

CÉRAMIQUE UNIQUE

ceramique-unique.ch

UNE CAMPAGNE DE L'ASSOCIATION SUISSE DU CARRELAGE

FLORIM -
INSPIRATION
ET AMITIÉ

AGROB BUCHTAL -
LE DIALOGUE MÈNE
AU RÉSULTAT

DES CÉRAMIQUES
CHATOYANTES
AU THÉÂTRE DE BÂLE

LE NOUVEAU CONCEPT VISUEL -
L'AMBASSEUR VISUEL
DE LA CÉRAMIQUE



Chère lectrice, cher lecteur,

«Terre, feu et haute technologie, tels sont les ingrédients de la production de la céramique, mais ils ne sont pas les seuls, car il faut encore ajouter la créativité des concepteurs. Comment une idée devient-elle une plaque de céramique qui répond aux exigences techniques et esthétiques ? Comment la conception et la production se complètent-elles ? Les collections des fabricants fournissent sans cesse des exemples impressionnants en montrant comment ce processus aboutit à des produits qui procurent aux utilisateurs des avantages à long terme et beaucoup de plaisir. En tant que commerçants, nous assumons le rôle de médiateur entre les fabricants et les utilisateurs et en tant que carrelers, nous sommes pour ainsi dire au bout de la chaîne de valeur ajoutée. L'un et l'autre sont non seulement une source de satisfaction particulière, mais aussi une responsabilité que nous assumons volontiers avec passion et savoir-faire.

Laissez-vous sans cesse surprendre par la diversité et le caractère unique de la céramique.



Impressum

Editeur
ASC Association Suisse du Carrelage
Keramikweg 3
6252 Dagmersellen
Téléphone : +41 62 748 42 80
E-mail : info@ceramique-unique.ch
www.ceramique-unique.ch

Concept/Rédaction :

Auteur : Rob Neuhaus, Eglisau,
Graphisme : Logo 108 GmbH, Cham
Photos : Florim, (pages 1 – 5),
Agrob Buchtal, (pages 6 – 7)
Theater Basel / Cornelia Gassler, (page 8)

Édition 10/2021, Tirage : 3'200 Ex.

INSPIRATION ET AMITIÉ

ceramique-
unique.ch

UNE CAMPAGNE DE
L'ASSOCIATION SUISSE DU CARRELAGE



La nouvelle collection Sensi de Casa dolce casa est le fruit d'une collaboration entre Florim et le bureau d'architecture et de design Matteo Thun & Partners. Elle associe les dernières technologies de fabrication à un style de conception interdisciplinaire.

Tout a commencé avec l'histoire de terre et de minéraux légers que l'innovation a permis de transformer en plaques en grès cérame riches en inspiration, afin de donner aux espaces de vie une sensation de confort et d'équilibre. Matteo Thun, fondateur de Matteo Thun & Partners, l'explique ainsi :

« Sensi est le résultat du dialogue, de l'inspiration et de l'amitié entre l'équipe Florim et nos équipes de design. La collection jaillit de différentes perspectives et enrichit le vocabulaire architectural. »

Des couleurs neutres et douces ainsi qu'une finition fine et sensible donnent à la collection une surface naturelle avec d'agréables effets de lumière. „Près de soixante années d'expertise en matière de céramique et les dernières technologies de fabrication sont associées à une vision concrète du design pour aboutir à un produit céramique de la plus haute valeur esthétique“, note Claudio Lucchese, président de Florim.

Sensi est également une synthèse de l'innovation et de la durabilité. L'impact environnemental, la gestion du cycle de vie et l'énergie ont joué un rôle important dans le développement. La collection est fabriquée à partir de matières premières naturelles et de soixante pour cent de matériaux recyclés - elle est le résultat d'un processus de production cent pour cent durable.



LA COLLECTION DE CASA DOLCE CASA - EN ANGLAIS « HOME SWEET HOME » - ADOUCIT LA MAISON AVEC DES EFFETS DE LUMIÈRE SENSUELS. LES COULEURS DOUCES RAPPELLENT LES PAYSAGES DE SABLE ET DE PIERRE, LES SURFACES SONT UNE VÉRITABLE EXPÉRIENCE VISUELLE ET TACTILE.



céramique-unique.ch

UNE CAMPAGNE DE L'ASSOCIATION SUISSE DU CARRELAGE

LE NOUVEAU CONCEPT VISUEL - L'AMBASSADEUR VISUEL DE LA CÉRAMIQUE

Depuis le début de l'année, la campagne d'image « céramique-unique », visant à sensibiliser les architectes, les planificateurs et les maîtres d'œuvre aux matériaux et au savoir-faire du secteur de la céramique, dispose d'un nouveau concept visuel. Son créateur, le graphiste Christoph Camenzind, explique dans une interview comment il a vu le jour.

Le concept visuel de notre campagne d'image a été utilisé pendant plusieurs années sur des brochures, le guide de la céramique, des bannières, etc. Le jeu avec différents sujets a donné naissance à une sorte de police de caractères de style céramique qui permet de communiquer de nouveaux messages tout en nous offrant de nouvelles possibilités pour transmettre des images, des qualités et des émotions. Les nouvelles bouteilles d'eau minérale apparaissent, par exemple avec le nouveau concept visuel et le slogan « uniquement frais », alors qu'une bouteille de désinfection ne comporte que l'impression « uniquement hygiénique ». Les autres possibilités d'utiliser le concept visuel et de renforcer ainsi notre marque sont pratiquement innombrables.



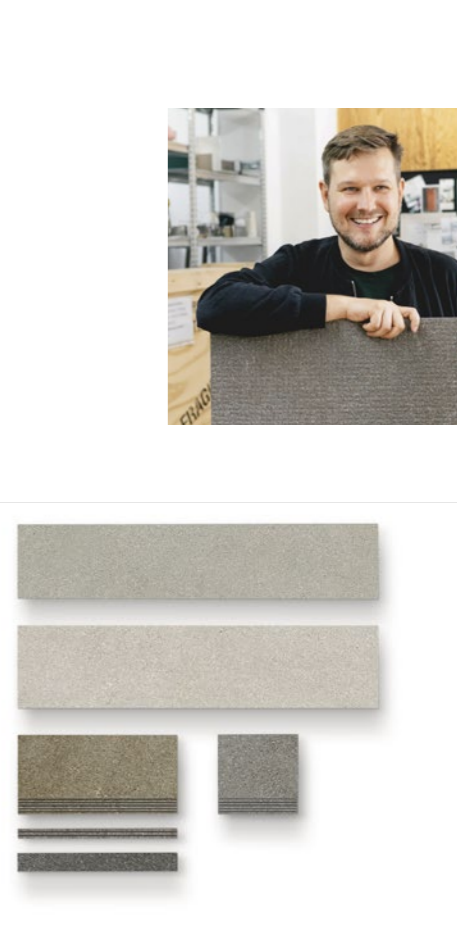
La nouvelle série architecturale Area Pro d'Agrob Buchtal s'utilise universellement dans les espaces publics et commerciaux. Sebastian Herkner, concepteur de produits, a développé pour la collection Grid un format et une gamme de couleurs qui répondent à des normes élevées d'antidérapance, d'entretien et d'esthétique.

Tout semble relativement simple lorsque Sebastian Herkner décrit la situation initiale : « Le service de gestion des produits d'Agrob Buchtal m'a contacté pour me demander si je serais intéressé par une coopération. J'ai trouvé cette tâche extrêmement passionnante. » Les choses se compliquent pourtant ensuite lors du processus de mise en œuvre : « Nous voulions développer un ornement qui réponde habilement aux normes et aux réglementations. Divers critères ont dû être pris en compte, par exemple la stabilité et la résistance aux pas ainsi qu'un espace de déplacement suffisamment dimensionné pour les matériaux liquides et glissants. »

A la question de savoir quelles inspirations se glissent dans le processus de conception, il répond : « Je garde toujours les yeux ouverts et j'observe mon environnement. Il peut s'agir du tressage d'un panier au Maroc, d'une façade à Bogotà ou encore d'un fruit asiatique. Transférer des influences d'un autre contexte dans un nouveau développement reste toujours passionnant. La physique et les mathématiques ont également joué un rôle important dans le développement de Grid. Grid a une très haute résistance aux pas avec R12V4 et peut même être utilisé dans les grandes cuisines. »

Comment réunir les souhaits du fabricant et les idées du designer ? « Un développement de design est toujours une coopération : d'un côté, il y a le client, qui est après tout un expert dans son domaine, de l'autre côté, il y a moi et mon studio, qui offrons une nouvelle vue de l'extérieur et donnons de nouvelles impulsions. Le dialogue mène au résultat. »

Ce serait bien de pouvoir jeter un coup d'œil par-dessus les épaules du concepteur pendant le développement du produit - y a-t-il des prototypes, des tests de matéri-



céramique-unique.ch

UNE CAMPAGNE DE L'ASSOCIATION SUISSE DU CARRELAGE

aux ou des cuissons d'essai au cours de ce processus ? Sebastian Herkner : « Oui, c'est exactement ce qu'il faut l'imaginer, sachant que cela se passe à la fois de manière analogique et numérique. La conception ne fonctionne pas sans échantillon physique. Il faut le saisir, le sentir, le tester, le remettre en question et parvenir à l'essentiel. »

Une dernière question : y a-t-il des réactions et des retours d'informations qui peuvent être intégrés dans des travaux ultérieurs ? « Oh oui », dit Sebastian Herkner, « les salons et autres formes de présentation sont bien sûr la première plateforme de feedback du marché. D'un autre côté, je trouve aussi très intéressant de recevoir des réactions via les médias sociaux. C'est toujours formidable d'y découvrir ses produits et de savoir où et comment ils ont été utilisés. »

AVEC SA GAMME COMPLÈTE DE FORMATS ALLANT DE LA MOSAÏQUE DE 10X10CM AUX DIMENSIONS XXL DE 60X120CM, DES COULEURS SOBRES ET DES MOTIFS DANS TOUS LES SENS, AREA PRO S'INTÈGRE DANS LA PLUPART DES AMBIANCES.

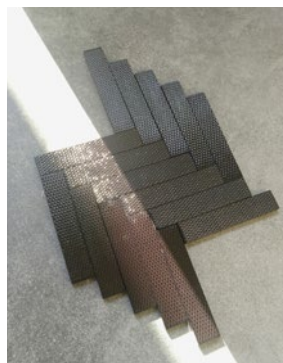
DES CÉRAMIQUES CHATOYANTES AU THÉÂTRE DE BÂLE

céramique-unique.ch
UNE CAMPAGNE DE
L'ASSOCIATION SUISSE DU CARRELAGÉ



Dans son restaurant, le théâtre de Bâle donne une représentation d'un genre particulier : sous l'effet de la lumière, le protagoniste, un panneau mural avec un vernis transparent sur de l'argile rouge, se transforme en une surface semblable à un textile au jeu de couleurs subtil.

L'histoire des plaques de céramique Karto du Théâtre de Bâle résulte d'un assemblage d'inspiration, de matérialisation et de mise en réseau, de conception, de production, de commerce et d'installation. Le tout sur fond de décor suisse. Cornelia Gassler, créatrice de matériaux avait conçu la collection de céramiques de construction Karto dans son atelier de Swisskeramik AG à Sarnen. Daniela Bernardi, architecte et propriétaire de Bernardi Keramik am Bau à Bâle, a visité, quant à elle, Swisskeramik AG dans le cadre de la journée d'étude sur la céramique organisée pour les étudiants en master de la filière architecture de la Haute école spécialisée du Nord-Ouest de la Suisse. Durant cette visite, le directeur général Leo Pichler a fait une démonstration de la production de céramiques et Cornelia Gassler a donné un aperçu de son travail de conception. Peu après, elle s'est rendue avec ses créations chez Daniela Bernardi, qui a inclus les plaques dans son exposition. Il s'est écoulé peu de temps avant que l'architecte Thomas Taufer-Laffer ne visite l'exposition Bernardi Keramik am Bau afin de sélectionner les matériaux pour le remodelage du restaurant du théâtre. Il a aussitôt été subjugué par les merveilleuses céramiques de Cornelia – la solution pour le mur



Maître d'ouvrage : Theater Basel
Design : Cornelia Gassler, Sarnen
Architecture : Taufer-Laffer Architekten GmbH, Basel
Production : Swisskeramik AG, Sarnen
Exécution : Bernardi Keramik am Bau, Basel

arrière du restaurant ! Et il n'a pas été le seul ; les représentants du maître d'ouvrage de la ville de Bâle ont également reconnu le caractère unique de cette céramique et ont accepté le prix correspondant. Cornelia Gassler a développé des visualisations en étroite collaboration avec l'architecte et le maître d'ouvrage et les formats spéciaux sont finalement entrés en production chez Swisskeramik AG.

Un mystérieux point de mire

La céramique est l'un des matériaux préférés de Cornelia Gassler. Elle peut faire des expériences et notamment développer des surfaces, des couleurs et des vernis chez Swisskeramik AG. Le meilleur moyen d'y parvenir est d'échanger des échantillons de matériaux et de visualiser l'objet. Elle dessine des mondes visuels aussi bien à la main que sur ordinateur puis ces expériences conduisent à des croquis de matériaux et à des ébauches. Elle procède ensuite à leur reproduction dans un moule de presse ou coulée. La surface est désormais au centre des préoccupations et Cornelia Gassler est tout à fait dans son élément : « Quel vernis convient à la surface ? Mat ou brillant, aucun problème, mais ensuite ? Il y a des nuances qui sont idéales pour certains motifs et pas du tout pour d'autres. Il arrive parfois – là réside la beauté du projet de Bâle – que quelque chose se passe entre les tessons et l'émail : l'émergence d'une couleur qui bascule, au gré de la lumière, dans le rougeâtre du tesson ou le bleuâtre de l'émail pour donner avec la texture un objet chatoyant, un mystérieux point de mire. »