI PIÙ

Norma UNI 11493 -1:2016

Piastrellature ceramiche a pavimento e a parete Istruzioni per la progettazione, l'installazione e la manutenzione

Capitolo: 5 – Caratteristiche e requisiti della piastrellatura ceramica

Paragrafo: 5.2. Regolarità; 5.3 Durabilità; 5.4 Manutenibilità/Pulibilità; 5.5 Sicurezza; 5.6 Sostenibilità; 5.7 Prestazioni specifiche

Appendice: B – Classificazione ed analisi delle condizioni di esercizio

CERAMICS OF ITALY. ITALIANS MAKE THE DIFFERENCE.

Gli ingredienti della ceramica italiana che fanno la differenza sono gli italiani. Come Roberto, Giordano, Loretta e Davide, che ogni giorno con il loro lavoro contribuiscono a fare della ceramica italiana la migliore del mondo. Solo i più importanti produttori italiani di ceramica - piastrelle, sanitari e stoviglie - possono fregiarsi del riconoscimento Ceramics of Italy, garanzia di qualità, design e stile italiano. Per questo chiedi sempre il marchio Ceramics of Italy, sinonimo di eccellenza della ceramica in tutto il mondo.

www.ceramica.info

Ceramics of Italy

Ceramics of Italy, promosso da Confindustria Ceramica - l'Associazione dell'industria ceramica italiana - è il marchio settoriale di Edi.Cer. S.p.A. società organizzatrice di Cersaie (Salone internazionale della ceramica per l'architettura e dell'arredobagno - Bologna, 24-28 settembre 2018 - www.cersaie.it)

TELE DI MARMO.
IL CLASSICO CAMBIA FORMA.
Tele di Marmo è un progetto dedicato
all'interpretazione contemporanea del marmo.
Collezione TELE DI MARMO F.to 120 x 240
Scopri la collezione e seguici su:
emilgroup.it/emilceramica -
EMIL
CERAMICA

ADESIVI CEMENTIZI AD ALTE PRESTAZIONI

Dai laboratori Ricerca & Sviluppo Mapei
la gamma degli adesivi cementizi **Keraflex**:
alte prestazioni per la miglior posa di piastrelle
in ceramica e materiale lapideo.

È TUTTO **OK**, CON **MAPEI**

Scopri di più su **mapei.it**

MAPEI®
ADESIVI · SIGILLANTI · PRODOTTI CHIMICI PER L'EDILIZIA