

■ EVENTI

Cersaie 2021
a Bologna

TENDENZE

L'obiettivo?
Risparmiare acqua!

MERCATO

Superbonus per
le costruzioni

PROGETTI

Sostenibilità
minimalista

INTERVISTA ■

Odile Decq: Creatività
oltre l'abitudine

CONCRETE
CHROMATIC
EVOLUTION.



NUANCES

 **ITALGRANITI**

italgranitigroup.com



ANDREA SERRI
DIRETTORE EDITORIALE
DI CER MAGAZINE

Viaggio nei segreti della ceramica

Un viaggio di 30 mesi, proseguito anche durante la pandemia, per far meglio conoscere agli italiani che cos'è la piastrella di ceramica. Un esercizio apparentemente scontato, se si pensa che il 75% delle superfici residenziali del nostro Paese è rivestito da questo materiale, ma sicuramente utile per migliorarne la consapevolezza, la comprensione e soprattutto per aprire nuovi spazi di impiego. Un esercizio realizzato, nel medesimo periodo e con analoghe modalità, anche sui principali mercati europei e negli Stati Uniti.

Un percorso alla scoperta di che cos'è la ceramica iniziato dal racconto, basato su evidenze scientifiche, delle sue peculiarità: durezza, atossicità, inerzia, resistenza al gelo, al graffio e agli agenti chimici ed atmosferici, salubrità e sostenibilità – tra le tante. Proseguito con l'illustrazione di tutte le possibili destinazioni d'uso, da quelle più tradizionali nei diversi spazi della casa fino ad arrivare a pavimenti riscaldanti, facciate ventilate e complementi d'arredo quali top e *backsplash* per cucine, ante per mobili, piani d'appoggio, tavoli. Per completarsi con la sottolineatura, in una logica comparativa giocata sull'ironia, del perché la ceramica è preferibile ad altri materiali concorrenti in certe condizioni e contesti. Un percorso che ha vinto ben tre premi, in due successive edizioni, a 'L'Italia che Comunica', il concorso promosso da UNA, la Federazione delle Aziende della Comunicazione Unite.

In due anni e mezzo *on air* i 23 video che compongono la campagna digitale sui valori della ceramica 'La ceramica. Una scelta sicura' sono stati visti, nel solo mercato italiano, ben 8,9 milioni di volte su YouTube, Facebook ed Instagram, oltre che dalle rispettive landing page su www.ceramica.info. L'articolata campagna di digital marketing a supporto ha generato oltre 228 milioni di *impressions* viste dai consumatori italiani, in procinto di ristrutturare casa o impegnati nella scelta delle superfici, ed in grado di fornire loro tante emozioni ed informazioni sul prodotto, al fine di operare una scelta consapevole.

Quando leggerete queste righe mancheranno ormai poche settimane alla fine della campagna 'La ceramica invece... è una scelta sicura' sul mercato italiano. Terminerà l'attività di promozione sugli strumenti digitali, ma i valori espressi dai 23 video e la loro universalità – che travalicano spazio e tempo, come lo è la ceramica stessa – rimarranno disponibili su www.ceramica.info e sul suo sistema di comunicazione integrata, multimediale e mondiale.

cer magazine è parte integrante del 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.

L'ADESIVO PER GRANDI PIASTRELLE
CHE ALLEGGERISCE IL TUO LAVORO.



Tutti vogliono rivestimenti innovativi nella propria casa, ma bisogna individuare i prodotti di posa corretti e sostenibili per garantire un risultato perfetto e duraturo nel tempo. La **gamma degli adesivi alleggeriti Ultralite** è la scelta migliore per posare con meno fatica lastre di grande formato, anche a spessore sottile.



È TUTTO **OK**,
CON **MAPEI**

Scopri di più su mapei.it





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



in copertina:

VILLA SASSI

Torino, 2018

Progetto:

Lageard Architettura

Studio Vairano

ACC Naturale

Superfici:

Casa dolce casa - Casamood

Foto: Fabio Oggero

cer
magazine

ITALIA

Numero 53

Rivista semestrale, aprile 2021

Promossa da



CONFINDUSTRIA CERAMICA

Direttore Responsabile

Giovanni Savorani

Direttore Editoriale

Andrea Serri (aserri@confindustriacera.it)

Redazione

Valentina Candini (vcandini@confindustriacera.it)

Simona Malagoli (smalagoli@confindustriacera.it)

Valentina Pellati (vpellati@confindustriacera.it)

Segreteria di redazione

Barbara Maffei (bmaffei@confindustriacera.it)

Patrizia Gilioli (pgilioli@confindustriacera.it)

Collaboratori

Silvia Airolodi, Riccardo Bianchi, Ilenia Carlesimo,
Elena Cattaneo, Roberta Chionne, Alessandra Coppa,
Thomas Foschini, Francesca Gugliotta, Laura Milan,
Elisa Montalti, Valentina Poli, Laura Ragazzola,
Simone Ricci, Maria Teresa Rubbiani, Antonia Solari.

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 19 aprile 2021.

I dati personali da Lei eventualmente forniti per l'invio della presente rivista verranno trattati nel rispetto del Regolamento Europeo 2016/679 ("GDPR") e delle norme di legge applicabili.

Il titolare del trattamento dei dati è Edi.Cer S.p.A. con sede in Sassuolo (MO), Viale Monte Santo, 40.

Lei ha diritto di ottenere dal titolare la cancellazione (diritto all'oblio), la limitazione, l'aggiornamento, la rettifica, la portabilità, l'opposizione al trattamento dei dati personali che La riguardano, nonché in generale può esercitare tutti i diritti previsti dagli artt. 15-22 del GDPR scrivendo a info@edicer.it

EDITORIALE

1 Viaggio nei segreti della ceramica di A. Serri

EVENTI

5 Cersaie 2021. Esserci di Maria Teresa Rubbiani

TENDENZE

16 Superfici per spazi a misura di comfort di E. Cattaneo

22 L'obiettivo? Risparmiare acqua! di Antonia Solari

MERCATO

34 A ciascuno la sua emozione materiale di R. Chionne

38 Le piastrelle italiane recuperano terreno di S. Ricci

40 Un incentivo per dare la scossa alle costruzioni

42 Scenari di design per la casa post Covid di V. Poli

INTERVISTA Odile Decq

52 Creatività oltre l'abitudine di Alessandra Coppa

PROGETTI

8 Sostenibilità minimalista di Riccardo Bianchi

12 Abitare il design a Bologna di Laura Ragazzola

26 Un ritiro d'eccezione sulla collina torinese di L.M.

30 In Olanda, l'hotel è optical di Francesca Gugliotta

44 Una promenade tra vegetazione e fasci di luce
di Ilenia Carlesimo

48 Design e identità marittima di Elisa Montalti

66 La nuova vita di un edificio industriale di L. Milan

70 Un restyling che abbraccia l'orizzonte di S. Airolodi

74 Turismo lento in Alsazia di Laura Milan

SOSTENIBILITÀ

56 La sostenibilità del Ceramics of Italy di A. Serri

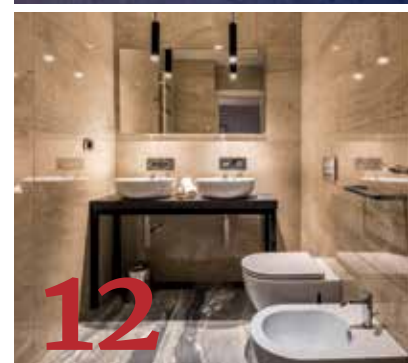
TECNICA

59 BIM, a cosa serve e come si fa di Thomas Foschini

63 Quando la "cellula" incontra il grès di T. Foschini

STORIA E VALORI

78 Il modo italiano di essere "belle per sempre"
di Maria Teresa Rubbiani



Ceramics of Italy



PEDESTAL PRIME®

**Abbiamo reinventato il supporto per
pavimentazioni sopraelevate esterne;
il primo supporto completo di prolunga.**



- **Base brevettata** già tagliata per una posa molto più veloce.
- **3 prodotti** per tutte le altezze da 30 mm a 420 mm.
- **Base con asole** per aggancio clip.



Time to **evolve**. Time to **PRIME**.



eternoivica
www.eternoivica.com

Cersaie 2021. Esserci

CON UN'EDIZIONE IN SICUREZZA È CONFERMATO L'APPUNTAMENTO DI SETTEMBRE, PERCHÉ IL DIGITALE AIUTA, MA RIMANE LA NECESSITÀ DI TOCCARE CON MANO I PRODOTTI ED ESSERE PRESENTI FISICAMENTE PER COGLIERE APPIENO LE TENDENZE

di Maria Teresa Rubbiani

L'edizione 2021 ci sarà! La notizia è stata data già alla fine di febbraio quando gli organizzatori della Fiera hanno potuto constatare l'interesse degli espositori a partecipare. Oltre l'80% degli spazi disponibili, a cinque mesi dall'evento, sono stati opzionati. Questo 80% è un numero importante perché dà la misura della fiducia che tutt'ora, dopo un anno di pandemia, si ripone nel Salone della Ceramica per l'architettura e dell'arredobagno. È infatti segno del fatto che gli operatori dei settori merceologici di Cersaie attribuiscono all'appuntamento un valore strategico per lo sviluppo delle loro attività.

In questi lunghi mesi in cui la necessità di distanza sociale ha imposto la cancellazione di tutti i grandi eventi internazionali i produttori di ceramica, così come i produttori delle altre merci esposte a Cersaie, facendo di necessità virtù, sono ricorsi a tutti gli strumenti – soprattutto all'uso della rete – per rimanere visibili sul mercato. E anche se in tali settori l'intensificarsi dell'uso degli strumenti virtuali ha determinato un'accelerazione nell'adeguarsi alle nuove tecnologie, la domanda è: può il virtuale sostituire integralmente la presenza fisica nelle transazioni commerciali? A Cersaie pensano di no e a quanto pare anche la maggioranza degli espositori la pensa nello stesso modo! E che la virtualità non sia in grado di sostituire

completamente l'esigenza che, in quanto esseri umani, abbiamo di fisicità è l'opinione anche dello storico dell'architettura Fulvio Irace, che in una conversazione on line sul concorso d'architettura *La ceramica e il progetto* ha dichiarato: "Siamo passati attraverso una fase in cui abbiamo esaltato l'immaterialità, la virtualità, quindi l'allusione quasi alla trasfigurazione dell'architettura in possibili mondi che sono raccontati visivamente attraverso immagini del computer, **dimenticando una componente che invece oggi ci appare prioritaria: l'esigenza, la presenza del corpo, l'esigenza di corporeità e quindi il senso che ha per noi la materia e la tattilità.**

Siamo di fronte a una situazione assurda. In un momento in cui ci viene detto di mantenere la distanza sociale, che è diventata anche una distanza psicologica, in un momento in cui non possiamo toccarci, non possiamo darci la mano, quindi non possiamo fare neanche questo semplice millenario archetipico gesto d'incontro, **riscopriamo che la materia ha un valore, proprio perché lo abbiamo momentaneamente perduto. Questo è un fatto rivoluzionario.** La riscoperta della mano, la riscoperta della tattilità, l'idea che il visivo non può sostituire il tattile completamente e la ceramica offre esattamente queste risposte".

Il darsi la mano, che come ci ricorda Irace, è



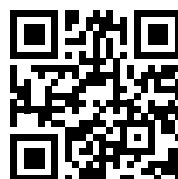
l'archetipico gesto d'incontro e che, in ambito di affari, è anche il gesto che suggella ogni accordo. E allora a Cersaie 2021, a **Bologna, dal 27 settembre al 1° ottobre**, forse non sarà possibile darsi di nuovo la mano, ma sarà possibile **esserci**. Esserci col corpo e con gli occhi per vedere le novità proposte, dal vivo e non solo attraverso lo schermo di un computer. Per rendere possibile questo ritorno l'organizzazione di Cersaie sta lavorando da mesi innanzitutto **per consentire un ritorno in sicurezza per la salute** dei presenti. La voglia di normalità, ma anche di novità sarà soddisfatta non solo dai nuovi prodotti presentati ma anche da **iniziative nuove come la Contract Hall**, uno spazio espositivo creato per favorire l'incontro fra domanda e offerta nell'ambito del settore Contract delle costruzioni. Così come **costituisce una novità l'ingresso di nuovi settori merceologici**. A Cersaie dunque non solo lastre e prodotti ceramici, non solo forniture per l'arredobagno ma anche cucine, finiture da interno ed esterno, illuminotecnica e domotica, prodotti per l'abitare outdoor e prodotti per il benessere.

Le novità non si fermano qui. All'interno di Contract Hall sarà allestita l'area **Archincont(r)act**. Tale area, già sperimentata per l'edizione 2019, sarà rinnovata e conterrà gli stand di dieci studi di architettura operanti in diversi ambiti del *real estate*. Ad ogni Studio di Architettura è stato assegnato uno spazio di 64 mq nel



quale dovrà realizzare un *mockup* sulle SPA in outdoor, declinando il tema comune in modo personalizzato. L'area sarà poi completata da uno spazio eventi in cui si svolgeranno conversazioni e presentazioni.

Se, come è stato detto, Cersaie punta ad una edizione in presenza, di certo non ignora le opportunità comunque offerte dal virtuale al fine di rendere comunque accessibile la Fiera a chi non potrà recarvisi di persona. Nasce così **Cersaie digital**, che sarà on line per un periodo più lungo rispetto alla Fiera reale, anticipandone (e posticipando) le date. Cersaie digital durerà tre settimane – dal 20 settembre all'8 ottobre. Gli espositori, presenti fisicamente in fiera, saranno presenti anche nella versione digitale, cogliendo tutte le potenzialità dell'*information technology*, della dematerializzazione delle informazioni, degli eventi e dell'estensione globale in termini di capacità relazionali per consolidare ruolo e prestigio di Cersaie.



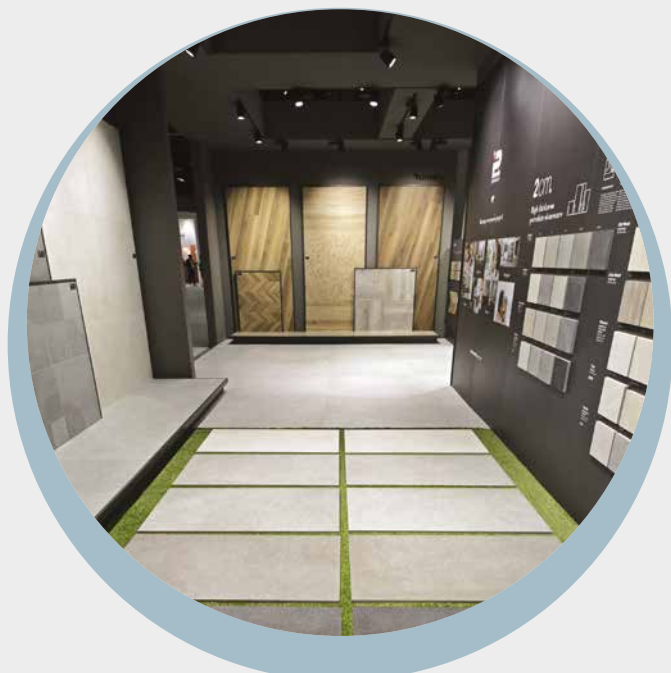
Guarda il sito di Cersaie



D I S P L A Y



S H O W R O O M



S T A N D



ECO DESIGN srl

VIA FERRARI, 25/B 41043 CORLO DI FORMIGINE (MO) - ITALY -
TEL. +39 059 7470235 - INFO@ECODESIGNSRRL.IT - WWW.ECODESIGNSRRL.IT

Sostenibilità minimalista

A GINEVRA, NELLA SVIZZERA FRANCESE, GENEVA VILLA, TITOLARE DI UNA "MENZIONE" AL CONCORSO D'ARCHITETTURA LA CERAMICA E IL PROGETTO 2020, DIMOSTRA COME IL FATTORE ECOLOGICO E L'ATTENZIONE ENERGETICA POSSONO DIVENTARE PROTAGONISTI DELL'ARCHITETTURA RESIDENZIALE CONTEMPORANEA, CONTRIBUENDO A INNALZARNE L'IMPATTO ESTETICO

di Riccardo Bianchi



“La bellezza della sostenibilità,” ha scritto il famoso architetto Massimo Iosa Ghini, “(...) è una bellezza indescrivibile, ribelle a qualsiasi metodo, ma così chiaramente riconoscibile dove la si vede emergere dal neutro del noise visivo di fondo”. Geneva Villa, progettata da Jacopo Mascheroni fondatore dello studio milanese JM Architecture, è la perfetta illustrazione di questo pensiero. Si tratta di una residenza unifamiliare situata nella quiete di un quartiere verde di Ginevra, sull’emissario del Lago Lemano. Emerge dal contesto paesaggistico con forme semplici, leggere che tuttavia impattano lo sguardo per l’energia espressiva che sprigionano. La struttura si compone di due parallelepipedi tra loro incernierati, ed è modulata in due livelli fuori terra e uno interrato. Le facciate sono tutte differenti, l’involucro, realizzato con maxilastre di Laminam serie Collection, secondo il sistema

della facciata ventilata, è nero, per la maggior parte, e bianco: la parte nivea è compatta, solo una finestra e un’introflessione muraria ne allentano la continuità; la parte nera è invece mossata, scavata a creare aggetti e coperture per la vita all’esterno, è animata da fughe diagonali e scandita da sottili cornici e setti bianchi e neri, ora ritmicamente fitti ora più diradati a sottolineare l’espressivo gioco di pieni e di vuoti, questi ultimi affidati ad ampie finestre scorrevoli a triplo vetro estremamente docili alla manovra. Non basta: la pelle dell’edificio è lavorata anche verticalmente mediante una serie di bucature zenitali, dei veri e propri patii di diverse dimensioni, che, rivestiti di bianco, portano aria e luce naturale al piano interrato. “La diversa profondità delle cornici”, spiega Jacopo Mascheroni, che ha alle spalle studi a Milano, Parigi e California e un fecondo tirocinio con l’archistar

GENEVA VILLA

PROGETTO
JM ARCHITECTURE
WWW.JMA.IT

FOTO
JACOPO MASCHERONI

SUPERFICI CERAMICHE
LAMINAM
WWW.LAMINAM.COM
CASALGRANDE PADANA
WWW.CASALGRANDEPADANA.IT

DISTRIBUTORI
FRATELLI MONCINI
CHALLANDE

ANNO DI REALIZZAZIONE
2019

GENEVA VILLA SI COMPONE
DI DUE VOLUMI SOVRAPPosti.
LE FACCIATE SONO RIVESTITE
CON LASTRE KING-SIZE IN GRÉS
PORCELLANATO DI COLORE NERO.



 Guarda altri ambienti residenziali
nella Galleria Progetti



LA CUCINA (SINISTRA)
E L'OPEN SPACE DEL
SOGGIORNO.



Richard Meyer vanta cantieri importanti in Italia e all'estero (bellissima una villa sul Lago di Garda), "è il risultato sia dell'analisi delle ombre al fine di controllare il caldo nei mesi estivi, sia della funzione di ogni spazio esterno". Parole che riecheggiano certi principi di Le Corbusier, che a Ginevra ha lasciato un capolavoro quale l'Immeuble La Clarté dove tali principi sono bene esemplificati. Grazie a tale concezione la villa può fare a meno dell'impianto di climatizzazione: "il design delle facciate", precisa l'architetto, "è stato infatti sviluppato per evitare che i raggi solari entrino direttamente negli spazi interni durante la stagione calda, mentre, per garantire la gradevolezza del microclima domestico, la casa è stata dotata di un impianto di ventilazione forzata". Qui il concetto di sostenibilità non è una parola vuota: la villa, certificata Minergie-P, raggiunge in effetti i più alti standard di efficienza energetica avvalendosi di impianti geotermico e fotovoltaico.

All'interno la distribuzione planimetrica è improntata alla massima semplicità. Il piano terra, che accoglie pure un miniappartamento, è incentrato su un vasto open space, in diretta osmosi visuale con il giardino in virtù delle vetrate scorrevoli: qui si radunano il soggiorno, un'area musica dominata da un elegante pianoforte a coda, la zona pranzo e, divisa da una sottile parete, la cucina attrezzata professionalmente.

Il livello superiore, collegato con una scala rivestita in Corian e illuminata da cospicuo lucernario, ospita la zona dell'intimità che consta di quattro

camere e una suite, ciascuna con la propria *salle de bains* pavimentata con piastrelle di Casalgrande Padana serie Pietre Native Basaltina, finitura Pantelleria, e l'accesso alla terrazza. A livello seminterrato s'incontrano invece uno studio con tanto di camera da letto e una zona fitness – tutta con pavimenti in lastre di Casalgrande Padana della collezione Granitoker serie Cemento con finitura Cemento Cassero Bianco – con piscina a cui è integrato un patio ove è posta una vasca Jacuzzi. In effetti, osserva la relazione del progetto, "qui ogni spazio è collegato a un patio privato incassato rivestito con pannelli di alluminio bianco, piantumato alla giapponese, e circondato da parapetti in vetro trasparente al fine di massimizzare la quantità di luce naturale che vi arriva". Una luce mai protagonista, ma sempre capace di raccontare, animandoli, spazi e volumi. Quanto all'arredamento tutti i mobili, le porte, le cucine sono progettati su misura, mentre per divani, poltrone, sedie, tavoli, console si è ricorsi ai migliori brand del made in Italy, da Poliform a Rimadesio, da Flos a B&B Italia. Nell'insieme un vero modello di eleganza, lusso, essenzialità, emozione e bellezza per un modo di abitare proiettato nel domani.

GUARDA ANCHE:

La sostenibilità dell'industria ceramica italiana

➤ WWW.CERAMICA.INFO/SIAMO-CIO-CHE-PROGETTIAMO/



LA PISCINA NELLA
ZONA SPA
A FIANCO: DUE
SCORCI DEI BAGNI.



AMBIENTE
residenziale

APPLICAZIONI
pavimenti interni
facciata esterna



Collection
Nero



Basaltina
Pantelleria



Cemento
Cassero Bianco

superfici ceramiche
Laminam

grès porcellanato
Collection Nero
spessore 5+
300x100 cm

Casalgrande Padana

grès porcellanato
- Pietre Native
Basaltina Pantelleria
- Granitoker
Cemento Cassero Bianco
60x120 cm
spessore 10,5 mm

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): R10



Abitare il design a Bologna

UN PALAZZO RINASCIMENTALE DIVENTA UNA GUEST HOUSE DAL SEGNO CONTEMPORANEO. INAUGURANDO UNA NUOVA CULTURA DELL'OSPITALITÀ A PARTIRE DALLE SCELTE MATERICHE, CHE ESALTANO LO SPIRITO DELLA CERAMICA MADE IN ITALY

di Laura Ragazzola

Un progetto di rigenerazione urbana, sensibile e attento alla città storica. Siamo infatti nel cuore di Bologna, a una manciata di minuti da Piazza Maggiore, dove sventano le due iconiche torri medioevali. Qui, un elegante palazzo rinascimentale è stato completamente riqualificato e trasformato in una guest house d'eccezione: il *Design Club Branded Apartments*, ovvero 35 nuovi appartamenti che rileggono la cultura dell'ospitalità in chiave contemporanea.

Infatti, i duemila metri quadri dell'edificio storico sono stati ridisegnati mettendo al centro il design, come sinonimo di qualità e vivibilità. Il concept è innovativo: trasformare un interno in "un unico,

macro oggetto da abitare", come spiega l'architetto Massimo Iosa Ghini, autore del progetto e *ambassador* del design italiano nel mondo per il suo trentennale impegno nel settore residenziale e dell'*hospitality*.

"Penso che i nostri *branded apartments* siano il nuovo prodotto di design", spiega il progettista emiliano. "Qui, abbiamo proposto un modulo abitativo completo tramite il *contract*, composto da tutti gli elementi di arredo del *Quality Italian Design*, per formare un insieme da vivere, di valore unico". Insomma, il design come strumento di creatività e di innovazione.

Gli appartamenti, distinti per metratura e layout,

QUI SOTTO, L'INTERNO DELL'ECO CHIC STUDIO: PREVALE L'USO DEL LEGNO E GRAFICHE ISPIRATE ALLA NATURA.



**DESIGN CLUB
BRANDED APARTMENTS**

PROGETTO

IOSA GHINI ASSOCIATI
WWW.IOSAGHINI.IT

FOTO

ENRICO MONTANARI
ENRICOMONTANARIFOTOGRAFO.IT

SUPERFICI CERAMICHE

LA FABBRICA + AVA
WWW.LAFABBRICA.IT
WWW.AVACERAMICA.IT



DISTRIBUTORE

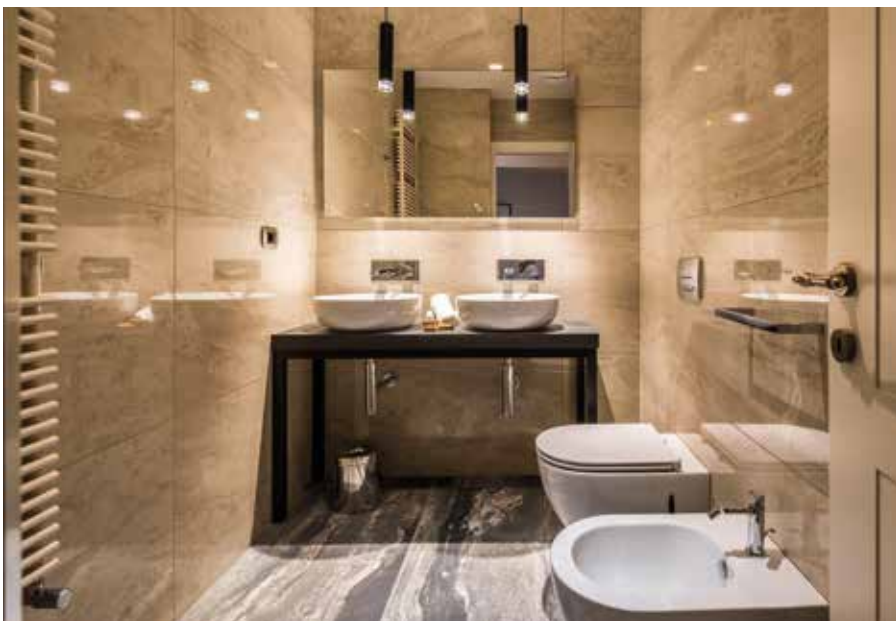
CO.ESA IMMOBILIARE

ANNO DI REALIZZAZIONE

2020

si alternano nei 4 piani dell'edificio, offrendo ambienti caratterizzati da scelte stilistiche differenti: si passa dallo stile Industrial, che propone l'ariosità di un loft metropolitano, all'Eco-chic, più intimo e rassicurante, tutto giocato su materiali naturali; dallo stile Luxury, classico e senza tempo, reso esclusivo dalla presenza di terrazze affacciate sui tetti della città, al Business Style, più contenuto nei metri quadri ma funzionale nella disposizione di spazi ed arredi; e ancora, si può scegliere fra lo stile adrenalinico chiamato Red Racing, dove l'uso dei colori e ambienti su più livelli regalano un senso di grande energia, e il rilassante stile Elegante, giocato su toni caldi e spazi super accoglienti.

Il contributo dello studio Iosa Ghini Associati nel progetto d'interiors è totale (gli arredi sono tutti su disegno), fatta eccezione per alcuni pezzi-design firmati dai grandi maestri del made in Italy o scelti nel panorama della produzione internazionale. Anche dal punto di vista delle scelte materiche, il design gioca un ruolo strategico, optando per rivestimenti ceramici in grès porcellanato, che sanno unire estetica e innovazione tecnologica. La scelta è caduta su 5 collezioni del brand La Fabbrica, in grado di offrire soluzioni capaci di assicurare quell'equilibrio fra antico e moderno, fra fascino e carattere, che guida il progetto degli interni. Così le collezioni 'Ca' Foscari' e 'Kauri' fanno rivivere il calore del legno, riproducendone texture, formato



IN ALTO, LA HALL D'INGRESSO.
SOPRA, L'APPARTAMENTO
IN STILE BUSINESS:
LINEE ESSENZIALI E
COLORI NEUTRI.



 Guarda altri ambienti pubblici
dell'ospitalità nella Galleria Progetti



Nero
Belvedere



Statuario



Aesthetica
Hegel



Copacabana
Emperor



Copacabana
Princess



Agorà
Taksim



Cà Foscari
Moro



Kauri
Tasman



Lascaux
Ellison



Resine
Bianco

AMBIENTE

spazi pubblici dell'ospitalità

APPLICAZIONI

pavimenti e rivestimenti interni

superfici ceramiche

La Fabbrica:

Agorà, Lascaux, Resine,
Ca' Foscari e Kauri

AVA: Nero Belvedere,
Statuario, Aesthetica Hegel,
Copacabana Emperor e
Copacabana Princess

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): $\leq 7 \times 10^{-6} \text{ } ^\circ\text{C}^{-1}$
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



IN QUESTA PAGINA,
L'APPARTAMENTO
IN STILE LUXURY:
OCCUPA L'ULTIMO
PIANO MANSARDATO
E SI AFFACCIA SUI
TETTI DI BOLOGNA.



IN QUESTA PAGINA, UN DETTAGLIO DELL'APPARTAMENTO IN STILE RED RACING, ISPIRATO AL MONDO DELLE CORSE. E IL BAGNO DELL'APPARTAMENTO INDUSTRIAL, CONCEPITO COME UN MODERNO LOFT METROPOLITANO.

(cm 20x120) e modalità di posa (a spina di pesce), tipiche dei palazzi rinascimentali. Invece, le collezioni 'Lascaux', 'Resine' e 'Agora', scelte per enfatizzare il look degli appartamenti più metropolitani, riflettono l'estetica contemporanea del cemento, ma ne stemperano la rigidità materica grazie a calde sfumature cromatiche esaltate dai grandi formati (60x60, 40x80 e 60x120 cm).

Il design, infine, dialoga anche con il passato. Ne sono testimonianza i bellissimi elementi architettonici e materici che, magistralmente recuperati, fanno da cornice alle nuove residenze: dallo scenografico scalone che si snoda lungo i 4 piani dell'edificio (ma l'aggiunta di un nuovo ascensore ha reso più agevole la distribuzione in verticale) ai marmi policromi delle pareti; dall'arioso atrio con le volte a crociera che disegnano il soffitto, alle raffinate pavimentazioni 'alla veneziana' delle parti comuni.

ARTICOLI CORRELATI

La ceramica come elemento progettuale

> WWW.CERAMICA.INFO/CERAMICA-COME-ELEMENTO-PROGETTUALE/



Superfici per spazi a misura di comfort

di Elena Cattaneo

Il cambiamento ormai è in atto. Impossibile negarlo: nell'ultimo anno ognuno di noi ha dovuto portare piccole o grandi modifiche al proprio modo di vivere gli spazi e le proposte delle aziende per i prossimi mesi non potevano non tenere conto di questa trasformazione. Le esigenze di chi ristruttura o realizza una casa nuova oggi non sono quelle di un anno fa e i progettisti lo sanno. Il primo desiderio, oggi, è quello di abitare e lavorare in ambienti sani, quindi facili da pulire, ma anche versatili e confortevoli. Abbiamo bisogno di sentirci sicuri e, nello stesso tempo, di poterci rilassare, sia negli ambienti in cui viviamo che in quelli in cui svolgiamo le nostre attività professionali. Senza dimenticare che per molte persone i due spazi coincidono. L'utilizzo di un

materiale pratico, igienico e versatile come il gres porcellanato, per pavimenti e rivestimenti, quest'anno si è decisamente affermato. Scopriamo insieme, a questo punto, quali sono le proposte decorative su cui hanno puntato progettisti e aziende per il 2021.

Ispirazione natura

Per molti la natura, i suoi colori e benefici, sono stati solo un miraggio nell'ultimo anno a causa delle restrizioni agli spostamenti; molti altri, invece, hanno scoperto o riscoperto angoli di natura a poca distanza da casa, apprezzandone aspetti forse prima trascurati. In ogni caso, il richiamo alla natura in casa è sicuramente un'esigenza dichiarata e sentita con forza.

Da un'accurata selezione delle migliori essenze del legno di rovere nasce la collezione di tavole in gres porcellanato **Green Wood**, capaci di far rivivere l'esperienza della natura. Tre le tonalità cromatiche previste, per un grande formato di cm 20x120 con uno spessore di 9,5 mm. È un progetto di **Blustyle by Cotto d'Este**.
www.blustyle.it





Guarda la nuova
Galleria Prodotti



1.



2.



3.



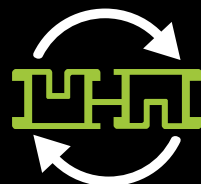
4.

1. Il nuovo progetto **Aurum** di **Century** (Fincibec) si ispira al marmo travertino nella sua versione più classica. Tra le caratteristiche, la raffinata tonalità avorio e il taglio "in falda" lasciato al naturale che richiama le architetture tradizionali del Mediterraneo realizzate in armonia con il paesaggio locale. Aurum, in gres fine porcellanato, consente numerose soluzioni di posa, anche all'esterno. www.century-ceramica.it

3. Una collezione effetto pietra caratterizzata da decori grafici che ne muovono l'uniformità ispirati alla memoria delle conchiglie marine o, nella versione Mix, con inserti marmorei più scuri. Si tratta di **Eterna**, una proposta di **Ragno** disponibile con l'innovativa tecnologia CleanOut, capace di inibire la crescita e la riproduzione di microrganismi patogeni. Eterna, inoltre, è ottenuta con il 40% di materiale riciclato. www.ragno.it

2. La collaborazione tra **Casa dolce casa - Casamood** (Made in Florim) e lo studio di architettura e design **Matteo Thun & Partners** ha dato vita alla collezione di grandi superfici ceramiche **Sensi**, studiata con una particolare attenzione all'impatto ambientale ed energetico. Il progetto invita a scoprire nel materiale ceramico il connubio tra natura, creazione e tecnica. www.florim.com/casadolcecasa-casamood

4. **Unique Travertine**, la nuova collezione del brand **Provenza**, propone una reinterpretazione attuale e inedita di un materiale classico come il travertino. Sintesi tra sapienza artigianale e progettualità contemporanea, il progetto si compone di numerose declinazioni, per pavimenti e rivestimenti, in quattro nuance: White, Cream, Silver e Chocolate. www.emilgroup.it/provenza/

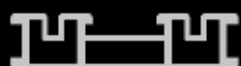
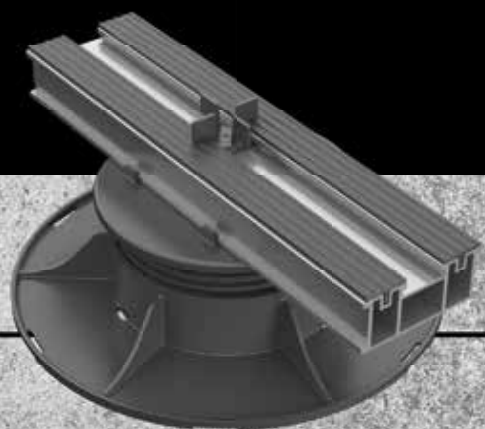


**DUALSYSTEM
EVOLUTION**

DUAL SYSTEM EVOLUTION

**NUOVO TRAVETTO DA 25 MM
PER UNA PORTATA IMBATTIBILE**

Il primo sistema adatto per la posa di pavimentazioni ceramiche e decking si arricchisce con due diverse opzioni di travetto tra cui scegliere.



TILE



DECKING

15 MM

**TRAVETTO ALLUMINIO
DUAL SYSTEM EVOLUTION**

Lo spessore più basso disponibile nel mercato



TILE



DECKING

25 MM

**TRAVETTO ALLUMINIO
DUAL SYSTEM EVOLUTION**

Portata elevata

NEW
**SPESSORE
25 MM**



www.italprofili.com
info@italprofili.com



ITALPROFILI®
RESISTANT TO TIME

La forza dei toni neutri

Le sfumature dei colori meno saturi, che siano più indirizzati verso i colori caldi come il beige e il sabbia o più freddi con le infinite possibilità dei grigi, consentono di personalizzare gli ambienti senza appesantire pareti e pavimenti.



1. Civico 38 di **Polis Ceramiche** è una collezione contemporanea in gres porcellanato che trasforma il cemento in un materiale creativo e versatile, adatto a personalizzare ogni tipo di ambiente. La serie è realizzata in 4 formati da interno e il formato da cm 90x90 per esterni. Rivestimenti in pasta bianca, mosaici e pezzi speciali completano la collezione. www.polis.it

2. Tonalite in questa immagine propone la collezione **Natura**, in gres smaltato, dalla superficie lucida leggermente ondulata, non uniforme, che genera gradevoli giochi di luce. In aggiunta al classico formato di cm 10x20, è stato introdotto l'elemento da cm 10x40 che amplia le possibilità progettuali. www.tonalite.it



3. FAP ha creato la collezione **Lumina Sand Art** ispirandosi a uno dei gesti più semplici e spontanei, quello di disegnare forme nella sabbia. La collezione è proposta nell'inedito formato Wall Tiles da cm 50x120, in due versioni: White Gloss e White Extra Matt. www.fapceramiche.com

4. Soluzioni adatte a durare nel tempo, caratterizzate da un'estetica sobria e colori delicati, dai neutri ai pastello: queste le peculiarità della collezione **Graniti** di **Cipa gres**. Inoltre, la possibilità di scegliere la superficie correlandola al corretto grado di scivolosità rende il prodotto sicuro e adatto a ogni situazione. www.cipagres.it



5. Borgo Italiano, l'ultima collezione di **Verde 1999**, è un mix eclettico, ma sofisticato di pietra di recupero. Si tratta di una pietra in gres porcellanato con bordo rustico, di cm 100x100, disponibile anche in versione con bordo rettificato. Sono proposti quattro colori neutri (Ecrù, Perla, Grigio e Grafite) e altre dimensioni: cm 60x60 e cm 60x120 solo con bordo burattato. www.verde1999.com



FORMAZIONE PER TUTTA LA FILIERA DELLA PIASTRELLATURA CERAMICA

Assoposa garantisce la formazione e la qualificazione dei tecnici, dei venditori interni alla sala mostra e del posatore di piastrellature ceramiche. La posa qualificata valorizza il tuo prodotto ed evita problemi futuri.



ORGANIZZIAMO:

**Formazione per Posatori di Piastrellature Ceramiche,
Formazione per Tecnici di Cantiere,
Formazione per Addetti di Sala Mostra,
Dimostrazioni di Posa per Progettisti**



Associazione Nazionale Imprese di posa e Installatori di Piastrellature Ceramiche
www.assoposa.it | info@assoposa.it | telefono 0536 818 236 | WhatsApp 328 268 5555

Spazio alla fantasia

Grazie ai nuovi materiali, tecnologie e formati delle piastrelle oggi è possibile ottenere decori di ogni tipo. I trend più attuali propongono pattern geometrici, magari con effetto tridimensionale, che offrono la possibilità di creare sfondi personalizzati, e macro disegni da usare come punto focale in una stanza.



1.



2.



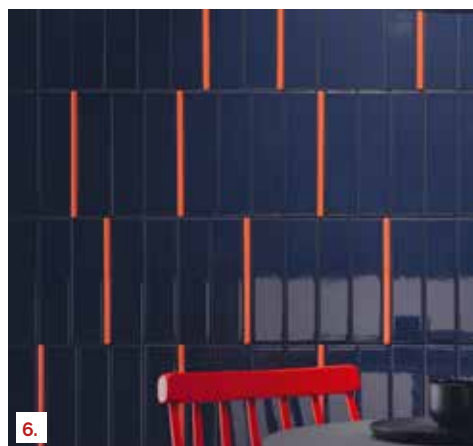
3.



4.



5.



6.

1. Disegnata per progetti eclettici, la collezione **Pastelli Pro** di **Alfalux** trasforma i colori più raffinati in una ceramica versatile, punto di partenza per la trasformazione di ogni tipo di ambiente. La gamma delle nuance (8 tonalità) è stata pensata per abbinarsi alle linee effetto legno, marmo o cemento e offrire la possibilità di creare spazi armonici. www.alfa-lux.it

2. Una soluzione del catalogo **Custom Create** di **Appiani** creato per offrire spunti sulle infinite possibilità delle realizzazioni su richiesta. In questo caso, il mosaico ceramico (formato da tessere di cm 1,2x1,2 premontate su rete di cm 30x30) fa parte della serie My Mix collezione Antologhia. www.appiani.it

3. **Bonbon**, disegnata da Paola Navone per **Decoratori Bassanesi**, è una collezione formata da pastiglie di forme irregolari, dai colori polverosi, che consentono la creazione di inediti mosaici. Realizzate in gres porcellanato a tutta massa, le pastiglie sono montate su moduli di cm 30,5x30,5, dello spessore di 5 mm. www.decoratoribassanesi.it

4. La base della parete è rivestita con lastre della collezione **Anima**, che sintetizza l'effetto naturale della pietra. Sopra, un'originale composizione ottenuta con il decoro Tropicale della collezione **Luce**, gres porcellanato a tutta massa e pasta bianca di 60x120 cm e 9 mm di spessore. L'intera proposta è di **Ariana**. www.ariana.it

5. Sottolinea il legame d'origine con il territorio sardo, l'esclusiva gamma cromatica che caratterizza la collezione **OT070026** di **Cerasarda**, che spazia dalle sfumature crude e calde dell'entroterra ai limpidi toni marini delle coste. Realizzata in bicottura in pasta rossa, si distingue per i decori realizzati a mano. www.cerasarda.it

6. Una gamma di piccoli formati, in tre nuance cromatiche, che rendono possibili diverse combinazioni di posa. Si tratta della collezione **Shanghai** di **Ceramica Colli di Sassuolo**, che si distingue per la possibilità di intervallare e personalizzare le composizioni con le "matite", un formato di altri tempi reinterpretato in chiave moderna. www.colli.it

L'obiettivo? Risparmiare acqua!



LA SOSTENIBILITÀ IN BAGNO PASSA ANCHE ATTRAVERSO IL CONTENIMENTO NEI CONSUMI DI ACQUA, E SU QUESTO CRITERIO HA PRESO FORMA IL BONUS IDRICO, UN SISTEMA SVILUPPATO PER INCENTIVARE LA SOSTITUZIONE DEI SANITARI E DELLA RUBINETTERIA A FAVORE DI ELEMENTI DI NUOVA GENERAZIONE

di Antonia Solari

U

Un primo indizio utile per descrivere lo scenario legato alla sostenibilità in bagno, soprattutto a proposito di consumi di acqua, viene raccontata dai numeri: una persona consuma mediamente 200 litri di acqua al giorno e, rimanendo nell'ambito del bagno, per fare una doccia di circa 5 minuti si utilizzano 75/80 litri d'acqua, con un consumo medio di 12-16 litri al minuto se si hanno a disposizione sistemi datati. Con i rubinetti di nuova generazione, invece, il consumo di acqua si ridurrebbe a 9 litri al minuto, con un risparmio ingente – quindi – di risorse. Allo stesso modo, utilizzando sanitari obsoleti si consumano 6-12 litri di acqua tirando lo sciacquone, mentre avendo a disposizione sanitari a scarico ridotto il consumo si riduce a meno di 6 litri per operazione.

Numeri che indicano la concreta possibilità di ridurre il margine dei consumi e partecipare attivamente a un processo virtuoso, che vede il bagno come uno degli ambienti della casa su cui è più importante agire per seguire la strada della sostenibilità.

Ed è per incentivare al contenimento dei consumi delle risorse idriche che la Legge di Bilancio 2021 ha compreso una nuova detrazione fiscale; manca ancora il decreto attuativo, ma una volta approvato la nuova norma prevede che venga riconosciuto un bonus di 1.000 euro alle persone fisiche, residenti in Italia, che sostituiscano i sanitari in ceramica con nuovi apparecchi a scarico ridotto e rubinetterie con nuovi apparecchi a flusso di acqua limitato.

1. Il wc **NoLita**, di **Kerasan**, grazie al suo sistema senza brida è in grado di ridurre l'utilizzo di acqua a soli 4,5/3 litri. È disponibile in versione a terra e sospesa, in ceramica bianca lucida o matt e in 7 tinte satinatate: verde muschio, bruno, nocciola, grigio, ferro, borgogna e nero.
www.kerasan.it

2. I sanitari della linea **Smyle** di **Geberit** comprendono vasi sospesi o a pavimento con fissaggio a parete nascosto e tecnologia Rimfree, senza brida. Il sistema di risciacquo prevede l'uso di 4,5 litri di acqua, in accordo alla norma EN 997 e rispettando così i requisiti per ottenere il Bonus Idrico.
www.geberit.it

3. **Velis** di **Nobili** è un miscelatore monocomando che prevede l'apertura direttamente sull'acqua fredda, in modo da ridurre le accensioni involontarie della caldaia e contribuire al contenimento dei consumi energetici. L'aeratore a scomparsa, inoltre, riduce la portata d'acqua, garantendo l'erogazione di 5 litri al minuto. www.grupponobili.it

4. La serie di sanitari **Flag**, di **Ceramica Flaminia**, è nata da un gioco di contrasti cromatici. In foto, la variante con finiture Stripes nei colori Fango/Carbone. Si tratta di sanitari in classe 1 e con volume massimo di scarico uguale o inferiore ai 6 litri.
www.ceramicaflaminia.it

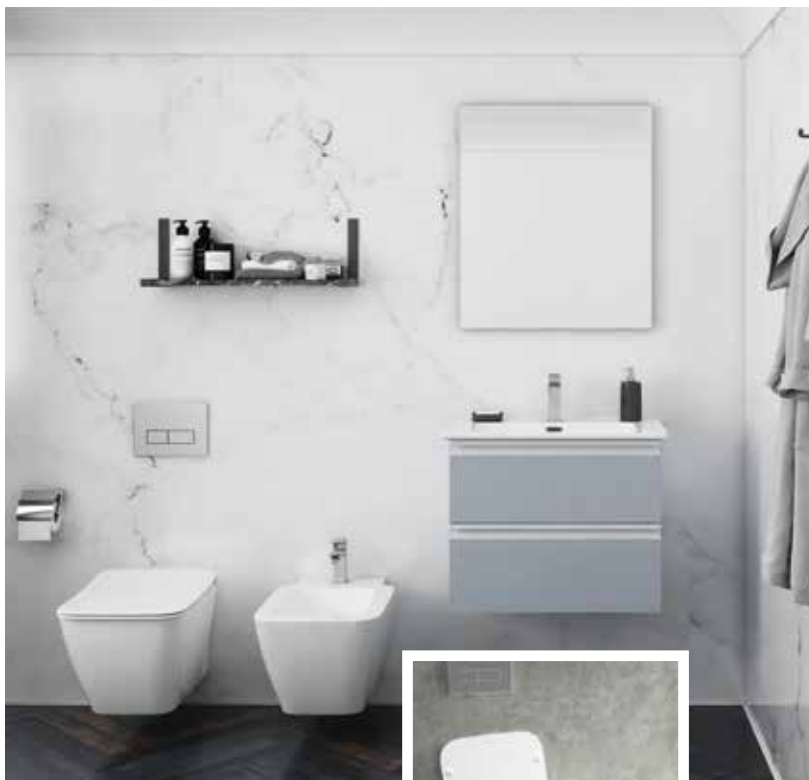




La collezione **LFT Spazio** di **Simas** prevede wc filomuro, con sistema rimless e flusso di scarico dell'acqua di 4,5 litri, sia nella versione sospesa che a terra. La serie dispone inoltre del Sistema Renovate, con scarico traslato e intelligente per l'inserimento facilitato in contesti di ristrutturazione. www.simas.it



Nook, di **Fiora**, è un piatto doccia in solid surface che si distingue per la sua asimmetria; grazie al materiale di cui è composto, è resistente, anti-poroso, facile da pulire e antibatterico. Viene proposto nelle dimensioni 120x80 cm e 200x100 cm. www.fiorabath.com



I sanitari della serie **Strada II** di **Ideal Standard** ospitano la tecnologia AquaBlade su tutti i vasi – per una pulizia più efficace, hanno i fissaggi nascosti che quindi non alterano le linee del sanitario e sono definiti da linee morbide, firmate dallo Studio Levien. Il consumo di acqua previsto per questi vasi è di 3/4,5 litri. www.idealstandard.it



Nel contesto legato alla sostenibilità in bagno, **Arblu** presenta i pannelli radianti in polvere di marmo **Livingstone**; si tratta di un prodotto dove i componenti base e le parti in marmo, scarto del processo di taglio, sono unite grazie a un processo a basse temperature, che consente un minor uso di energia e una minore emissione di CO₂ nell'ambiente. Il catalogo comprende 11 modelli disponibili in 7 dimensioni. www.arblu.it

Nello specifico, a proposito di sanitari, il Bonus è previsto per la “fornitura e la posa in opera di vasi sanitari in ceramica con volume massimo di scarico uguale o inferiore a 6 litri e relativi sistemi di scarico, compresi le opere idrauliche e murarie collegate e lo smontaggio e la dismissione dei sistemi preesistenti”. Da utilizzare entro il 31 dicembre 2021, il Bonus è un’iniziativa apprezzata dai protagonisti del settore, che, come ha confermato Augusto Ciarrocchi, vicepresidente di Confindustria Ceramica, sono già molto attenti all’ambito della sostenibilità: «L’innovazione tecnologica delle imprese italiane produttrici di ceramica ha già reso disponibili al mercato diversi prodotti in grado di rispettare questi limiti. L’emanazione del decreto attuativo per il Bonus Idrico avrebbe il pregio di accelerare la sostituzione dei vecchi vasi, dando alle famiglie italiane la possibilità aggiuntiva di risparmio di una risorsa fondamentale come l’acqua».

Il panorama relativo alla sostenibilità in bagno, quindi, si amplia e le soluzioni legate al risparmio idrico si affiancano ai processi produttivi a basso impatto e certificati, all’uso di materiali riciclati e riciclabili – come il vetro e l’alluminio – all’applicazione di finiture che, oltre a essere il risultato di un percorso di ricerca votato all’utilizzo di materiali e processi ecologici, sono in grado di allungare il ciclo di vita del prodotto stesso, alla base di una filosofia legata al rispetto dell’ambiente. L’alta qualità per materiali e processi, infatti, nella maggior parte dei casi è sinonimo di durabilità, a sua volta garanzia di minor consumo di risorse, materiali, energia.

VEDI ANCHE:

La classe è acqua

> WWW.CERAMICA.INFO/UNIFIED-WATER-LABEL/



Guarda le tendenze
nella Galleria Prodotti



1. La serie di sanitari **4ALL** di **Ceramica Globo** è stata pensata per agevolare la sostituzione dei vasi di vecchia generazione con wc moderni senza dover intervenire con opere murarie. Con installazione a filo parete, rispetta inoltre i criteri legati al Bonus Idrico, dal momento che lo scarico è inferiore a 4 litri di acqua. www.ceramicaglobo.com

2. L'**Industrial Collection** di **Ardeco** presenta un rivestimento in eco-malta, un materiale resistente ed ecologico che viene steso con una procedura manuale e rende le superfici più resistenti. È composto per il 40% da inerti provenienti dal riciclo. Il mobile e il top sono realizzati in metallo e sono disponibili in 11 colorazioni. www.ardeco-it.com

Un ritiro d'eccezione sulla collina torinese

UN PROGETTO IN PIÙ FASI TRASFORMA IN UNA CONTEMPORANEA STRUTTURA RICETTIVA UNA STORICA RESIDENZA SEICENTESCA, CHE FU LUOGO DI *LOISIR* E VILLEGGIATURA DELLA NOBILTÀ SABAUDA PER CENTINAIA DI ANNI

di Laura Milan





**CENTRO CULTURALE
POLIFUNZIONALE
VILLA SASSI**

GRUPPO DI PROGETTAZIONE

LAGEARD ARCHITETTURA
STUDIO VAIRANO ARCHITETTURA
ACC NATURALE ARCHITETTURA

FOTO

FABIO OGGERO
WWW.FABIOOGGERO.IT

SUPERFICI CERAMICHE

CASA DOLCE CASA - CASAMOOD
(MADE IN FLORIM)
WWW.FLORIM.COM/
CASADOLCECASA-CASAMOOD/

ANNO DI REALIZZAZIONE

2018

Villa Sassi è oggi una contemporanea struttura ricettiva nel pieno della verde collina torinese. Il progetto ammoderna, recupera e riorganizza una residenza storica attraverso il progetto sviluppato dalla collaborazione degli architetti Norberto Vairano, Michela Lageard e Cristiana Catino. La villa, circondata da un grande parco ricco di vigneti, venne eretta all'inizio del XVII secolo e per oltre tre secoli fu meta di *loisir* e villeggiatura per le famiglie della nobiltà sabauda. Il passaggio a metà del Novecento alla famiglia Turati, proprietaria dello storico marchio torinese Carpano, segna il suo ingresso nel mondo della ricettività di alto livello, confermato negli anni ottanta dall'inclusione nell'offerta Relais & Châteaux. Il progetto è commissionato nel 2017 dalla società di sviluppo immobiliare che in città, ai margini del quadrilatero romano, stava portando a termine la trasformazione di un altro edificio dall'importante passato, il Palazzo della Luce. Rivitalizza gli aulici spazi della villa e delle sue pertinenze, sottoposti a tutela, restaurandoli in modo compatibile con

le richieste dettate sia dalla funzione che dalla sua storia. Dota anche il complesso di aggiornati impianti di controllo delle condizioni ambientali. Villa Sassi prende il nome dal quartiere di Torino in cui si colloca, costituita dal corpo della villa, che si sviluppa su 4 livelli adagiandosi su un terreno in pendenza, e da una pertinenza di minore pregio. I fronti principali guardano a nord-ovest, dove si colloca l'ingresso principale, e sud-est, dove invece l'edificio si apre verso un grande parco. Il progetto procede lavorando per lotti, il cui primo è stato completato nel 2019. Prevede una riorganizzazione interna della villa che interviene maggiormente all'ultimo livello fuori terra. Mentre l'interrato mantiene la sua funzione di servizio, con depositi, magazzini, spogliatoi e locali tecnici, il piano terra offre i suoi ampi spazi all'organizzazione di eventi, supportati da una grande cucina e da un'area bar. Il primo piano distribuisce 11 camere con servizi mentre il secondo trasforma vecchie camere in un grande appartamento, con area giorno affacciata verso il parco.



 Guarda altri spazi della cultura
nella Galleria Progetti



ANTICO E
CONTEMPORANEO
RIVIVONO NEGLI AMPI
SPAZI DELLA VILLA.

AMBIENTE
spazi della cultura

APPLICAZIONI
pavimenti interni

superfici ceramiche

Casa dolce casa -
Casamood (Florim)

grès porcellanato
Neutra 6.0

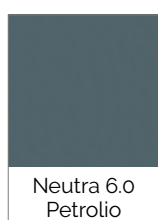
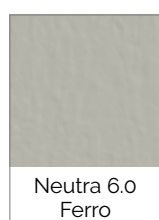
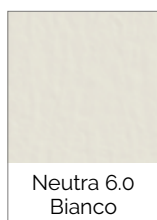
01 Bianco, 02 Polvere,
04 Ferro, 07 Petrolio

caratteristiche tecniche

assorbimento d'acqua
(ISO 10545-3): 0,08%
resistenza alla flessione
(ISO 10545-4): 50 N/mm²
resistenza all'abrasione
profonda
(ISO 10545-6): 140 mm³
resistenza agli sbalzi
termici (ISO 10545-9):
conforme
resistenza al gelo
(ISO 10545-12): conforme
resistenza all'attacco
chimico (ISO 10545-13):
UA, ULB, UHB

resistenza alle macchie
(ISO 10545-14): Cl. 3
resistenza alla scivolosità
(DIN 51130): R11 GRIP

certificazioni
LEED, Greenguard



Invariato nelle volumetrie e nei colori, l'edificio laterale, semi-indipendente, verrà completamente riorganizzato per accogliere un ristorante a sostituzione di un vecchio deposito. Le aree esterne prossime agli edifici sono state ridisegnate con l'aggiunta di aiuole verdi che hanno rimosso il vecchio parcheggio asfaltato.

La prima fase si conclude con la trasformazione degli interni della villa, rinfrescati nei colori, nei materiali e negli elementi di arredo. Tonalità neutre e fredde creano contrasto con gli elementi originali restaurati, tra cui porte settecentesche e antiche boiserie, che si affiancano ad arredi contemporanei e di design.

Le pavimentazioni, completamente sostituite, costituiscono un elemento importante dell'interior design. Variate su toni freddi e disegni geometrici ricorrono alla versatilità della ceramica italiana di Florim nella scelta di finiture, formati e texture.

Elementi della collezione Neutra 6.0 di Casa dolce casa - Casamood (Made in Florim) danno carattere alle sale comuni spaziando tra le nuance polvere, ferro e petrolio che si affiancano al bianco e all'oro, in una rinnovata unione tra antico e contemporaneo.

L'architetto Michela Lageard si è occupata della definizione degli interni: "l'estesa superficie pavimentata e la destinazione degli spazi, aperti al grande pubblico, richiedevano una soluzione che avesse caratteristiche di alta resistenza e manutenibilità e abbiamo optato per un pavimento in grès di grande formato. In funzione delle geometrie e delle destinazioni d'uso abbiamo lavorato con temi geometrici policromatici a scacchiere e cornici. Per mantenere l'aulicità degli spazi storici sono stati introdotti inserti di mosaico in vetro e metallo ossidato, che conferiscono lucentezza e fastosità. Siamo molto soddisfatti del risultato ottenuto, dal quale emergono con decisione la scelta progettuale e il risultato estetico atteso".

ARTICOLI CORRELATI

La ceramica risponde alle diverse sollecitazioni

➤ WWW.CERAMICA.INFO/LA-CERAMICA-RISPONDE-ALLE-DIVERSE-SOLLECITAZIONI/

OPERE D'ARTE
IMPREZIOSISCONO
GLI AMPI LOCALI
DI UN PIANO TERRA
COMPLETAMENTE
A DISPOSIZIONE
DEGLI OSPITI.



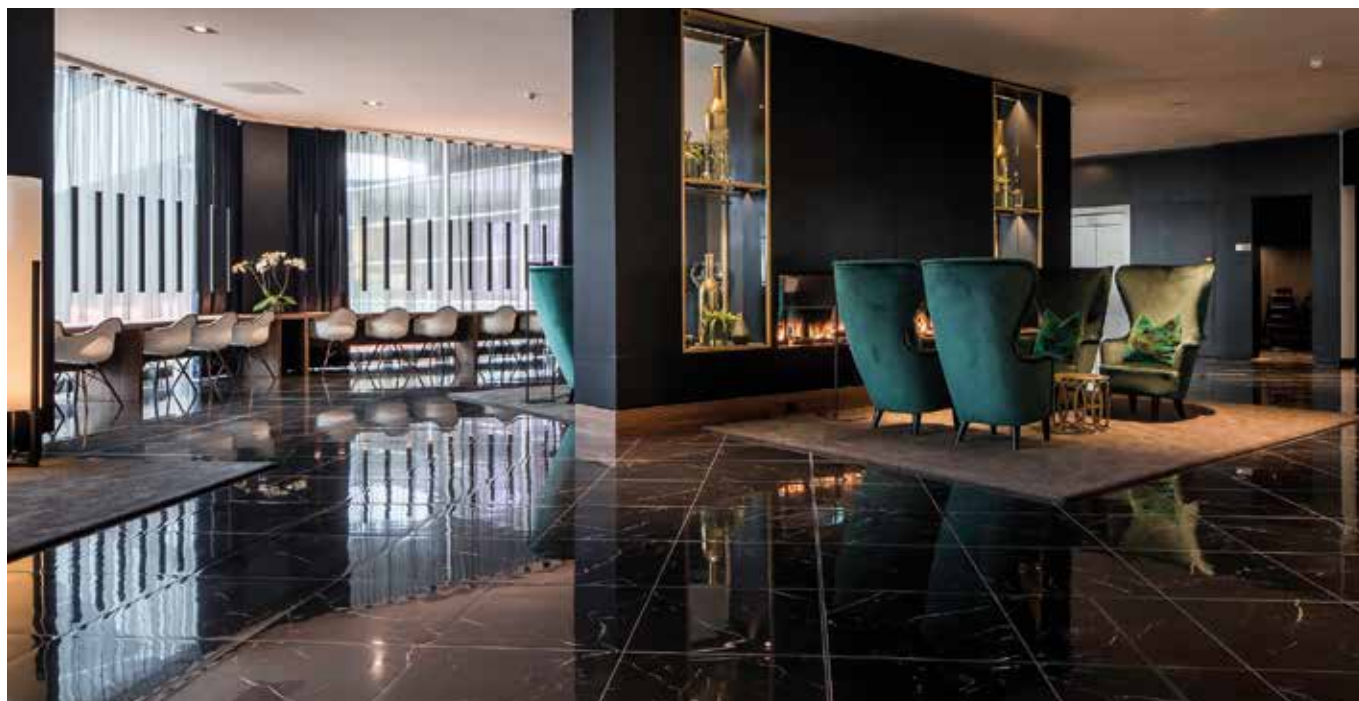
In Olanda, l'hotel è optical

PARETI A ROMBI BLACK&WHITE, PAVIMENTI A SCACCHI,
VELLUTI ROSSI E VERDI: È IL VAN DER VALK HOTEL ZALTBOMMEL,
UN 4 STELLE CONTEMPORANEO PER UN SOGGIORNO DI DESIGN

di Francesca Gugliotta

Pareti a rombi black&white dall'effetto optical, pavimenti a scacchi, opulenti velluti rossi e verdi, arredi di design: è il Van der Valk Hotel Zaltbommel, in Olanda, un 4 stelle situato accanto al castello di Ammersoyen, a 40 chilometri da Utrecht. "L'atmosfera è calda, raffinata, invitante", racconta Marloes Ouderkerk, Sales&Marketing Manager dell'hotel. "Si tratta di un restyling di un edificio esistente utilizzato da decenni da altre catene alberghiere. Quando l'ultima catena ha chiuso i battenti, la Apollo, la struttura è rimasta vuota per

un bel po' di tempo. Nel marzo 2016 la famiglia Van der Valk l'ha acquistata e in nove mesi ha completamente ristrutturato e arredato sia gli interni che gli esterni". L'hotel, inaugurato nel gennaio 2017, mostra un interior design dinamico e originale, caratterizzato dagli scenografici giochi geometrici in bianco e nero, dalle palette cromatiche vibranti e dense che vanno dai rossi ai grigi delle venature delle superfici ceramiche effetto marmo, "anche l'esterno è stato rinnovato nei colori, dal verde all'elegante tavolozza dei classici black&white".



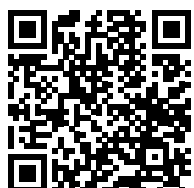
**VAN DER VALK
HOTEL ZALTBOMMEL**

PROGETTO
RUTTEN & ROOZE ARCHITECTEN
WWW.RUTTEN-ROOZE.BE

FOTO
ROB VAN DER VOORT
WWW.ROBVANDERVOORT.NL

SUPERFICI CERAMICHE
CERAMICHE PIEMME
WWW.CERAMICHEPIEMME.IT

ANNO DI REALIZZAZIONE
2016



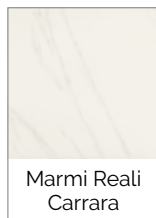
 Guarda altri ambienti pubblici
dell'ospitalità nella Galleria Progetti



SOPRA, L'AREA BAR
CON PAVIMENTO
A SCACCHI
BLACK&WHITE
DALL'EFFETTO
OPTICAL, IN AUDACE
CONTRASTO CON LE
PARETI ROSSE.

AMBIENTE
ambienti pubblici
dell'ospitalità

APPLICAZIONI
pavimenti interni



Marmi Reali
Carrara



Marmi Reali
Nero reale

superfici ceramiche

Ceramiche Piemme
grès porcellanato
Marmi Reali
Carrara e Nero Reale
60x60 cm

caratteristiche tecniche

assorbimento d'acqua (ISO 10545-3): $\leq 0,5\%$
resistenza alla flessione (ISO 10545-4):
 $R \geq 35 \text{ N/mm}^2$
resistenza all'abrasione profonda (ISO 10545-6):
conforme

resistenza alla dilatazione termica lineare (ISO 10545-8): $7 \times 10^{-6} \text{ C}^{-1}$
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): $\geq R \leq 13$

certificazioni
LEED

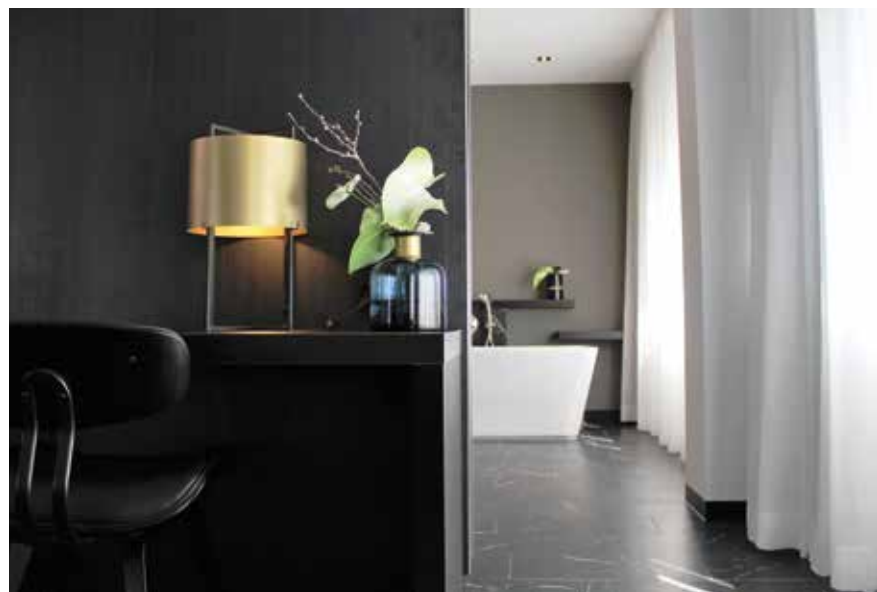
L'hotel si sviluppa in lunghezza su di una superficie di 18mila metri quadrati: "È molto lungo", continua Marloes Ouderkerk, "una caratteristica unica per un nuovo hotel. Di solito i nuovi building sono costruiti in torri, a causa del costo del terreno". L'ampia superficie è suddivisa in due ali con ingressi indipendenti: "Nella prima ala, l'hotel dispone di 117 camere, suddivise in cinque tipologie, dalla stanza più piccola di 30 metri quadrati alla suite presidenziale di 80. Le dimensioni delle camere sono volutamente molto spaziose per creare un ambiente estremamente confortevole, ideale per l'ospite in viaggio d'affari. In questa ala si trovano anche la zona fitness e l'area bar con ampia terrazza lounge. Nella seconda ala invece c'è il business center, con 13 camere, 1'auditorium con allestimento cinema, due stanze multifunzionali e sale riunioni interattive. Le due ali sono collegate dal "cuore" dell'hotel, cioè il ristorante à la carte, il buffet con cucina a vista, e una grande terrazza estiva". Le suite sono dei nidi rilassanti e intimi, "personalizzate con materiali caldi e preziosi come l'effetto marmo, i tessuti ricercati, i toni del nero, verde e oro". L'ingresso, la hall e i bagni per oltre 1.800 metri quadrati sono rivestiti con piastrelle della collezione Marmi Reali di Ceramiche Piemme, nelle finiture levigate e naturali di Nero Reale e Carrara, con un'alternanza geometrica dei bianchi e dei neri che ravviva le superfici con effetti ottici tridimensionali, piastrelle effetto marmo "che creano un look molto lussuoso", come conclude Marloes Ouderkerk. Rivestimenti ceramici che interpretano le venature, la lucentezza e le sfumature delle pietre naturali, ma con piastrelle in grès porcellanato, pratiche da mantenere e da pulire, facili da posare, resistenti e durature. Il grès è inoltre ideale per sistemi di riscaldamento radianti, è atossico, igienico, a prova di batteri e muffe grazie alla sua inassorbibilità.

GUARDA ANCHE:

La ceramica italiana per il bagno: design, sostenibilità e risparmio

➤ WWW.CERAMICA.INFO/CERAMICA-ITALIANA-BAGNO/

DALL'ALTO: I BAGNI
COMUNI, LA STANZA
E IL BAGNO CON
VASCA DELLA
PRESIDENTIAL SUITE,
CON RIVESTIMENTI
EFFETTO MARMO.



A ciascuno la sua emozione materiale

di Roberta Chionne

È IL LEGAME TRA EMOZIONE E MATERIA IL NOCCIOLO DELLA FILOSOFIA CHE GUIDA **MINUZZO SRL**, AZIENDA NATA A MAROSTICA NEGLI ANNI SETTANTA COME IMPRESA ARTIGIANA INDIVIDUALE PER LA FORNITURA E LA POSA IN OPERA DI PAVIMENTI E RIVESTIMENTI

Oggi attiva in tutto il territorio veneto, **Minuzzo Srl** si presenta come una realtà che crede nel rapporto con i progettisti, definiti il vero e proprio “cliente direzionale”, e nella volontà di emozionare il cliente con materiali e soluzioni innovative per accompagnarlo con passione nella creazione di un progetto personalizzato. Come ci raccontano i figli del fondatore, **i tre fratelli Minuzzo** attualmente alla guida dell'azienda: **Andrea** (responsabile amministrativo), **Davide** (responsabile commerciale) e **Paolo** (responsabile acquisti).

Com'è nata la Minuzzo Srl?

Tutto ebbe inizio con nostro padre Sebastiano, che nel 1970 iniziò l'attività di posatore di pavimenti e rivestimenti di vario genere, anche se l'azienda nacque formalmente solo nel 1975 come impresa artigiana individuale per la fornitura e la posa in opera di pavimenti e rivestimenti, assumendo la denominazione del titolare. L'attività fu poi ampliata nel corso del 1981 con il commercio al minuto di materiali idrotermo sanitari, e la creazione del punto vendita di Marostica, che all'epoca occupava una superficie di 280 mq. La vera trasformazione nell'attuale Minuzzo Srl avviene però agli inizi del 2003 come naturale evoluzione dell'azienda già esistente, in seguito ai mutamenti del mercato, alla costante crescita nei volumi d'affari e al progressivo ricambio generazionale che ha portato al nostro ingresso come soci. Oggi Minuzzo opera soprattutto in Veneto, in particolare nella provincia di Vicenza e nelle province limitrofe, ma l'attività è sempre specializzata nella vendita all'ingrosso e al minuto di pavimenti e rivestimenti in materiali vari tra cui ceramica, marmo, legno, e nell'arredo bagno, inclusa la posa in opera e l'installazione dei relativi materiali.



L'ingresso dello showroom di Vicenza.

Come sta andando l'edilizia nel territorio in cui operate?

Stiamo osservando un buon fermento, è molto probabile che tutte le misure di sostegno fiscale introdotte dal governo in quest'ultimo periodo (Ecobonus e Superbonus 110%), abbiano favorito e dato un nuovo e importante impulso a tutto il settore, soprattutto nel campo delle ristrutturazioni edilizie.

Che ruolo ha avuto e sta avendo il materiale ceramico nel vostro percorso?

L'evoluzione che ha avuto il materiale ceramico in questi ultimi anni è stato fondamentale per la nostra crescita, soprattutto in seguito all'avvento delle lastre in gres porcellanato di grandi dimensioni, che abbiamo da subito proposto ai nostri clienti, privati e progettisti, riscontrando un crescente successo. A risentirne sono state tutte le altre proposte alternative già presenti sul mercato, soprattutto i materiali naturali, e in particolare quelli lapidei.

Quali sono le principali destinazioni dei vostri prodotti ceramici e chi sono i vostri clienti?

La ceramica è richiesta soprattutto per i pavimenti e i rivestimenti interni ed esterni di contesti residenziali (abitazioni private), ma anche per destinazioni commerciali, uffici, e luoghi pubblici come scuole e uffici pubblici. La nostra clientela è rappresentata soprattutto da privati, spesso introdotti e/o seguiti da professionisti, molti dei quali da noi fidelizzati. Una percentuale minore, ma comunque importante, è sicuramente rappresentata dalle società immobiliari e dalle imprese edili.



In alto: il punto vendita di Marostica (VI). Sopra: da sx: Davide, Andrea e Paolo Minuzzo.



Mobili e accessori per la stanza da bagno, presso il negozio di Marostica (VI).

Parlateci del vostro rapporto con i progettisti.

Li consideriamo il nostro vero e proprio “cliente direzionale”. È il progettista, una volta fidelizzato, che ci inserisce nei progetti più importanti con innegabili riflessi positivi in termini di vendite, ma anche di prestigio e, soprattutto, di nostra crescita professionale. La mission di quest’azienda mira alla partecipazione, come partner fornitore, nelle realizzazioni più importanti dell’area. Per far questo è necessario conoscere il progettista, studiarne e comprenderne attentamente le esigenze, supportarlo con servizi di consulenza, progettazione e gestione del cantiere (relativamente alla posa in opera dei materiali e installazione dell’arredo bagno).

Che cos’è cambiato, in quest’ultimo anno, nel vostro rapporto con la clientela?

Non molto, fortunatamente: l’emergenza causata dal Covid19 ha rallentato la nostra attività solamente nel corso del primo lockdown, tra marzo e aprile 2020, ma successivamente abbiamo ripreso a pieno regime come nei mesi precedenti. Anche nel rapporto con i clienti non è cambiato moltissimo; sicuramente il cliente è ora più attento a programmare le visite nei nostri showroom attraverso appuntamenti fissati.

Avete affidato la vostra presentazione a tre parole: materiali, design, interior. Come presentate questi concetti nei luoghi di vendita?

Ad oggi i nostri showroom sono due: il primo è quello storico di Marostica, lungo la strada statale che collega Marostica a Bassano del Grappa, che oggi copre una superficie di vendita di oltre 1000 mq; il secondo, aperto a Vicenza nel 2014, offre una superficie espositiva di circa 200 mq. Per entrambi la filosofia di allestimento è incentrata sull’attenta, scrupolosa selezione e combinazione dei materiali e dei prodotti offerti dai nostri fornitori, al fine di realizzare corner espositivi sempre aggiornati, che rispecchino le ultime tendenze di design, quindi innovativi ma allo stesso tempo funzionali.



Leggi le altre interviste ai distributori italiani

Che cosa significa il Made in Italy per la vostra azienda?

È molto importante, infatti selezioniamo da sempre soprattutto fornitori italiani, anche se abbiamo affiancato qualche fornitore straniero (comunque comunitario), in particolare tedesco e spagnolo, trattandosi principalmente di leader di prodotto nello specifico settore. Il valore aggiunto dei prodotti italiani è sicuramente il design, la personalizzazione dei prodotti e, in alcuni casi, l'artigianalità delle lavorazioni. Oltre che la ricerca di soluzioni, di forme nuove e originali, e di finiture e superfici innovative.

C'è qualcosa da migliorare per le aziende italiane in termini di servizio?

Sono sicuramente da migliorare i tempi di consegna che, mediamente, si sono allungati in questi ultimi tempi, soprattutto per i produttori di mobili bagno, e fornitori di rubinetterie nelle nuove finiture come il pvd, produttori di sanitari nelle nuove finiture opache/satinate.

**PRINCIPALI MARCHI ITALIANI
IN VENDITA PRESSO MINUZZO SRL**

Superfici ceramiche
Casa dolce casa-Casamood
Cedit
Ceramica Sant'Agostino
Keope
Kronos Ceramiche
Marazzi
Panaria
Sicis

Arredobagno
Bossini
Casabath
Duka
Fantini
Fiora
Flaminia
Mobilcrab
Ritmonio



Il punto vendita di Vicenza.

Le piastrelle italiane recuperano terreno

DOPO UN 2020 CON SEGNO "MENO" NELLA PRODUZIONE E NELLE VENDITE, GIÀ DA QUEST'ANNO LA CERAMICA ITALIANA INVERTE LA TENDENZA, CON UNA CRESCITA CHE SI CONSOLIDA NEL 2022

di Simone Ricci

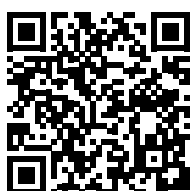
MERCATO DELLE PIASTRELLE DI CERAMICA IN ITALIA

→ Coniuntura recente e previsione (mil. mq. e var. %)

	2018	2019	2020	2021	2022
Consumi (mil mq)	108.4	108.2	95.6	105.4	108.7
(var. %)	-1.4	-0.1	-11.7	10.3	3.1
Importazioni (mil mq)	26.0	24.8	22.2	23.7	24.4
(var. %)	-0.2	-4.8	-10.4	6.8	2.9
Vendite interne (mil mq)	82.4	83.5	73.4	81.7	84.2
(var. %)	-1.6	1.3	-12.1	11.3	3.1

Fonte: Osservatorio previsionale sul mercato mondiale delle piastrelle di ceramica. Confindustria Ceramica / Prometeia, 2020

Secondo i dati elaborati da Prometeia per l'Osservatorio Previsionale per l'industria mondiale delle piastrelle in ceramica, nel 2020 la produzione mondiale ha registrato un -8,7%, fermandosi a quota 11,35 miliardi di metri quadrati e l'Italia, tra i primi cinque produttori mondiali, è quella che ha perso di più - anche a causa del lockdown produttivo più prolungato - flettendo del -18%, contro il -12,6% dell'India, il -9% del Brasile, il -8,4% della Cina e il 4,9% della Spagna. Le vendite complessive delle imprese ceramiche italiane nel 2020 si sono attestate a 390,6 milioni di metri quadrati, un dato in calo del -4%, ma decisamente migliore del -16,8% registrato a maggio. Merito soprattutto dell'export che segna un -1,9%, contro una flessione più marcata del mercato interno pari al -12,1%. Se analizziamo le vendite potenziali, considerano i livelli pre-Covid, la perdita di fatturato potenziale riconducibile alla pandemia ammonta, in Italia, a 32 milioni di metri quadrati (17,3 milioni di mq. sull'export e 14,6 milioni di mq. sul mercato interno), pari a circa 384 milioni di euro di mancate vendite.



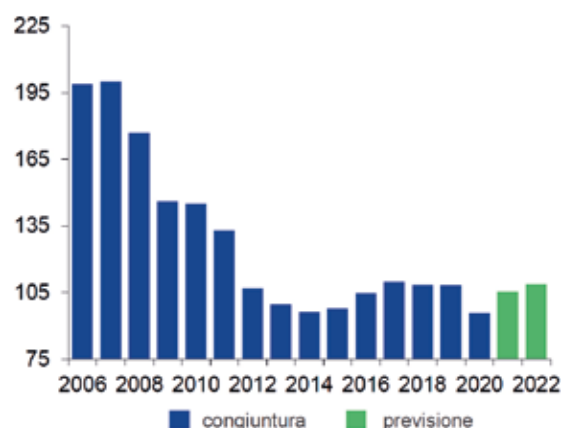
 Consulta gli altri articoli sulla congiuntura immobiliare

Già nel 2021 però si prevede una decisa inversione di tendenza con vendite in Italia attese a +11,3% e vendite all'estero a +2,7%, che dovrebbero portare ad una crescita di fatturato complessiva per le ceramiche italiane del +4,3%. La produzione è attesa al +24%, dato che recupera ampiamente il calo produttivo dell'anno scorso, causato dal lockdown nazionale.

Il biennio 2021-2022, infatti, vedrà un rimbalzo degli investimenti in costruzioni che recupereranno i livelli pre-Covid già nell'anno in corso. La ripresa coinvolgerà tutti i comparti dell'edilizia, trainata dalle ristrutturazioni, alla luce anche del potenziamento delle agevolazioni fiscali, su tutti il Superbonus 110%. Per i produttori di piastrelle, in Italia nel 2021 si attende un aumento dei consumi del 10,3% (fino a 105,4 milioni di metri quadrati), con circa 8 milioni di metri quadrati di vendite in più sul mercato interno (+11,3%) e circa un milione e mezzo di metri quadrati di import aggiuntivi (+6,8%).

MERCATO DELLE PIASTRELLE DI CERAMICA IN ITALIA

→ Consumi di piastrelle di ceramica (mil. mq)



Fonte: Osservatorio previsionale sul mercato mondiale delle piastrelle di ceramica. Confindustria Ceramica / Prometeia, 2020

Articoli correlati

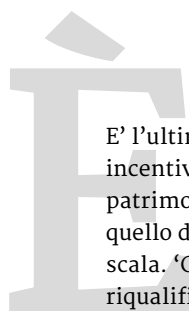
Cala la produzione mondiale, ma l'Europa si difende

 www.ceramica.info/analisi-consumo-piastrelle-di-ceramica-mondo/

Un incentivo per dare la scossa alle costruzioni

LE DIVERSE FORME DI AGEVOLAZIONE FISCALE, A PARTIRE DAL SUPERBONUS, SUPPORTANO LA RIQUALIFICAZIONE EDILIZIA DI MILIONI DI APPARTAMENTI E CASE IN ITALIA

di Andrea Serri



E' l'ultimo tassello che completa il quadro degli incentivi fiscali relativi alla riqualificazione del patrimonio immobiliare italiano, probabilmente quello decisivo per l'avvio dei lavori su grande scala. 'Ceramica e laterizio protagonisti della riqualificazione immobiliare grazie a Superbonus e cessione del credito' è il titolo del convegno, tenutosi lo scorso 18 marzo a cui hanno preso parte oltre 300 persone, promosso da Confindustria Ceramica e BPER Banca in collaborazione con ANACI ed ANGAISA (le slides presentate al convegno sono scaricabili all'indirizzo www.ceramica.info/ceramica-laterizio-riqualificazione-immobiliare/).

Una visione generale

"La riqualificazione del patrimonio edilizio italiano, attraverso interventi antisismici e di efficientamento energetico, - ha dichiarato **Giovanni Savorani**, *Presidente di Confindustria Ceramica* - è una grande occasione, anche per migliorare l'estetica e la salubrità degli ambienti delle nostre case. La ceramica, il laterizio e l'arredobagno italiano sono pronti a fare la loro parte in questo progetto di riconversione sostenibile. L'enorme dimensione del patrimonio abitativo su cui poter lavorare ci porta a chiedere al Governo di equiparare al 2026 la scadenza del Superbonus con quella del Next Generation EU". Dopo di lui ha preso la parola **Francesco Burrelli**, *Presidente degli amministratori di condominio ANACI* che ha rilevato come "l'interesse sempre crescente

attorno al Superbonus sta creando un parco di attori estremamente importante, che può consentire a questo fondamentale strumento di svilupparsi ulteriormente, con la messa a disposizione di professionisti dalle diverse qualifiche e di soggetti di primo piano come le banche e segmenti dell'industria. Noi amministratori faremo la nostra fondamentale parte in sinergia con questi qualificati e attenti soggetti". Considerando che in Italia il 70% degli immobili ha più di 40 anni, che esistono 1.200.000 condomini dove vivono 40 milioni di italiani e che il 75% dei 65 miliardi di euro complessivi spesi per l'edilizia sono ad appannaggio della ristrutturazione, centrale appare la figura dell'operatore famiglia. "Il Superbonus è un'opportunità irrinunciabile per tutte le imprese che operano nella filiera dell'edilizia, in grado di favorire la ripresa economica e occupazionale del Paese - ha rimarcato **Enrico Celin**, *Presidente di ANGAISA* -. Le aziende distributrici ITS stanno lavorando per aggiornare i propri modelli di offerta, con l'obiettivo di rispondere efficacemente alle nuove sfide del mercato attraverso servizi adeguati, sempre più qualificati e professionali". Il grande interesse suscitato dal Superbonus deriva anche dalla cedibilità del credito maturato agli istituti di credito. "Nell'iter di realizzazione delle ristrutturazioni la banca può agire come un direttore d'orchestra", spiega **Pierpio Cerfogli**, *Vice Direttore Generale e CBO di BPER Banca*. "Le agevolazioni statali sono una grande opportunità per cittadini e imprese, ma per

adesso il collo di bottiglia è dato dalla complessità della documentazione da presentare. Tra i nostri compiti rientra quello di facilitare il più possibile il cliente, attivando procedimenti smart e mettendo a disposizione consulenti preparati”.

Tutte le incentivazioni fiscali relative all’uso di lastre e piastrelle ceramiche, laterizi, ceramica sanitaria ed arredobagno sono state al centro delle analisi, delineando un quadro dove praticamente tutti gli ambienti della casa possono godere delle agevolazioni, siano questi condomini o ville singole.

Un convegno dedicato a piastrelle, laterizi e sanitari

Lucia Positano, Tax Senior Manager di PwC TLS Avvocati e commercialisti, ha approfondito la platea dei beneficiari del Superbonus, i concetti di interventi trainanti e trainati, i requisiti oggettivi e soggettivi per poter accedere ai benefici, le tempistiche e la modalità per la cessione del credito fiscale maturato. “Trattandosi il Superbonus di una normativa di particolare favore, in aggiunta agli adempimenti ordinariamente previsti, viene richiesta l’asseverazione relativa agli interventi di efficienza energetica e di riduzione del rischio sismico che certifichi il rispetto dei requisiti tecnici necessari ai fini delle agevolazioni fiscali e la congruità delle spese sostenute in relazione agli interventi agevolati”. Particolarmente apprezzata è stata anche l’illustrazione del quadro generale di tutti gli incentivi disponibili, quali Bonus Facciate, Ecobonus, Sismabonus, percorsi seguiti dal contribuente qualora questi opti per percorsi di riqualificazione edilizia più limitati.

Alfonsina Di Fusco, esperta di edilizia di Confindustria Ceramica, ha approfondito gli ambiti e le potenzialità

di incentivazione nell’uso dei laterizi in caso di riqualificazione sismica ed energetica, mostrando altresì alcuni esempi concreti di interventi realizzati nel nostro Paese. “La legge consente di agevolare sia la demolizione e successiva ricostruzione, sia di variare sagoma e dimensioni, lasciando in tal modo la più ampia libertà progettuale”. L’esperta ha poi passato in rassegna tutti gli ambienti della casa e del condominio dove piastrelle e lastre ceramiche possono essere utilizzate, indicando anche quale forma di agevolazione può essere utilizzata nello specifico ambiente ed il valore massimo incentivabile per metro quadrato.

Salvatore Torsello, del Servizio di Corporate Finance di BPER Banca, ha spiegato ambiti di intervento, procedure e tempi per l’acquisto dei crediti fiscali, sia nel caso di clientela privata che per le imprese di costruzione. “Abbiamo cercato di semplificare al massimo la documentazione richiesta per l’istruttoria del fido, ma è bene ricordare che la complessità della misura e la possibilità di verificare all’inizio del percorso – e non alla fine dello stesso – il possesso dei requisiti rappresenta una garanzia”. Dettagli informativi sono stati dati sulla fruizione del SAL e sull’offerta di BPER in relazione ai prodotti e servizi riguardanti il mondo della sostenibilità.

Articoli correlati

Superbonus 110, i vantaggi del laterizio italiano



www.laterizio.it/superbonus-110-i-vantaggi-del-laterizio-italiano/



Guarda la registrazione del convegno online



Scenari di design per la casa post pandemia

LA PANDEMIA E LE RELATIVE MISURE DI PREVENZIONE E DI CONTRASTO HANNO CAMBIATO IN PROFONDITÀ COMPORTAMENTI E MODO DI VIVERE. SECONDO UNO STUDIO DEL DIPARTIMENTO DI DESIGN DEL POLITECNICO DI MILANO SI AFFACCIAANO NUOVE OPPORTUNITÀ PER I DESIGNER IN RELAZIONE AI NUOVI CONTESTI RESIDENZIALI

di Valentina Poli

La pandemia di Covid 19 e le relative misure di prevenzione e di contrasto hanno cambiato in profondità comportamenti e modo di vivere, a partire dall'obbligo che ha relegato parte rilevante della popolazione a rimanere in casa. Ciò ha influenzato il modo in cui ha vissuto gli spazi domestici, diventati una sorta di laboratorio, e la dislocazione degli spazi e delle funzioni ad essi tradizionalmente assegnati. Il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano ha sottoposto a questionario 337 persone (290 residenti in Italia, 47 in altre parti del mondo), analizzando i

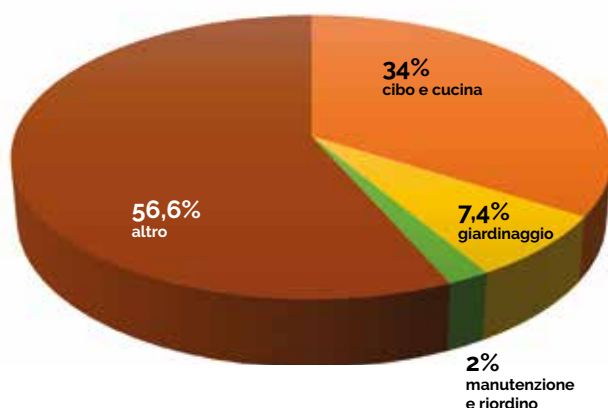
loro desideri e bisogni, e ha costruito **sette possibili scenari di design** per il futuro delle case in epoca post-Covid-19, individuando anche nuove opportunità per i designer (Fonte: "Casa chiama Mondo. Scenari di progetto per la casa post pandemia" - Creative Industries Lab, Design Department, Politecnico di Milano). Si parla principalmente di un contesto domestico, in quanto il 75,6% delle persone durante la quarantena ha lavorato da casa e ha trascorso quasi la totalità del suo tempo all'interno della propria abitazione.

Working from home as normal. Adattare gli spazi, gli arredi, le luci per poter affrontare la nuova richiesta. La paura di non avere un luogo idoneo a lavorare da casa porta a soluzioni progettuali per la divisione dello spazio, quali per esempio isole di lavoro modulari.

Practical activities. In casa il 35% delle persone ha trascorso più tempo svolgendo i propri hobbies: il 34% in attività legate al cibo, il 7,4% al giardinaggio e il 2% alla manutenzione e al riordino della casa. Questo porta a creare ambienti facili da pulire, adattabili e trasformabili, con arredi modulari e spazi dedicati alle attività fai-da-te.

Collective entertainment at home. Iniziative fisiche e digitali sono state create per mantenersi in contatto con le persone, così come un ruolo ha avuto un maggior ricorso alla visione di contenuti televisivi e digitali. Bisogna trovare un equilibrio tra connessione digitale e interazione fisica, per esempio progettando home party, in cui i partecipanti si collegano digitalmente o si riuniscono fisicamente in piccoli gruppi.

HOBBIES

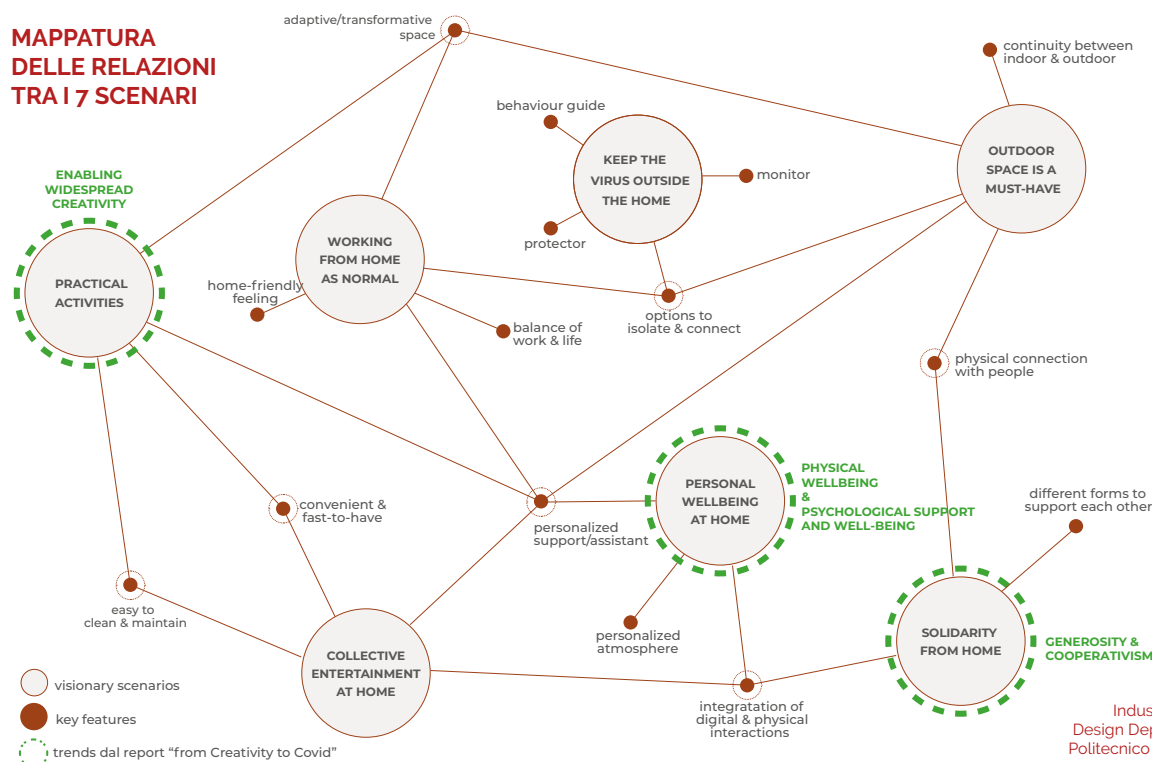


Fonte: Creative Industries Lab, Design Department, Politecnico di Milano



Scarica la ricerca
del Dipartimento
Design Politecnico
di Milano

MAPPATURA DELLE RELAZIONI TRA I 7 SCENARI



Fonte:
Creative
Industries Lab,
Design Department,
Politecnico di Milano

Personal wellbeing at home. Il 54,3% ha iniziato a fare esercizi fisici a casa; il 22,2% ha curato maggiormente sé stesso e le persone a lui vicine. Importante è creare la giusta atmosfera, supportati da un assistente intelligente negli esercizi fisici e mentali.

Keep the virus outside the home. Il 90% delle persone si lava le mani appena rientrati a casa; il 51,9% lascia le scarpe fuori dalla porta; il 35,5% sanifica tutti i prodotti che aveva con sé fuori casa.

Questo porta a trovare idee che aiutino a mantenere un elevato livello di igiene in casa e che diano la possibilità di dividere gli spazi domestici in caso di persona positiva al virus. Si potrebbero progettare sistemi di “scansione” per l’igiene oppure sistemi per vivere un periodo di isolamento in casa insieme al resto della famiglia.

Outdoor space is a must-have. Il desiderio di essere più a contatto con la natura è aumentato. Il 45% delle persone ha apprezzato maggiormente gli spazi esterni, luoghi di relax e per la socialità. Si cerca, quindi, di riportare spazi esterni all’interno della casa, cercando di progettare sistemi in grado di permettere le relazioni con gli altri, mantenendo la distanza fisica.

Solidarity from home. Il 32% delle persone ha acquistato cibo in diversi negozi di quartiere per sostenere le attività locali e l’8,6% ha fatto la spesa per altre persone impossibilitate a farla. Ciò porta a costruire

delle reti di informazione e comunicazione nel vicinato e progettare modi diversi per sostenersi a vicenda.

Le condizioni create dalla pandemia hanno certamente accelerato dei cambiamenti nella società. In tutti e sette gli scenari i settori industriali più coinvolti sono stati quelli di arredamento, design d’interni, immobiliare, elettrodomestici e, in alcuni casi, intrattenimento e cibo. La diffusione della tecnologia e della digitalizzazione è servita a implementare l’assistenza, supportare e facilitare le attività, aiutare l’interazione con altre persone e sanificare gli ambienti e renderli più sicuri. Inoltre, sono stati necessari cambiamenti rapidi per migliorare l’equilibrio tra vita privata e lavorativa, diffondere lo smart working e riconnettersi con la natura.

Tutto ciò ha offerto delle possibilità di innovazione, sia a individui che enti o governi disposti ad avere un ruolo attivo nella “nuova normalità”.

Lo scopo finale della ricerca del Dipartimento di Design è quello di sviluppare nuovi prodotti, sistemi e servizi. La collaborazione con un’azienda italiana in ambito arredo mira a trasformare i sette scenari in brief di progettazione dettagliati da affidare, in seguito, a dei designer con l’intento di sviluppare nuovi arredi post-Covid.

Articoli correlati

La ceramica è un materiale igienico

www.ceramica.info/articolo-campagna-19/la-ceramica-igienica/

Una promenade tra vegetazione e fasci di luce

A ROMA, IN ZONA TIBURTINA, UN'AREA PARCHEGGIO GRIGIA E POCO CONFORTEVOLE DIVENTA UN ACCOGLIENTE SPAZIO DI AGGREGAZIONE ALL'INSEGNA DELLA FUNZIONALITÀ E DEL BENESSERE

di Ilenia Carlesimo

Da area parcheggio grigia, totalmente asfaltata e poco appetibile a livello commerciale ad accogliente spazio di aggregazione con percorsi pedonali, zone verdi e fasci di luce. Non era una sfida facile quella che si sono trovati davanti i progettisti dello studio FAD Fucine Architettura Design quando hanno lavorato alla riqualificazione dell'area esterna di un immobile in zona Tiburtina, a Roma. Eppure il risultato ha convinto tutti, tanto da ricevere anche una menzione al concorso d'architettura La Ceramica e Il Progetto 2020. Realizzato per conto di Generali S.p.a., e parte di un intervento più ampio ancora in atto che interessa tutta l'area di pertinenza di un grande complesso a uso direzionale/privato, il lavoro ha dato una nuova valenza a uno spazio che in passato aveva subito dei peggioramenti, tra cui l'avvicinamento alla sede viaria. “Lo spazio riqualificato in questa prima fase, che combacia con l'ingresso principale al fabbricato e fa da filtro con la grande arteria stradale di via Tiburtina, era un parcheggio che, anche se utile, dava all'immobile un aspetto

trascurato e quasi ostile”, spiega l'architetto Fabrizio Forniti dello studio FAD. “Il nostro lavoro è stato quello di riqualificarlo con una soluzione più articolata e accogliente realizzata all'insegna della funzionalità, dell'estetica e del benessere dei lavoratori, tema sempre più centrale in questo momento storico”. Da qui l'idea di creare dei percorsi dall'andamento a zig zag, un asse pedonale pensato come una sorta di promenade e diverse aree di sosta con panchine in cui socializzare e stare all'aria aperta.

Un intervento ambizioso, in un luogo non semplice, in cui la scelta dei materiali e degli accessori è risultata determinante. Ne sono un esempio i portali luminosi posizionati lungo il percorso, che danno un tocco di modernità e attirano l'attenzione dei passanti, gli elementi rossi che richiamano il marchio Generali e le pavimentazioni realizzate in cemento architettonico e piastrelle in grès porcellanato della collezione Mystone Silverstone20 di Marazzi (finitura beige e formati custom 30x30



PROMENADE TIBURTINA

PROGETTO

FABRIZIO FORNITI
FAD FUCINE
ARCHITETTURA DESIGN
WWW.FUCINEAD.IT

SUPERFICI CERAMICHE

MARAZZI
WWW.MARAZZI.IT

DISTRIBUTORE

ORSOLINI AMEDEO
WWW.ORSOLINI.IT

ANNO DI REALIZZAZIONE

2019



 Guarda altri esempi di arredo urbano
nella Galleria Progetti



PENSATO COME UNA PROMENADE, L'ASSE PEDONALE FA DA FILTRO TRA L'INGRESSO PRINCIPALE E IL PARCHEGGIO PREVISTO IN FUTURO.

AMBIENTE
arredo urbano

APPLICAZIONI
camminamenti
esterni



Mystone
Silverstone 20

superfici ceramiche
Marazzi
grès porcellanato
Mystone Silverstone20
beige
spessore 20 mm
formato custom 30x30 e
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): R10B

certificazioni
LEED



LE AREE DI SOSTA
E LA VEGETAZIONE
CONTRIBUISCONO
A FAVORIRE
IL BENESSERE
PSICOFISICO DEI
LAVORATORI.

e 60x30 nello spessore da 20 millimetri). “Una linea dall’aspetto simile alla pietra ma molto più performante”, spiega Forniti, “scelta sia per la resa estetica che per i parametri funzionali e tecnici, visto che le piastrelle sono anche carrabili e questo, in caso di necessità, consente il passaggio in sicurezza dei mezzi di soccorso”. Infine, il ruolo centrale della vegetazione con la creazione di aree verdi attraverso piante scenografiche, siepi schermanti che aggiungono privacy e alberature che favoriscono l’ombreggiamento durante i mesi più caldi e, non ultimo, la produzione di aria pulita. “Perché se c’è un elemento che in questo intervento ci ha dato grande soddisfazione, questa è la valenza sociale del progetto”, conclude Fabrizio Forniti. “Ci vediamo una grande utilità. In fondo, il lavoro di un architetto non è proprio migliorare l’ambiente in cui vive l’uomo?”.

ARTICOLI CORRELATI

La ceramica. Una scelta sicura anche in esterno



WWW.CERAMICA.INFO/DESTINAZIONI-DUSO/





UN CALEIDOSCOPIO DI SUPERFICI, VENATURE E COLORI CARATTERIZZA LA NAVE DA TRASPORTO PER PASSEGGERI E MEZZI CHIAMATA CIUDAD DE VALENCIA. COSTRUITA NEI CANTIERI NAVALI VISENTINI DI ROVIGO, CON L'AUSILIO DI GRANDI LASTRE CERAMICHE, È STATA PROGETTATA PER LE ROTTE DEL MAR MEDITERRANEO

Design e identità marittima

di Elisa Montalti





**TRAGHETTO
CIUDAD DE VALENCIA**

PROGETTO
CANTIERI NAVALI VISENTINI
IGI ALLESTIMENTI

FOTO
PAOLO LORENZI
AUTORI ASSOCIATI

SUPERFICI CERAMICHE
COTTO D'ESTE
WWW.COTTODESTE.IT

ANNO DI REALIZZAZIONE
2020

Il Traghetto Ciudad de Valencia rappresenta un'innovativa ed emblematica nave da trasporto per passeggeri e mezzi di ogni tipo, uno splendido esempio di ingegneria e design. Progettata per le rotte nel Mar Mediterraneo, è stata costruita nel cantiere navale privato più esteso d'Italia, i Cantieri Navali Visentini. Gli interni sono stati studiati con grande attenzione al dettaglio, al comfort e all'innovazione di prodotto, in una sequenza di ambienti grandi, luminosi e scenografici. L'architetto Paolo Ancora, con lunga esperienza nella cantieristica navale, ha voluto caratterizzare il progetto di interior design puntando molto sull'eleganza, i servizi e il comfort durante la navigazione.

L'imponente traghetto Ciudad de Valencia ha un vero e proprio cuore ceramico e rappresenta una galleria rappresentativa per le grandi lastre in Kerlite proposte da Cotto d'Este, perfette per l'ambito navale in quanto superfici ultrasottili ed estremamente leggere, seppur dalle prestazioni tecniche eccellenti e da una qualità estetica incredibile. Lo stesso architetto Ancora dichiara "di aver scelto Kerlite anche per un discorso di peso, di spessori, in quanto materiale estremamente leggero che riesce a ridurre sensibilmente il carico accidentale della nave, così da ottimizzare le performance di navigabilità e di velocità, riducendo al contempo i consumi di viaggio".

Gli ambienti dovevano inoltre essere un omaggio a Venezia, al suo stile e alla sua identità marittima. Proprio nel salone centrale, un pannello che riproduce la laguna veneta diventa il catalizzatore di sguardi, amplificato ulteriormente dagli specchi e dai vetri che riflettono e propagano l'immagine. Il progettista ha trovato grande supporto creativo proprio nella collezione Kerlite Art Wonderwall con spessore 3,5mm con la meravigliosa scenografia Venice già a catalogo.



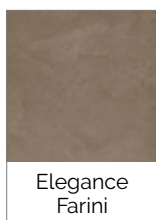
COLLEGAMENTI, SPAZI
DI SOSTA E CORRIDOI
SONO RIVESTITI DA UNA
CERAMICA LEGGERA
E RESISTENTE,
IN UNA CARRELLATA
DI COLORI E TEXTURE
DAVVERO AFFASCINANTE.



 Guarda altri luoghi del trasporto
nella Galleria Progetti



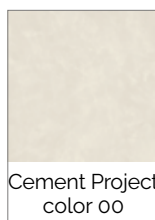
Elegance
Condotti



Elegance
Farini



Cement Project
color 20



Cement Project
color 00



Exedra
Rain Grey



Woodland
Atlantic Soft



Wonderwall
Venice

AMBIENTE
luoghi del trasporto

APPLICAZIONI
pavimenti e
rivestimenti interni

superfici ceramiche
Cotto d'Este
Kerlite5plus (spessore
5,5 mm): Elegance, Cement
Project, Exedra
Kerlite6plus (spessore
6,5 mm): Woodland
Kerlite3plus (spessore
3,5 mm): Wonderwall

caratteristiche tecniche
assorbimento d'acqua
(ISO 10545-3): 0,05 %
resistenza alla flessione
(ISO 10545-4): conforme

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):
ULA UHA
resistenza alle macchie
(ISO 10545-14): conforme
resistenza alla scivolosità
(DIN 51130): R9

certificazioni
LEED, Emas, NF-Upec

LA CERAMICA DIVENTA ANCHE
ELEMENTO DECORATIVO SULLE
PARETI. A FIANCO SULLO SFONDO
UN PANNELLO CHE RIPRODUCE
FIGURATIVAMENTE LA MAGIA
DELLA LAGUNA VENETA.



Su lastre grandi 100x300 cm, sottili e leggere come carta da parati ma resistenti e impermeabili, è stampata in altissima definizione l'immagine della laguna veneta con Venezia sullo sfondo, per un effetto incredibile di trompe-l'oeil. In questi ambienti, sui pilastri sono stati montati inoltre pannelli di rivestimento Kerlite5plus Exedra Rain Grey con spessore 5,5mm, sfumati dal verde al grigio, per una vibrazione fredda in un contesto dai colori caldi.

Le varie collezioni scelte rimandano inoltre ad essenze lignee pregiate, come Kerlite 6plus Woodland con spessore 6,5mm, ad un intrigante effetto cemento dall'estrema fedeltà estetica e sensoriale, come Kerlite 5plus Cement Project con spessore 5,5mm, alla collezione Kerlite5plus Exedra che riproduce infatti una splendida pietra calcarea dell'Asia Minore: il Limestone Antalya, distinguendosi per la qualità delle finiture e la cura nei dettagli ed infine ai marmi più prestigiosi della collezione Kerlite5plus Exedra.

Nei bagni e nel bancone del bar le lastre utilizzate consentono di avere inoltre una superficie antibatterica ad altissima performance grazie all'esclusiva tecnologia Protect®.

Venature, colori, tratti materici dalla forte personalità disegnano gli ambienti di questa imbarcazione puntando ad un design a 360° di tecnica ed estetica. Obiettivo: un soggiorno sano, gradevole e confortevole per tutti gli ospiti della nave.

ARTICOLI CORRELATI

La ceramica è resistente a funghi, muffe e batteri



WWW.CERAMICA.INFO/ARTICOLO-CAMPAGNA-20/RESISTENTE-A-BATTERI-MUFFE-E-FUNGHI/



SUPERFICI DI
BAR E BAGNI
SONO STATE UN
INTERESSANTE
CAMPO DI PROVA
NELL'USO DELLE
LASTRE CERAMICHE.



TWIST, EDIFICIO DIREZIONALE
PARIGI, CLICHY-BATIGNOLLES,
FRANCIA, 2019

Creatività oltre l'abitudine

di Alessandra Coppa

CONOSCIUTA
IN ITALIA PER IL
PROGETTO DEL
MACRO A ROMA,
ODILE DECQ
CONCEPISCE
L'ARCHITETTURA
COME UNA
DISCIPLINA APERTA
AGLI ALTRI SAPERI
CHE NECESSITA DI
ESSERE RINNOVATA
PER RESTARE AL
PASSO CON I TEMPI:
LO INSEGNA AI
SUOI STUDENTI
AL CONFLUENCE
INSTITUTE DI PARIGI

Quale dovrebbe essere il ruolo dell'architettura oggi? Su quali temi stai lavorando in questo momento?

Il ruolo attuale dell'architettura credo sia lo stesso che ha caratterizzato la disciplina nel passato e sarà così anche nel futuro: fornire un "buon rifugio" per l'uomo e aiutare la società a essere ben organizzata attraverso l'organismo delle città e la struttura degli edifici. Mi rendo conto che questa è una risposta molto generale, è vero che l'architettura è un modo di pensare umano e che potrebbe essere totalmente diversa, tuttavia il suo impatto più importante è quello sulla vita dell'essere umano. Ora sto lavorando sulla tipologia dell'edificio per uffici, e in conseguenza del Covid, stiamo cercando di proporre diversi modi di organizzare gli spazi di lavoro con meno persone sul posto, poiché generalmente si va in ufficio solo per le riunioni, ripensando ai luoghi di lavoro come spazi più attraenti, per favorire il benessere.

Come può l'architettura essere più "confortevole" per le persone, oggi e in futuro?

Oggi le persone chiedono più Natura, più spazi esterni per poter condividere e mescolare le funzioni nello stesso luogo ma non sempre nello stesso tempo. Questo è quello che vent'anni fa ho chiamato il "nomad living" dove, in uno spazio sufficientemente flessibile, puoi fare quello che vuoi e di cui hai bisogno in un giorno, o in una settimana.

Tuttavia, non ho mai considerato come idee utopiche questi progetti, anche se alcuni non sono stati realizzati, che sono stati ispirati da ciò che osservavo intorno a me, specialmente in considerazione delle esigenze delle nuove generazioni.

Oggi, osservando i miei studenti o le persone più giovani di me che lavorano nel mio studio, continuo a pensare che questo modo nomade di vivere gli interni sia ancora presente; ma poiché gli appartamenti economici sono veramente pochi, i giovani vivono in spazi minimi e usano la città come un luogo nomade. Non cucinano a casa, ma ordinano perlopiù pasti pronti, e fanno sport fuori casa; tuttavia, dopo il lockdown per l'emergenza Covid sono stati costretti a tornare a lavorare in casa. Questo ha creato problemi, perché i loro appartamenti erano troppo piccoli per una permanenza così lunga. Questo fenomeno ha generato nuovi desideri abitativi, come quello di avere uno spazio esterno fruibile: balconi,

“Non si deve fare confusione tra Natura e bioarchitettura. Quella che prima era chiamata "architettura verde" troppo spesso aggiungeva solo alcuni aspetti o tecniche verdastre a una costruzione. Bisogna di Natura, a mio avviso, significa bisogno di qualità, di avere abbastanza spazio per muoversi. È una questione di respirazione, odore, energia e sensazione.”



Odile Decq

BIOGRAFIA

Architetto e urbanista francese, nata a Laval, Odile Decq (1955) fonda nel 1985 con Benoît Cornette (1953-1998) lo studio ODBC, il cui nome è l'acronimo delle loro iniziali.

Lo studio ODBC si segnala all'attenzione della critica internazionale per la sede della Apple Computer France a Nantes (1990); la sede della Banque Populaire de l'Ouest a Rennes (1990, con Peter Rice, vincitrice del Premio Internazionale di Architettura Andrea Palladio, il 9th International Prize for Architecture a Londra e il Prix Architecture et Travail a Rennes); il Centro Operativo Autostradale di Nanterre (1996); il porto di Osaka in Giappone (1997); l'espansione della Galleria Nazionale d'Irlanda a Dublino (1997). Dopo la prematura scomparsa di Cornette, vengono completati anche i progetti del Centro di Ricerca Saint Gobain a Aubervilliers (1999) e la ristrutturazione del porto industriale di Gennevilliers (2001). Lo studio riceve il premio Benedictus a Washington (1994) e il Leone d'oro alla VI Esposizione internazionale d'architettura della Biennale di Venezia (1996). Direttrice dell'École spéciale d'architecture a Parigi dal 2007, con il proprio studio Odile Decq ha realizzato negli ultimi decenni opere come il ristorante Phantom, all'interno dell'Opéra Garnier a Parigi (2011); il Museo di Arte Contemporanea Frac Bretagne a Rennes (2012); il Fangshan Tangshan National Geopark Museum, Nanjing in Cina (2015); il complesso dirigenziale GL Events a Lione (2014); la residenza Saint-Ange Residence a Seyssins (2015). In Italia Odile Decq è nota per l'espansione del MACRO, Museo d'Arte Contemporanea di Roma (2010). Attiva anche nel campo del design, ha firmato anche progetti di illuminazione e arredi, realizzandoli anche appositamente per i suoi progetti architettonici.

Nel 2013 Odile Decq è definita "Designer of the Year" da Maison & Object; è inoltre membro dell'Accademia di architettura francese dal 1997, commendatrice dell'Ordine delle Arti e delle Lettere dal 2001, Cavaliere della Legion D'onore dal 2003.



Leggi le altre interviste
ad architetti e designer

A DESTRA: SAINT-ANGE
RESIDENCE, SEYSSINS,
FRANCIA, 2015

SOTTO: CASA SPERIMENTALE
IN VETRO, CARANTEC (BRETAGNA),
FRANCIA, 2006.



terrazze, un giardino. Per le famiglie con bambini è emersa l'esigenza di lasciare le metropoli e trovare una casa a una distanza ragionevole dal posto di lavoro in città, grazie ai treni ad alta velocità. E naturalmente essere in condizioni di buona salute ha assunto un ruolo primario.

E' vero, a causa dell'emergenza Covid, c'è un maggiore "bisogno di natura". Cosa significa oggi "architettura verde"?

Non si deve fare confusione tra Natura e bioarchitettura. Quella che prima era chiamata "architettura verde" troppo spesso aggiungeva solo alcuni aspetti o tecniche verdastrae a una costruzione. Bisogno di Natura, a mio avviso, significa bisogno di qualità, di avere abbastanza spazio per muoversi e smettere di essere statici, come di solito siamo nei luoghi di vita e di lavoro. È una questione di respirazione, odore, energia e sensazione; dipende da tutti ed è molto difficile da standardizzare. Ci sono sempre più persone che dicono di voler vivere in campagna come reazione a come vivono oggi quando sono confinate in casa a causa del Covid, ma non possiamo risolvere e

semplificare la "questione della natura" vivendo in campagna perché ci sono altri vincoli e limiti laggiù, non è un luogo da sogno ideale.

Quale dovrebbe essere la funzione della "pelle" di un edificio e il rapporto tra interno / esterno? Quali sono i tuoi materiali preferiti? Cosa pensi della ceramica?

La "pelle" è come nel corpo umano un luogo di scambio, dove il rapporto tra interno ed esterno deve essere pensato, proposto e sviluppato a seconda della cultura in cui ti trovi, in relazione alle esigenze dell'uso e alla definizione che attribuisce agli interni e agli esterni. Quindi, la questione della scelta della "pelle" è relativa, non assoluta... Mi piace giocare con condizioni ambigue per fornire una multi-interpretazione per questa relazione! I miei materiali preferiti sono principalmente il vetro e l'acciaio, ma adegua sempre il mio senso estetico e la mia proposta architettonica alle condizioni di un progetto, per cui non escludo a priori di utilizzare anche tutti gli altri materiali. Le ceramiche sono interessanti quando mettono da parte ciò a cui pensiamo di solito. So che sono in corso di studio molte, grandi

ed eccitanti innovazioni nella ceramica: questo materiale è ad esempio usato per proteggere le astronavi per quando tornano nell'atmosfera terrestre. La ceramica si può modellare, e come progettisti potremmo "giocare" molto, ma poiché si tratta principalmente di prodotti industriali, questo secondo me limita gli architetti e la nostra creatività che il più delle volte si concentra solo nei colori e nelle dimensioni. Potrei osare di sognare la ceramica "à la demande" grazie alla capacità della fabbrica digitale?

I colori nei tuoi progetti stabiliscono relazioni solide, lasciano un segno forte. Puoi farci qualche esempio dell'uso del colore nei tuoi progetti?

Per quanto riguarda il colore nei miei progetti, fra tutti domina il rosso e il nero, ma dalla metà degli anni Novanta ho usato anche molti colori vivaci. Nella biblioteca universitaria di Nantes, in un ristorante di Parigi "Little Italy"...

The Confluence Institute, l'innovativa scuola in stile Bauhaus che hai progettato a Lione, offre nuovi approcci all'insegnamento e strategie creative per l'architettura. Vengono studiati nuovi punti di vista sul XXI secolo attraverso il contributo interdisciplinare di maker, filosofi, sociologi, scrittori e architetti. Qual è l'obiettivo della formazione?

Il Confluence Institute non è più a Lione, abbiamo trasferito la scuola a Parigi nel 2019. L'obiettivo della formazione è aiutare gli studenti di oggi per renderli consapevoli di come utilizzeranno l'architettura nel loro futuro. Non devono necessariamente diventare architetti perché ci sono molti modi per aiutare il mondo con l'architettura! Ci sono così tanti fattori che modificheranno la professione: robotica e intelligenza artificiale si occuperanno di buona parte del lavoro che già facciamo. Quindi, le scuole devono evolversi per ripensare quale sia il valore aggiunto nello studio dell'architettura. Credo fermamente nella necessità dell'architettura per la costruzione del mondo, ma non sono convinta che il mondo abbia bisogno della nostra professione nel modo in cui la intendiamo oggi. Questo è il motivo per cui non possiamo continuare a insegnare architettura come cento anni fa. Mescolare pensatori e attori sarà il valore aggiunto: dobbiamo formare degli studenti che riescano a integrare il loro pensiero architettonico con le altre discipline qualunque sia la complessità del progetto che stiano affrontando, persone in grado di correre il rischio di spingere la loro creatività oltre il pensiero abituale. Questa è architettura.



TORRE RESIDENZIALE ANTARES, BARCELLONA (SPAGNA), 2020. ESTERNO E INTERNO RISTORANTE.

La sostenibilità del Ceramics of Italy

UN PERCORSO DI ANALISI, A LIVELLO INTERNAZIONALE, PER DELINEARE I PROFILI AMBIENTALI E SOCIALI DELLA CERAMICA ITALIANA. ASCOLTANDO IL MERCATO

di Andrea Serri

Il'Italia della ceramica, persa la leadership produttiva, rimane da sempre e tuttora il punto di riferimento a livello mondiale in termini di design, qualità dell'abitare, innovazione tecnologica e tipologica per piastrelle e lastre, ceramica sanitaria, stoviglie e laterizi. Ma anche e soprattutto per quanto riguarda la sostenibilità, sia ambientale che sociale, che da sempre contraddistingue le industrie italiane rispetto alla scelta delle materie prime, della dotazione impiantistica, delle relazioni con i dipendenti e gli stakeholder esterni, della manifattura dei prodotti e delle modalità di impiego degli stessi nelle diverse destinazioni d'uso. Una realtà di grande attualità e valore in relazione alle nuove sfide economiche, ambientali e sociali, che presenta ancora ampi margini di miglioramento ed apprezzamento da parte del mercato, sia questo composto da consumatori finali o dai professionisti del progetto e delle costruzioni, tanto in ambito nazionale che internazionale.

Ceramics of Italy for Sustainability è il progetto, promosso da Confindustria Ceramica, organizzato da Edi.Cer. Spa e Cersaie in collaborazione con Focus Lab, con il supporto di ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane) e del Ministero del Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale che delinea il nuovo profilo di sostenibilità dell'industria

ceramica italiana, intesa nelle sue diverse componenti ambientali (di prodotto e di processo) e sociali (qualità del lavoro e comunità). Un percorso che si pone l'obiettivo di approfondire e razionalizzare la conoscenza delle dinamiche in essere all'interno del settore e delle sue industrie manifatturiere, quanto la percezione – attuale e prospettica – da parte del mercato dei prodotti e delle soluzioni del *Ceramics of Italy*. Una sorta di carotaggio in profondità, mai fatto prima dell'industria ceramica nazionale, con una chiara e definita *call to action* per il futuro prossimo: conoscere, informare e promuovere.

Un percorso di analisi a tutto tondo, sviluppata attraverso diverse fasi, che ha visto un approfondimento rispetto agli strumenti tecnici, di comunicazione e promozione al servizio della manifattura e degli uffici marketing delle aziende ceramiche, seguito dall'avvio di un percorso di ascolto e coinvolgimento dei diversi attori chiave della filiera ceramica, che spaziano dagli architetti e progettisti, ai distributori e rivenditori, per arrivare fino ai posatori ed al settore HO.RE.CA. – in Italia e all'estero. Innovativa, per il contesto ceramico nazionale ed internazionale, anche la metodologia utilizzata, che si è basata su un percorso di *Stakeholders Engagement*, articolato in focus group on line, survey, interviste mirate con architetti, rivenditori/distributori e posatori, attivi sul mercato italiano e

SINTESI PROFILO SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE - INDUSTRIA CERAMICA ITALIANA

Ciclo di vita del prodotto/processo ceramico



IL PROCESSO



IL PRODOTTO

IGIENICITÀ E
PULIZIA

SALUBRITÀ DEGLI
AMBIENTI INTERNI

DURABILITÀ

FUNZIONALITÀ
INNOVATIVA

RESISTENZA
E SICUREZZA

EFFICIENZA
ENERGETICA E
RIQUALIFICAZIONE
DELL'AMBIENTE
URBANO



LE CERTIFICAZIONI



su quelli di lingua francese, tedesca e inglese, con il dichiarato obiettivo di cogliere, dalla viva voce di questi qualificati professionisti, la loro conoscenza e percezione della sostenibilità della ceramica italiana, i suoi esclusivi punti di forza rispetto ad operatori e materiali concorrenti, nonché le aree tematiche di sostenibilità da implementare in un prossimo futuro. La sintesi del posizionamento del settore con diversi ipotesi di intervento consentirà di mettere a punto una strategia di comunicazione e promozione con appositi contenuti e strumenti, sia istituzionali che destinati alle aziende ceramiche italiane ed ai loro clienti ed interlocutori sui diversi mercati. Il tutto per valorizzare al massimo la sostenibilità sociale ed ambientale dell'industria e dei prodotti ceramici italiani, per mostrarla a Cersaie e sui diversi mercati. Un elemento di eccellenza che si connoterà come un tratto distintivo della ceramica *made in Italy* a cui il mondo, con ancora maggiore intenzione di oggi, guarderà nei mesi a venire.



 Leggi gli altri fattori di sostenibilità dell'industria ceramica italiana

ARTICOLI CORRELATI:

Performance ambientali delle piastrelle di ceramica a confronto

 www.ceramica.info/performance-ambientali-piastrelle-ceramica-confronto-italia-germania-spagna/



**Contract
Hall**

45gradi.com



Più spazio al progetto.

Hall 18

Un intero padiglione per nuove
merceologie, nuovi prodotti e nuove
idee per lo spazio architettonico.

27 settembre - 1 ottobre 2021

Seguici su:



www.cersaie.it



CERSAIE

Bologna - Italy

Promosso da



CONFINDUSTRIA CERAMICA

In collaborazione con



Organizzato da

EdiGer SpA

Con il supporto di



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



nell'ambito del progetto Fiera Smart 365

BIM, a cosa serve e come si fa

CONFINDUSTRIA CERAMICA HA PRESENTATO IL DISCIPLINARE PER LE PIASTRELLE DI CERAMICA, FRUTTO DI 18 MESI DI LAVORO CON AZIENDE, PROGETTISTI ED ESPERTI

di Thomas Foschini

Un oggetto BIM (*Building Information Modelling*) è un gemello virtuale dell'oggetto fisico. Come quest'ultimo, anche il BIM ha una forma, una dimensione, una funzione ed esprime un comportamento nel tempo, un'interazione con eventuali altri oggetti parte, a loro volta, della medesima architettura digitale. Con l'obiettivo di applicarlo in Italia al mondo delle piastrelle ceramiche, un gruppo di lavoro costituito da Confindustria Ceramica, cui hanno partecipato aziende associate, istituzioni scientifiche e di ricerca, progettisti ed esperti, ha messo a punto la soluzione per il settore.

Gli oggetti BIM della ceramica

Apparentemente, il BIM è un modello grafico che può venire costruito in due distinti modi. Confindustria Ceramica ha scelto di avvalersi di formati "aperti" (open) non proprietari del formato IFC (Industry Foundation Classes) di buildingSMART, la community internazionale che promuove la creazione e lo sviluppo di metodi di lavoro digitali e aperti per lo sviluppo dell'ambiente costruito, nell'ottica di garantire ai sistemi adeguata interoperabilità e durabilità nel tempo ed in coerenza con le previsioni del DM 560, 1° dicembre 2017, che impone l'obbligo di rendere disponibile il modello digitale in formato aperto.

Gli oggetti BIM rappresentano, da un lato, un obbligo di legge nella realizzazione di progetti di architettura di un certo valore e complessità. Dall'altra parte, tali oggetti digitali possono rappresentare un valore aggiunto decisivo nella produzione, promozione

e commercializzazione di prodotti di qualità, a condizione che ogni categoria produttiva si doti di regole e disciplinari specifici che possano valorizzare le caratteristiche ed eccellenze dei prodotti.

Un oggetto BIM deve presentare una struttura condivisa, accessibile. Chi cerca l'informazione (lo studio di architettura, il tecnico progettista, ma anche il designer di interni, il manutentore, il cliente finale) deve sapere cosa cercare e dove trovarlo. In secondo luogo, è importante che contenga i "property set", tra cui il nome del prodotto, la sua funzione, dimensione. Ma anche le



AGRILEVANTE ASPHALTICA AUTOPROMOTEC B.I.E. BI-MU BIOENERGY ITALY BIT BONTÀ BIOPEN
 CERSAIE CHIBIMART CIBUS CIBUS CONNECT CIBUS TEC COSMOFARMA COSMOPACK COSMOPROF
 CREMONA MONDOMUSICA DATE EICMA MOTOCICLO EIMA INTERNATIONAL ELETTROEXPO EMO MILANO
 ENOLITECH EUROKUCINA EUROLUCE EXPONENTIAL MEETING EXPOSANITÀ FIERACAVALLI FIERAGRICOLA
 FIERE ZOOTECHNICHE DI CREMONA FILO FLAVOR FRAGRANZE HOMI F&J HOMI Stili di vita HOST
 INNOVA FOOD TECH IPACK-IMA LAMIERA LETEXPO LINEAPELLE MADE EXPO MADE IN STEEL MARMOMAC
 MEAT-TECH MECFOR MECSPE MECSPE BARI METEF MICAM MIDO MILANOUNICA
 MIPEL MODEL EXPO ITALY MOSTRA CONVEGNO EXPOCOMFORT MOTOR BIKE EXPO OIL&NONOIL
 PHARMINTECH PITTI IMMAGINE BIMBO PITTI IMMAGINE FILATI PITTI IMMAGINE UOMO PLAST
 PRINT4ALL PROGETTO FUOCO PROMOTION TRADE EXHIBITION PROPOSTE REFRIGERA S.PROJECT
 SAIE SAIE BARI SALONE DEL BAGNO SALONE DEL CAMPER SALONE DEL COMPLEMENTO D'ARREDO
 SALONE DEL MOBILE SALONE NAUTICO INTERNAZIONALE SAMOTER SANA SICUREZZA
 SIMACTANNING TECH SISPOSITALIA SMARTBUILDINGEXPO SOLBAGRIFOOD SUPER TASTE TECNARGILLA
 THEONEMILANO TRANSPOTEC LOGITEC TUTTOFOOD VENDITALIA VERSILIA YACHTING
 VINITALY VISCOM ITALIA VITRUM WINE2WINE WOOD EXPERIENCE WORKPLACE 3.0 XYLEXPO

FIERI DI ESSERE FIERE

CFI - COMITATO FIERE INDUSTRIA

Associato a Confindustria

- 34 Organizzatori di fiere B2B e B2C dedicate ai settori industriali
- 32 Associazioni Industriali di riferimento
- 86 Fiere Internazionali e 12 Fiere Nazionali associate
- 6 Aree: Agrialimentare, Automotive Tempo libero, Beni Strumentali e di Processo, Edilizia Casa Arredo, Medical Farma, Moda Persona
- 65.000 espositori e 4,7 milioni di visitatori con elevato tasso di internazionalità
- 3 milioni di mq espositivi netti / 800 milioni di fatturato diretto / 9 miliardi di ricaduta sui territori

DA QUI SI RIPARTE

Gli Organizzatori delle fiere dedicate ai settori industriali, associati CFI

- contribuiscono da sempre allo sviluppo del sistema Paese e alla promozione del Made in Italy,
- sono impegnati al superamento della crisi garantendo la ripartenza delle attività fieristiche,
- hanno programmato, per l'anno 2021, 82 fiere B2B e B2C di forte livello internazionale,
- garantiscono il pieno rispetto delle normative sulla prevenzione sanitaria.

IL COMITATO FIERE INDUSTRIA

- intende cooperare alla elaborazione di una politica fieristica nazionale, nell'ampio contesto della politica industriale, a sostegno delle imprese e in particolare delle PMI,
- chiede al Governo un adeguato sostegno economico per assicurare continuità a un vitale e insostituibile strumento al servizio delle imprese.



CFI

Comitato Fiere Industria



cfionline.net

proprietà dell'oggetto – estremamente “valorizzate”, in questa fase, sia dalle norme sia dal mercato – dal punto di vista tecnico e di altri aspetti fondamentali come la sostenibilità ambientale. Quindi il manuale d'installazione in cantiere, le modalità di manutenzione durante l'intero ciclo di vita, e così via.

L'idea del gruppo di lavoro di Confindustria Ceramica – superata la principale criticità data dall'assenza di un preciso standard internazionale per le piastrelle di ceramica su come tali oggetti debbano essere costruiti e classificati in ambiente BIM – è stata quella di realizzare il disciplinare a partire, da un lato, dal linguaggio IFC (versione 4.0 add. 2). Dall'altro, sfruttando l'esperienza inglese di NBS, realizzando una corrispondenza il più fedele possibile tra i property set individuati, le specificità reali dell'oggetto piastrella, le normative in vigore, nazionali ed internazionali.

Con un'ambizione in più, rendere tale modello dinamico e fruibile nel tempo, sulla base delle mutevoli esigenze degli utenti e, soprattutto, delle sempre nuove “qualità-prodotto” che possono distinguere la piastrella italiana nel mondo.

Il disciplinare

Quattro le caratteristiche del modello proposto: lo scrupoloso rispetto degli standard normativi nazionali e internazionali (con la possibilità di integrare nuove norme nel tempo); flessibilità e adattività alle esigenze della singola azienda e/o dell'utente; interoperabilità e facilità applicativa (standard IFC); ultimo, non per importanza, un modello che si vuole “identificativo” e non “omologante” rispetto al settore.

Nella pratica, i livelli di sviluppo definiti dal gruppo di lavoro dell'Associazione si sono tradotti nella pubblicazione di un template specifico che, oltre alle schede (property set) richieste dall'impostazione IFC, contiene tre ulteriori fogli di lavoro, *DoP* *And* *Product Certification*, *Environmental Sustainability*, *Other Technical Features*.

In questo modo il produttore ha la possibilità di valorizzare proprietà specifiche del prodotto, non riassumibili da altre categorie. Del modello proposto una menzione particolare merita il COBIE, in pratica un subset di informazioni utili per il “facility management” (l'uso e manutenzione nel tempo), un campo opzionale ma obbligatorio nel Regno Unito ed in tutti i Paesi del Commonwealth (più gli Stati Uniti), quindi da considerare in ottica export verso questi Paesi. Una parte non secondaria degli sforzi del gruppo di lavoro è stata indirizzata a una definizione puntuale dei

diversi “livelli di obbligatorietà”. Solo alcuni property set IFC devono essere giocoforza compilati, se si vuole proporre l'immagine digitale di prodotto in chiave BIM. Il resto – tutto il resto – rappresenta un'opportunità che è l'azienda stessa a scegliere se, come ed a quale livello di dettaglio valorizzare, sulla base di un approccio modulare, scalabile e adattabile nel tempo.

Il futuro

Presentato alla sottocommissione UNI che sta lavorando sulla materia, il modello sarà evoluto nel tempo anche sulla base dei riscontri delle aziende ceramiche italiane e del mercato, mentre è in corso la definizione di un analogo disciplinare per il settore dei laterizi.

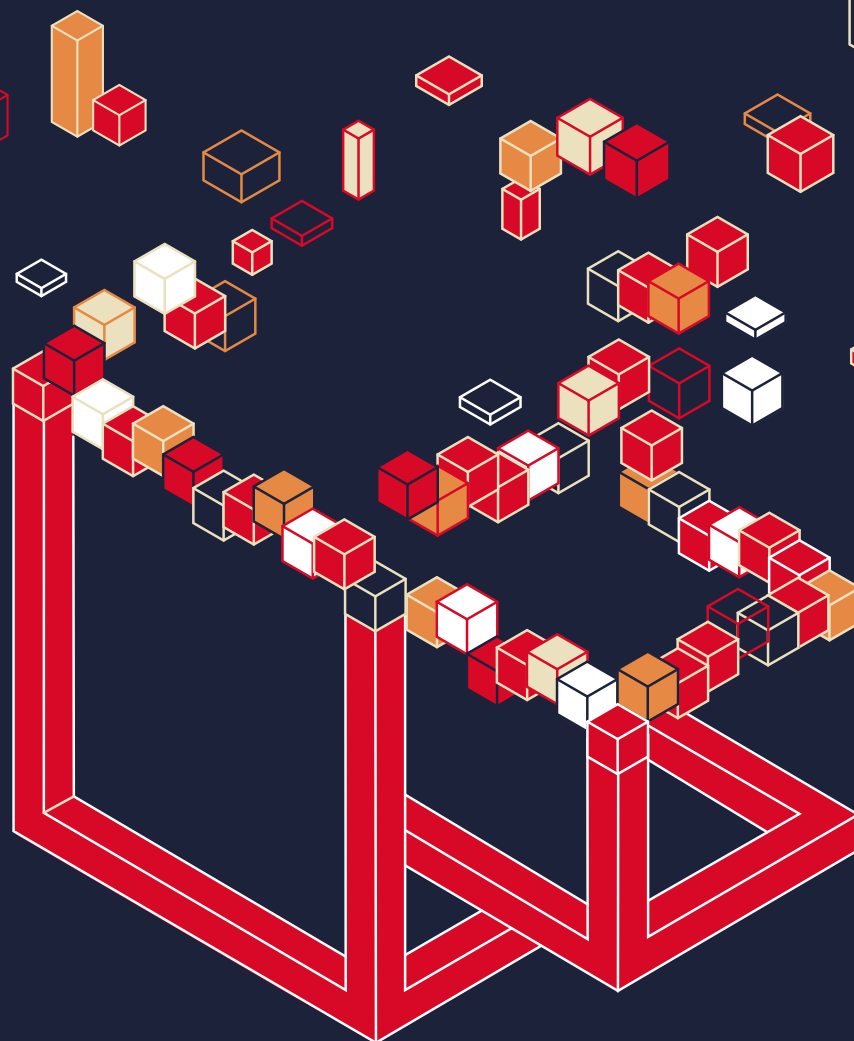
Tra le particolari sfide per il mercato Italia, poi, vi è la riqualificazione dell'esistente. Un tema già al centro del progetto e-BIM, cofinanziato dal Programma operativo regionale FESR, che vede tra i partner il Centro Ceramico di Bologna. Un tema enorme – il restauro, l'efficientamento energetico e antisismico del costruito e in particolare degli edifici storici – che si potrebbe tradurre, calato in ambiente BIM, in una ulteriore opportunità di sviluppo per la ceramica italiana di qualità.



Leggi gli altri articoli tecnici

OPEN TO EVOLUTION

Bologna, 27 settembre - 1 ottobre 2021



Seguici anche su



CERSAIE
digital

dal 20 sett. all'8 ott. 2021

**Salone Internazionale della Ceramica
per l'Architettura e dell'Arredobagno**

*Nuove proposte e nuove merceologie
per la progettazione sempre più
evoluta degli spazi architettonici.*

www.cersaie.it



CERSAIE
Bologna - Italy

Promosso da



CONFINDUSTRIA CERAMICA

In collaborazione con



Organizzato da

EdiGer SpA

Con il supporto di



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



nell'ambito del progetto Fiera Smart 365

Quando la “cellula” incontra il grès

DESIGN2CURTAIN È LA NUOVA SOLUZIONE DI FLORIM E SCHÜCO ITALIA CHE PROIETTA LA CERAMICA OLTRE LA CLASSICA PARETE VENTILATA

di Thomas Foschini

Alla base dell'architettura moderna, specialmente quella urbana – costretta fra grandi altezze, spazi ridotti, razionalizzazione dell'abitare e del costruire – il concetto di “cellula”, o modulo elementare, trova un nuovo alleato nelle lastre ceramiche. È la scommessa di **Design2Curtain**, progetto comune di **Florim** e **Schüco Italia**, consociata italiana della nota multinazionale dei serramenti.

“Già da diversi anni – spiega l'ing. **Adriano Obino**, responsabile Divisione Progetti di Florim – abbiamo avviato un'interlocuzione con il mondo della progettazione architettonica e delle tecniche di posa in opera”. Il risultato è un sistema brevettato Florim che riunisce un fissaggio chimico e ancoraggio meccanico su profili in alluminio, “l'unico sul mercato a disporre della certificazione europea ETA per le lastre di 6 mm con fissaggio meccanico”.

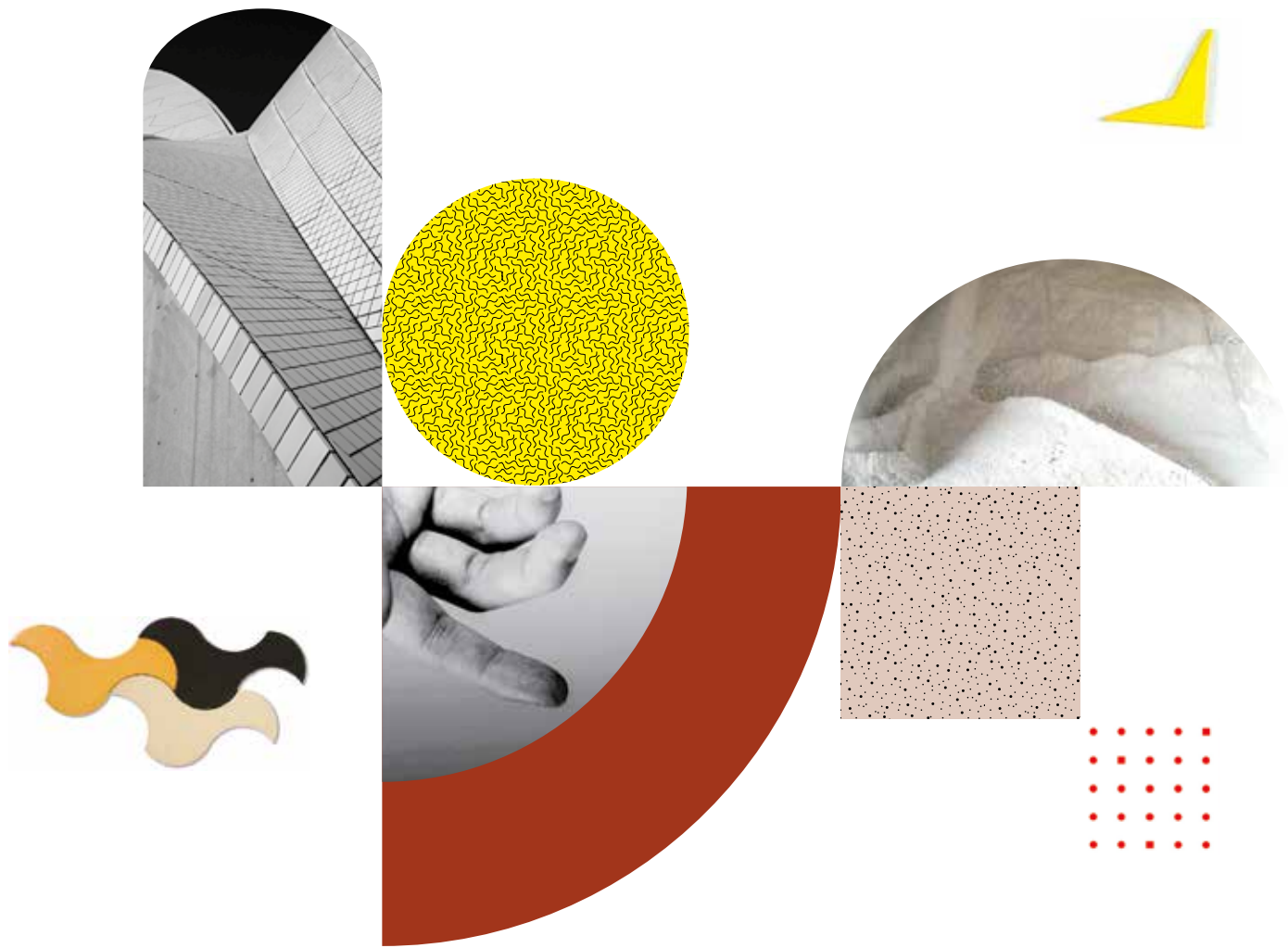
Con quali vantaggi? **Durabilità e sicurezza**, su tutti, grazie all'ancoraggio meccanico e alla maggiore duttilità della lastra da 6 mm, “prodotta con pressatura in continuo e dotata di un inaspettato campo elastico decisamente più ampio rispetto ad una lastra tradizionale di 10 mm” (tra i test più recenti Florim ha condotto quello dell'azione sismica per sistema di facciata ventilata S1 Magnum su “tavola vibrante” all'Enea di Roma. Il sistema S1 con Magnum 6 mm ha resistito senza nessun danno a struttura e lastra fino a valori massimi consentiti di accelerazione al suolo di 2,5 g).

Proprio questa esperienza di fornitura e installazione di rivestimenti con lastre di **grandissimo formato** – si parla oggi di **160x320 cm**, che Florim garantisce integralmente avvalendosi di installatori qualificati e selezionati – è alla base della proposta Design2Curtain. Obiettivo, affiancare alla proposta

commerciale della tradizionale parete ventilata, un nuovo concetto di utilizzo della lastra quale elemento “organico” all'interno di una struttura modulare che, nei grandi progetti di architettura moderna, costituisce l'involucro di un edificio.

“L'idea sviluppata con Schüco Italia parte dal presupposto che sempre più spesso, in ragione delle sempre più restrittive normative sui consumi energetici degli edifici, si rende necessario incrementare la parte opaca dell'involucro a discapito del vetro. Per rispettare determinati parametri ambientali, costruttivi, energetici arrivano ad essere necessario l'impiego di più strati di vetro ad alte performance, con ovvie ricadute sui costi e sulla sostenibilità degli interventi”.





Ceramica italiana. Tutte le forme dell'avanguardia*.

* *essere all'avanguardia*: anticipare (o precedere) i tempi.

TRECCANI

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, 27 settembre - 1 ottobre 2021 — www.cersaie.it)

www.ceramica.info

“  ” **Ceramics of Italy**

L'alternativa sin qui? Per le parti "opache" dell'involucro, per lo più l'uso di pannelli di alluminio, che limitano, grazie alla loro omogeneità, la capacità e la volontà del progettista.

In pratica, con Design2Curtain la **cellula architettonica** si compone di tre elementi: un **sistema a telai in alluminio** che viene assemblato sui 4 lati, il **montaggio dei diversi strati** di vetro o, in alternativa, del **"pacchetto lastra"**, una per il rivestimento esterno e una per il rivestimento interno. Nel caso della lastra di gres, una volta fissata ed agganciata industrialmente sul telaio in alluminio, **l'intercapedine è riempita con opportuni isolanti**, per aumentare la resa energetica del sistema stesso. "In questa chiave – spiega il responsabile Progetti di Florim – i due materiali, vetro e grès, arrivano ad essere totalmente intercambiabili. Si moltiplicano inoltre le opportunità a disposizione del progettista: le lastre interna ed esterna possono essere coordinate dal punto di vista estetico, ma anche totalmente differenti". Ancora, per la parte rivestimento lato interno "è possibile prevedere un fissaggio meccanico con la possibilità di sostituire la lastra nel tempo; infine, possiamo lasciare 'libero' l'interno della cellula, per andare incontro a scelte successive da parte dell'architetto o del designer di interni".

Semplice ed elegante, dal punto di vista degli interni Design2Curtain si può definire una soluzione "a scomparsa". A restare visibile è esclusivamente il profilo del telaio o, nel caso delle cellule vetrate, la vetrata montata a filo.

Quale, in ottica progettazione, la competitività di una soluzione di questo tipo, ragionevolmente più costosa di una facciata tradizionale? Banalmente, **l'eliminazione delle tradizionali tamponature** e la sostituzione con la cellula Design2Curtain dell'intero pacchetto dell'involucro (zero intonaci, ecc). Secondo, i **rendimenti**: "Le superfici opache offrono enormi vantaggi in termini di efficientamento termico, riducendo i consumi energetici". Terzo ma non ultimo, la **linearità del processo di produzione, logistica e installazione in cantiere**, specialmente nei contesti urbani con spazi limitati e altezze importanti, dove il costo del tempo e dello spazio necessario influiscono pesantemente nel budget della costruzione stessa. Infine la sicurezza, che si avvale della comune esperienza delle due aziende nella gestione dei sistemi di ancoraggio e fissaggio.

"Per noi si tratta del punto d'arrivo di un percorso che consente di proiettare la ceramica in un mercato culturalmente superiore ed evoluto", quello dell'architettura d'avanguardia, "dove la serialità diventa un fattore positivo di risparmio e qualità, gli spazi e i tempi sono limitati, l'industrializzazione del costruire è spinta ai massimi livelli consentiti dalla tecnica moderna".



Insomma, da oggi il grès diventa un **elemento costitutivo, e non solo accessorio, della cellula architettonica** come 'matrice originaria elementare', cui seguono infinite possibilità di aggregazione e modularità. "Ci sembra naturale e inevitabile che un'idea di questo tipo prenda forma in Italia, dal nostro distretto ceramico ed insieme alla filiale italiana della multinazionale Schüco".

Ovviamente, rileva il direttore Progetti di Florim, nonostante la sua serialità si tratta di una proposta ampiamente *tailor-made*. Per due ragioni, una strutturale e l'altra di mercato. La prima ha a che fare con la stessa matrice a telai in alluminio, che viene realizzata su commessa da Schüco in modo personalizzato per singolo progetto in base alle varie esigenze strutturali, energetiche, estetiche. Riguardo alla lastra, accanto alle numerose possibilità di personalizzazione "a catalogo", c'è una ragione stretta mente commerciale: "Di solito questo tipo di progetti valgono 5, 10, anche 20 mila mq". Dimensioni di scala che, come è facile immaginare, consentono e giustificano eventuali richieste di customizzazione della superficie ceramica.

Appena lanciata sul mercato, la soluzione vedrebbe già manifestazioni avanzate di interesse da parte dei progettisti internazionali. Lo spessore "consigliato", anche per questo tipo di soluzione, resta il 6 mm, con la possibilità di variare il formato, fino al più grande 160x320 cm.

L'estetica? Assolutamente versatile e "tailor-made", grazie a un'ampissima gamma capace di richiamare le più varie espressioni grafiche, dal marmo alla pietra, dalla tinta unita al legno o al cemento.



 **Leggi gli altri articoli tecnici**

ARTICOLI CORRELATI:

Pareti ventilate, l'evoluzione dei sistemi di ancoraggio

 www.ceramica.info/pareti-ventilate-evoluzione-sistemi-ancoraggio/

La nuova vita di un edificio industriale

A COLLEGNO (TORINO) UNA PROPRIETÀ DI FAMIGLIA CAMBIA FUNZIONE, TRASFORMANDO UN EX CAPANNONE INDUSTRIALE RISALENTE AGLI ANNI SESSANTA IN UNA BIRRERIA CON CUCINA E AREA DI PRODUZIONE DI BIRRA ARTIGIANALE

di Laura Milan





BRIX BREW PUB

PROGETTO

UNPROGETTO
UNPROGETTO.COM
STUDIO BULBUS
BULBUS.IT

BOTTEGA BOTANICA
BOTTEGABOTANICA.COM

FOTO

DAVIDE BUSCAGLIA
DAVIDEBUSCAGLIA.PH.COM

SUPERFICI CERAMICHE

ABK GROUP
ABK.IT

ANNO DI REALIZZAZIONE

2020



Guarda altri luoghi della socialità
nella Galleria Progetti

Brix Brew Pub è una birreria aperta a Collegno, centro da 50.000 abitanti alle porte di Torino, che trasforma profondamente un capannone ex industriale risalente agli anni sessanta. Il progetto viene sviluppato da Carlotta Berta e Francesca Grua (Studio unprogetto), Elisabetta Paiano (Studio Bulbus) e Valeria Icardi (Bottega Botanica). La trasformazione riflette il profondo cambiamento di questa parte di città. Collegno è un comune fortemente cresciuto nel secondo dopoguerra lungo l'asse barocco che collega Torino con Rivoli. È conosciuto per il famoso manicomio, ospitato dalla seicentesca Certosa Reale che presto accoglierà nuovi spazi per l'Università di Torino. Ha visto anche l'avanguardistica esperienza del Villaggio Leumann, l'evoluto quartiere operaio voluto alla fine dell'Ottocento dall'illuminato imprenditore elvetico Napoleone Leumann a servizio del suo cotonificio.

Il Brix Brew Pub si posiziona al centro di una consolidata area industriale in corso di trasformazione grazie al relativamente recente arrivo della metropolitana. L'infrastrutturazione ha portato nuove residenze, un centro commerciale, negozi e servizi che si sono affiancati all'originario tessuto di piccole attività

manifatturiere, riconvertendo parzialmente edifici man mano dismessi e occupando aree libere.

L'intervento dà nuova vita a un volume prefabbricato che per decenni aveva ospitato una piccola attività familiare, la cui più giovane generazione ha deciso di investire nell'apertura di un pub con cucina e produzione di birre artigianali. Ridefinisce gli spazi interni del capannone, ampi sia in superficie che in altezza, senza perdere i loro elementi caratterizzanti. Raddoppia i livelli interni aggiungendo un nuovo soppalco sorretto da una struttura metallica a vista e accessibile da una grande scala a due rampe. Al piano terra posiziona la cucina e i grandi impianti per la produzione delle birre, entrambi a vista alle spalle del lungo bancone che, diagonale rispetto alle semplici direttrici planimetriche, divide lo spazio in modo più dinamico.

Le aree per gli avventori occupano entrambi i livelli: al piano terra consentono la degustazione delle birre, arredati con differenti tipologie di comodi divani e sedute, mentre il primo è riservato al ristorante a cui si affianca un informale spazio per il relax, separato.

L'interior design è caratterizzato da arredi realizzati su disegno affiancati a mobili di recupero.



Play Labyrinth
clay



Play Labyrinth
sage



Ghost
rope

AMBIENTE
ricreatività e socialità

APPLICAZIONI
pavimenti interni

superfici ceramiche
ABK
gres porcellanato
Play Labyrinth
clay e sage 20x20 cm
Ghost rope 60x120 cm

caratteristiche tecniche
assorbimento d'acqua
(ISO 10545-3): conforme
resistenza alla flessione
(ISO 10545-4): conforme

resistenza all'abrasione
superficiale (ISO 10545-7):
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

ELEMENTI DI ARREDO
VARIEGATI E CONTEMPORANEI
CONFERMANO IL FILO
CONDUTTORE DEL PROGETTO
E L'ANIMA INDUSTRIALE
DELL'EDIFICIO



Definisce e si adatta alle funzioni dei diversi spazi, unendo il velluto a legno e metallo. I progetti del verde e dell'illuminazione sono parte integrante di una trasformazione che utilizza colori di fondo neutri e chiari, in cui il grès porcellanato italiano prodotto da ABK gioca un ruolo di primo piano, rivestendo tutte le pavimentazioni e alternando tipologie e finiture. Ghost nella versione Rope rafforza il carattere industriale del piano terra ricorrendo ai caldi toni della polvere. Play Labirinth, nelle versioni Clay e Sage, è invece posato al piano superiore facendo rivivere le vecchie cementine.

“La sfida di Brix è stata quella di voler mantenere l'anima industriale del luogo, inserendo all'interno un progetto giovane e innovativo”, commenta Carlotta Berta. “Un brew pub con cucina gestito da 3 under 30: Rachele, maestro birraio; Davide, cuoco e Alessandro, barista. Gli ampi spazi permettevano di creare tipologie di fruizione molto diverse (dal ristorante alla degustazione, passando per il pub), ma la volontà progettuale è stata quella di mantenere un filo conduttore forte. Ferro, bulbi luminosi e piante sono stati gli elementi guida di questo processo, che si sviluppa lungo i vari ambienti attraverso pannelli grigliati, pilastri in cemento armato e scale industriali”.



UNA TERRAZZA
CHIUSA E INFORMALE
OFFRE SPAZI DIVERSI
PER LA SOCIALITÀ

ARTICOLI CORRELATI

La ceramica è un materiale duraturo



WWW.CERAMICA.INFO/ARTICOLO-CAMPAGNA-19/LA-CERAMICA-DURA-A-LUNGO/



Un restyling che abbraccia l'orizzonte

Sorrento si allunga sulla penisola sorrentina che da lei prende il nome, a strapiombo sul Golfo di Napoli. Qui, sulla costiera di tufo di Sant'Agnello, l'Hotel Mediterraneo si trova in posizione privilegiata, con vista panoramica sul golfo e sulle isole, immerso nel verde e nei profumi di un tipico giardino sorrentino, di palme e agrumi. Il quattro stelle, con una tradizione di ospitalità lunga oltre un secolo, è stato oggetto di un lungo restyling ad opera di THDP, studio di architettura e progettazione d'interni specializzato in hospitality design, con sede a Londra. Il concept "muove dall'idea di rompere le regole della tradizione che connotano il look sorrentino-amalfitano, per creare un'atmosfera residenziale e rilassata negli ambienti comuni e nelle camere dell'hotel, come richiesto della committenza",

spiegano gli architetti. Oltre alla realizzazione di un nuovo ristorante, il progetto si è occupato del restyling completo delle 60 camere per gli ospiti, suddivise nelle tipologie: Family, Classic, Deluxe e "4 Junior Suite ottenute dalle 8 camere esistenti con vista ininterrotta sul mare", specifica THDP. In armonia con l'architettura Liberty dell'edificio, il progetto degli interni segue uno stile classico combinato ad arredi dal design contemporaneo oltre ad alcune proposte di artigianato locale. Riguardo alle scelte cromatiche, il blu, elogio del mare, è il colore dominante abbinato a colori chiari come nelle residenze marittime. Ogni elemento è studiato con cura, a partire dalla ricerca di soluzioni che possano offrire alla clientela scenari ed esperienze uniche e indimenticabili.





HOTEL MEDITERRANEO

PROGETTO

THDP
WWW.THDPDESIGN.COM

FOTO

VINCENZO TAMBASCO
WWW.VINCENZOTAMBASCO.COM

SUPERFICI CERAMICHE

MARCA CORONA
WWW.MARCACORONA.IT

ANNO DI REALIZZAZIONE

2020

A SORRENTO, IL PROGETTO DI UN HOTEL 4 STELLE ACCENTUA LA RELAZIONE CON IL PAESAGGIO E IL PANORAMA VISTA MARE, GRAZIE AD ATMOSFERE RICERCATE E SOLUZIONI FUNZIONALI, PENSATE PER OFFRIRE ESPERIENZE UNICHE E INDIMENTICABILI

di Silvia Airolti



 Guarda altri ambienti pubblici
dell'ospitalità nella Galleria Progetti

LA JUNIOR SUITE E
RELATIVA STANZA
DA BAGNO, DOVE IL
RIVESTIMENTO OPTICAL
È GIOCATO SUI TONI DEL
BIANCO E DEL CELESTE



AMBIENTE
spazi pubblici dell'ospitalità

APPLICAZIONI
pavimenti e rivestimenti
interni

superfici ceramiche
Marca Corona
grès porcellanato

- Type grey 60x60 cm
- Motif Extra calacatta gold herringbone 29x32 cm
- Stonecloud blu e white 60x60 cm
- Ossidi celeste, bianco, blu 18,7x32,4 - 20x20 cm
- Ossidi intarsi celeste 20x20 cm

caratteristiche tecniche
assorbimento d'acqua
(ISO 10545-3): ≤ 0,1%

resistenza alla flessione
(ISO 10545-4): ≥ 40 N/mm²
resistenza all'abrasione
profonda (ISO 10545-6):
≤ 150 mm³
resistenza all'abrasione
superficiale (ISO 10545-07):
conforme
resistenza alla dilatazione
termica lineare
(ISO 10545-8): ≤ 7 (MK)⁻¹
resistenza agli sbalzi
termici (ISO 10545-9):
conforme

resistenza al gelo (ISO
10545-12): conforme
resistenza all'attacco
chimico (ISO 10545-13):
A LA HA
resistenza alle macchie
(ISO 10545-14): conforme
resistenza alla scivolosità
(DIN 51130): R9 - R10

certificazioni
Ecolabel, LEED

È il caso dei letti delle camere Deluxe posti di fronte ai balconi per avere la prospettiva visiva sul mare. Considerata, poi, l'altezza dell'edificio per cui l'orizzonte si trova a metà strada tra il sole e il cielo, "lo abbiamo ricreato internamente con una fascia blu sulla parete inferiore e un colore più chiaro sopra. La sensazione per gli ospiti è di fluttuare sospesi", racconta THDP. L'eleganza degli interni si prolunga nei bagni, diversi per ogni tipo di camera così da creare atmosfere diverse, grazie anche alle scelte del rivestimento ceramico. Per le suite, dal design senza tempo, che giocano con le tonalità del blu, si sono scelte le collezioni di Marca Corona, Stonecloud nel colore blu per i pavimenti, "ispirata alla lava del Vesuvio e al colore scuro del suo mare, e la serie Ossidi alle pareti, nel formato romboidale e nei colori celeste matt, bianco matt e blu glossy per evocare il mosaico e le decorazioni delle domus dell'antica Pompei. Le terrazze esterne, che amplificano la relazione con il mare e il paesaggio, sono anch'esse pavimentate con le cementine rétro Ossidi. Nei bagni delle camere in stile moderno Classic e Deluxe, invece, il rivestimento è realizzato con le superfici di Marca Corona, Motif Extra e Motif nella variante Calacatta Gold, effetto marmo con accenti dorati, per rendere una sensazione più lussuosa e sofisticata come nel dna dell'Hotel Mediterraneo.



ARTICOLI CORRELATI

I requisiti che rendono duraturo il pavimento

➤ WWW.CERAMICA.INFO/REQUISITI-DELLA-PIASTRELLATURA/

Solo la ceramica fatta in Italia si chiama Ceramics of Italy

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



SOPRA: LA ROOM DELUXE, CHE AFFACCIA CON IL TERRAZZINO SUL GOLFO DI SORRENTO. A FIANCO: ANCHE LA SUPERFICIE DI APPOGGIO DEL COMODINO È REALIZZATA IN CERAMICA, COME IL BANCONE BAR NELLA GRANDE SALA DA PRANZO (PAGINA PRECEDENTE).

Turismo lento in Alsazia

UN'ANTICA DIMORA NOBILIARE RECUPERATA A BERNARDVILLÉ DIVENTA UNA STRUTTURA RICETTIVA CIRCONDATA DAL VERDE E DALLA NATURA, A DUE PASSI DAL PRIMO ITINERARIO TURISTICO TEMATICO NATO IN FRANCIA, LA ROUTE DES VINS D'ALSACE

di Laura Milan





**DOMAINE
LES JARDINS
DE MADELEINE**

FOTO
STÉPHANIE MAIER

PROGETTO
MAXIME SCHNEIDER

SUPERFICI CERAMICHE
FONDOVALLE
WWW.FONDOVALLE.IT

DISTRIBUTORE
SIEHR-AUBADE
WWW.ESPACE-AUBADE.FR

ANNO DI REALIZZAZIONE
2019

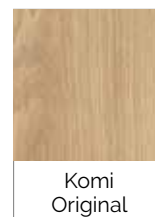
Il Domaine Les jardins de Madeleine è una struttura ricettiva posizionata ai margini del bosco che circonda il minuscolo abitato di Bernardvillé. Siamo in Alsazia, piccola regione della Francia nord-orientale al confine con la Germania, e a qualche decina di chilometri a sud di Strasburgo. Il pittoresco Bernardvillé conta qualche centinaio di abitanti, ha una natura verde e rigogliosa in un contesto disseminato di borghi e castelli che punteggiano un territorio conteso per centinaia di anni. L'Alsazia diventa territorio francese solo nel 1919, quando il Trattato di Versailles la sottrae alla Germania. È una regione multiculturale dalla grande tradizione enologica, attraversata dalla Route des Vins d'Alsace, il primo itinerario turistico tematico realizzato in Francia che dal 1953 collega 170 km di vigneti e cantine. Molte sono quindi le attrazioni di un territorio che ben si adatta a strutture ricettive ridotte nelle dimensioni, accoglienti e particolarmente vicine a una forma di turismo "lento" e poco chiassoso, in

cui trascorrere giornate di relax a pieno contatto con la natura.

Les jardins de Madeleine nasce nel 2019 dall'impegno della coppia di proprietari, che hanno dato vita a questo *domaine* recuperando un'antica proprietà nobiliare risalente alla metà del XVIII secolo, circondata da un rigoglioso bosco di 4 ettari. Il progetto viene seguito personalmente dalla proprietaria Vanessa Timmers, che interviene su una tipica costruzione alsaziana di campagna con i volumi raggruppati attorno a una corte aperta. Caratterizzata da tetti spioventi ricoperti di tegole, abbaini e fronti punteggiati da regolari finestre dai telai e persiane in legno, la struttura viene rifunzionalizzata da un intervento che ha ridisegnato gli spazi muovendosi delicatamente all'interno dei paletti posti dalla rigida struttura di un complesso storico. Recupera camere e appartamenti dalle dimensioni comprese tra i 30 e i 130 mq, dotandoli di spazi comuni e aree per l'accoglienza e di servizio.



 Guarda altri ambienti pubblici dell'ospitalità nella Galleria Progetti



Komi
Original



GLI SPAZI PER IL
RELAX, PRIVATI E
COMUNI, RIMANDANO
AD ATMOSFERE
ANTICHE SENZA
DIMENTICARE LA
CONTEMPORANEITÀ.



La ricerca della massima autenticità possibile ha portato all'esaltazione del legno, il materiale principe dell'architettura tradizionale locale che diventa il principale leitmotiv progettuale del Domaine Les jardins de Madeleine. I rivestimenti di Ceramica Fondovalle confermano la grande adattabilità del grès porcellanato italiano, le cui varietà e tecnologie forniscono soluzioni in ogni tipologia di contesto. Nella piccola Bernardvillé hanno offerto le scelte giuste per il restyling contemporaneo di una maison storica dai caratteri ben radicati. I caldi elementi della serie Komi, posati sotto forma di grandi listelli dalle dimensioni 24x240 cm, hanno perfettamente ricreato le vecchie pavimentazioni in legno, dando loro contemporaneità e durezza e offrendo agli ospiti ambienti accoglienti e moderni. "Il complesso risale al 1750 e utilizza il legno dappertutto", racconta Vanessa Timmers. "La maggiore difficoltà del progetto è stata l'adattamento delle richieste contemporanee ai vincoli di un edificio antico: abbiamo dovuto ridistribuire gli spazi, adeguandoli a murature e pavimentazioni irregolari. È stata una sfida dall'inizio fino alla fine. Gli elementi ceramici prodotti da Fondovalle sono stati il perfetto connubio tra l'antico domaine e le odierne aspettative di una struttura ricettiva d'eccezione".



L'INTERNO DEL DOMAINE
OFFRE SISTEMAZIONI
VARIEGATE, ACCOGLIENTI
E CALDE NEI TONI E NELLE
SCELTE PER GLI ARREDI.

ARTICOLI CORRELATI

La ceramica realizza prodotti per il design d'interni

> WWW.CERAMICA.INFO/CERAMICA-DESIGN-INTERNI/

La ceramica è la soluzione ideale per il riscaldamento a pavimento

> WWW.CERAMICA.INFO/ARTICOLO-DEST-USO/RISCALDAMENTO-A-PAVIMENTO/

Il modo italiano di essere “belle per sempre”

IL RAPPORTO FRA DESIGN E IDENTITÀ ITALIANA ANALIZZATO IN OCCASIONE
DELLA PRESENTAZIONE UFFICIALE ON LINE DELL'ATLANTE DELLA CERAMICA

di Maria Teresa Rubbiani



Noi italiani conviviamo da tempo con una duplice narrazione di noi stessi e della nostra cultura. Da un lato la consapevolezza di una radicata cultura ultrasecolare che ha prodotto bellezze uniche al mondo, dall'altro un'idea negativa di noi stessi e dei nostri sistemi culturali, organizzativi e sociali. Appena usciamo dall'Italia ci rendiamo però conto di come invece siamo visti dagli altri paesi. Ammirati, desiderati, ricercati, i prodotti del made in Italy cosa rappresentano nel mondo contemporaneo? Il cosiddetto made in Italy è un vuoto slogan, un usurato stereotipo o rappresenta qualcosa di più? Questo argomento è stato oggetto di una conversazione on line che si è svolta appena prima della scorso Natale dal titolo “*Modo Italiano. Storie di heritage, brand e marketing*”.

Partendo dalla presentazione della recente pubblicazione *Atlante della Ceramica. Superfici per l'architettura e lo spazio urbano dal 1945 al 2018*, **Fulvio Irace**, curatore del libro, ha preso le mosse da un altro libro, pubblicato nel 2012 con grande successo, «un romanzo reportage di una giornalista americana, Katherine Boo, che mi aveva molto incuriosito e attratto per il titolo: “Belle per sempre”. Una storia drammatica e anche surreale ambientata in uno slum indiano, con il consueto scenario che si accompagna sempre alle visioni di quel tipo di habitat in cui riecheggia come una specie di elemento distintivo di questo paesaggio: un grande cartellone pubblicitario dove in italiano c'era scritto *Belle per sempre*. Slogan di una pubblicità di piastrelle italiane, in quella sottile area di confine tra l'inizio dello slum e la fine dell'aeroporto di Mumbai, quasi una promessa di un possibile mondo felice a disposizione di chiunque», sono le parole di Irace.

Da questa riflessione ha preso il via un'interessante conversazione dalla quale emerge come il made in Italy sia un vero e proprio Modo Italiano di intendere la modernità, anche in opposizione e distinguendosi dal modello di modernità di stile anglo-sassone, che si caratterizza per la serialità della produzione. Un Modo Italiano che è alternativo, che viene riconosciuto e apprezzato e che in definitiva è l'espressione contemporanea della cultura e identità italiana.

Di seguito riportiamo alcuni stralci della conversazione fra **Fulvio Irace**, **Andrea Cancellato**, ex Direttore della Triennale di Milano e oggi direttore del Museo del Compasso d'Oro e **Daniele Balicco**, ricercatore all'Università di Roma Tre.

Fulvio Irace: esiste un modo italiano la cui influenza si può leggere nel design?

Andrea Cancellato: «Io credo che sia molto appropriato parlare di modo italiano oltre che di made in Italy, proprio perché il design non è solamente made in Italy ma è il frutto di una serie di competenze relative al progetto, relative alla costruzione, alla comunicazione, al marketing, a un sistema complesso di attività, compreso appunto quello dei materiali, che ci consegna, alla fine, dei prodotti che possono rispondere ad esigenze molto importanti per la vita quotidiana delle persone».

Daniele Balicco: «Ragionare sul rapporto fra design e identità italiana diventa molto facile se uno supera i confini nazionali. Io per un periodo del mio lavoro di ricerca sono stato a New York, stavo lavorando su tutt'altro, però vivendo a New York mi colpiva moltissimo la presenza fisica dell'Italia. Mi



Guarda la registrazione della conferenza “**Modo Italiano. Storie di heritage, di brand, di marketing**”





colpiva moltissimo il fatto che l'Italia, a differenza delle altre culture europee tra l'altro, era molto più presente. Più presente negli oggetti, più presente nelle parole, addirittura. La questione di fondo secondo me è che il sistema degli oggetti, il design italiano ha costruito in questi ultimi decenni una identità molto forte, soprattutto all'estero. Nel senso che in Italia noi naturalmente coabitiamo con tutto questo e abitiamo però anche con una sorta di permanente contro narrazione di quello che siamo, quindi di un paese in grande difficoltà, in crisi. In realtà però le due narrazioni per chi vive in Italia coabitano, ma la contro narrazione negativa prevale mentre appena usciamo dall'Italia rimaniamo quasi stupefatti dalla forza e dall'impatto di un certo modo di essere italiani, che oggi è condensato in un sistema di oggetti, in un sistema di consumi. Tale modo ha una connotazione molto precisa che si oppone, non in modo radicale, ad una idea invece di standardizzazione e di consumo di massa a livello uniforme, che è tipico della cultura precedente, delle forme precedenti di modernizzazione: americana e anglo-francese. Il nostro modo invece ha un impatto come di una specie di modernità antimoderna, che recupera ancora l'aspetto artigianale, che lavora molto sui sensi, che lavora molto su una serie di elementi che guardano proprio alla vita quotidiana, ai gusti, i sapori, i sensi, i colori. Tutto questo crea una immagine dell'Italia moderna, che è una immagine ideale, idealizzata, che è anche piena di stereotipi spesso, ma che, tuttavia, secondo me riesce a definire una ipotesi di modernità altra, di modernità italiana. Il modo italiano di abitare la modernità potremmo dire, che sicuramente non è minoritario fuori dall'Italia».

Un modo Italiano le cui caratteristiche si trovano nella produzione contemporanea del made in Italy e il cui radicamento ed evoluzione nel tempo è rilevabile e dunque dimostrabile anche per il settore ceramico grazie a lavori di ricerca storica che danno poi luogo a pubblicazioni come l'"Atlante della Ceramica" o a musei aziendali del settore ceramico.

Così la conversazione on line è proseguita con **Maria Canella**, autrice di un Focus dedicato alla collaborazione degli stilisti di moda con il settore ceramico.

Fulvio Irace: quando e perché la moda interviene all'interno del mondo del rivestimento?

Maria Canella: «È proprio la rivoluzione dei designers e la nascita del made in Italy, legata alla valorizzazione del disegno industriale che comporta un ripensamento di tutta la produzione industriale e non è un caso che anche il mondo della ceramica e della piastrella venga coinvolto. La cosa molto interessante è che, secondo me, l'ingresso degli stilisti porta una rivoluzione anche interna al mondo della produzione poiché in quel momento vengono create delle linee più costose. L'ingresso di questa figuratività comporta un rinnovamento nei colori e un rinnovamento nelle tecniche di produzione. Nascono piastrelle più complesse nel tipo di lavorazione e addirittura nei formati».

Vedi anche:

Nasce il primo Centro per la Cultura Ceramica italiana



WWW.CERAMICA.INFO/PRIMO-CENTRO-CERAMICA/

"Mater Ceramica", materia antica e così moderna



WWW.CERAMICA.INFO/MATER-CERAMICA/



Guarda il video
'Atlante della Ceramica Italiana, Superfici per l'architettura e lo spazio urbano dal 1945 al 2018', curato dalla regista Francesca Molteni.



SUPERBONUS 110%

LATERIZIO
110%
Italiano

SCOPRI I VANTAGGI
DEL **LATERIZIO**
PER L'EFFICIENTAMENTO
ENERGETICO.

esprimo®



LATERIZIO.IT

**PROGETTA LA TUA CASA
CONFORTEVOLE CON IL LATERIZIO.**



● — **Wallbrick** Collection

● — **Shellstone** Collection

NUOVE COLLEZIONI IN GRES PORCELLANATO



● — **Origin** Collection

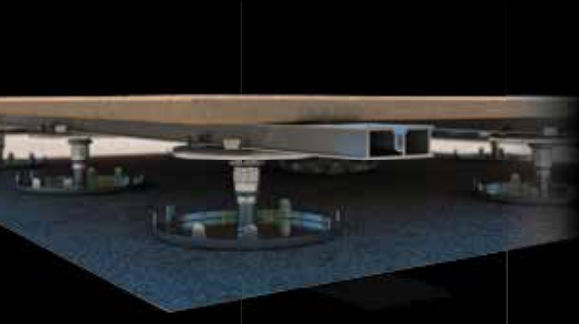
● — **Tongass** Collection



steelMart

00321 Visual Comunicazione - VE

CONTEMPORARY MASTERPIECE



IL PRIMO SUPPORTO AL MONDO

**INTERAMENTE
IN CLASSE A1FL**

UN PIEDINO CHE ANTICIPA LE
NORMATIVE DI SICUREZZA
SULLA RESISTENZA AL FUOCO

STEELMART È AUTOLIVELLANTE FINO AL 5% DI
INCLINAZIONE, CON UN RANGE DI ALTEZZE DA
25 A 300 MM ED È ADATTO PER LA POSA MISTA.



SCAN O VAI SU
STEELMART.IMPERTEK.COM

MEET US AT CERSAIE (27/09 – 01/10) BOLOGNA ITALY