

CERAMICA UNICA

ceramica-
unica.ch

UNA CAMPAGNA DELL' ASSOCIAZIONE SVIZZERA DELLE PIASTRELLE

FLORIM -
ISPIRAZIONE E
AMICIZIA

AGROB BUCHTAL -
UN DIALOGO
RISOLUTIVO

CERAMICHE ABBAGLIANTI
AL TEATRO DI BASILEA

IL NUOVO KEY VISUAL -
L'AMBASCIATORE VISIVO
DELLA CERAMICA



Care lettrici, cari lettori,

Terra, fuoco e alta tecnologia, questi sono gli ingredienti per la produzione di ceramica. Ma non solo, perchè serve anche la creatività del designer. Come fa una semplice idea a diventare una piastrella di ceramica, che soddisfa requisiti sia tecnici sia estetici? Come interagiscono l'uno con l'altro il design e la produzione? Le nuove collezioni non smettono mai di stupirci, fornendo esempi impressionanti di come questo processo di creazione si traduca in prodotti che non solo soddisfano il cliente finale ma che portano anche a dei benefici a lungo termine. Come rivenditori, assumiamo il ruolo di mediatori tra i produttori e i clienti, e come posatori piastrellisti ci posizioniamo alla fine della catena del valore, per così dire. Entrambe queste posizioni non portano solo grande soddisfazione, ma anche grande responsabilità, che ci assumiamo con anima e cuore e con tutto il nostro know-how.

Lasciatevi sorprendere ancora e ancora dalla varietà e dall'unicità della ceramica.

Konrad Imbach
Presidente centrale ASP



Impressum

A cura di
ASP Associazione Svizzera delle Piastrelle
Keramikweg 3
6252 Dagmersellen
Telefono: 062 748 42 52
E-mail: info@ceramica-unica.ch
www.ceramica-unica.ch

Concetto/Redazione:

Testo: Rob Neuhaus, Eglisau
Grafica: Logo 108 GmbH, Cham
Fotografie: Florim, (pagina 1 - 5),
Agrob Buchtal, (pagina 6 - 7)
Theater Basel: Christian Fliert /
Cornelia Gassler, (pagina 8)

Edizione 10/2021

ISPIRAZIONE E AMICIZIA



La nuova collezione Sensi di Casa dolce casa è il risultato di una collaborazione tra Florim e lo studio di architettura e design Matteo Thun & Partners, e nasce dalla combinazione delle più recenti tecnologie di produzione con uno stile di design interdisciplinare.

ceramica-
unica.ch

UNA CAMPAGNA DELL'ASSOCIAZIONE
SVIZZERA DELLE PIASTRELLE

In principio c'era la storia di terra e minerali leggeri che, grazie all'innovazione, diventarono piastrelle in grès porcellanato ispirate, dando vita a spazi abitativi con un senso di comfort ed equilibrio. Matteo Thun, fondatore di Matteo Thun & Partners, ce lo spiega così:

«Sensi è il risultato del dialogo, l'ispirazione e l'amicizia tra il team di Florim e il nostro team di design. La collezione nasce da diverse prospettive e arricchisce il vocabolario architettonico».

I colori morbidi e sobri, così come la finitura sottile e tattile, danno alla collezione una superficie naturale, arricchita da suggestivi effetti luce. "Quasi sessant'anni di esperienza nell'industria ceramica e le tecnologie di produzione più moderne, si uniscono a visioni design concrete. Il risultato sono prodotti di altissimo valore estetico", nota Claudio Lucchese, presidente di Florim.

Sensi è una sintesi di innovazione e sostenibilità. L'impatto ambientale, la gestione del ciclo di vita e l'energia hanno giocato un ruolo fondamentale nel suo sviluppo. La collezione consiste di materie prime naturali e di materiali riciclati al sessanta per cento - è il risultato di un processo di produzione sostenibile al cento per cento.



ceramica-
unica.ch

UNA CAMPAGNA DELL'ASSOCIAZIONE
SVIZZERA DELLE PIASTRELLE

IL NUOVO KEY VISUAL -

L'AMBASCIATORE VISIVO DELLA CERAMICA

La campagna d'immagine «Ceramica unica», volta a far conoscere i materiali e le competenze dell'industria ceramica ad architetti, progettisti e committenti, da inizio anno ha un nuovo key visual. Il suo creatore, il grafico Christoph Camezind, ci spiega come è nata l'idea.

Il key visual della nostra campagna d'immagine è stato utilizzato per diversi anni su brochure, sulla guida per la ceramica, su banner, e così via. Ora, dopo aver giocato con diversi soggetti, è nato un carattere tipografico in stile ceramico, dal quale nascerà un nuovo modo di comunicare immagini, qualità ed emozioni. Per esempio, le nuove bottigliette di acqua minerale si presenteranno con lo slogan «unicamente rinfrescante», mentre la boccetta di disinfettante con «unicamente igienizzante». Sono potenzialmente infinite le possibilità di applicare il nuovo key visual, e rinforzare così ancor di più il nostro marchio.



LA COLLEZIONE DI CASA DOLCE CASA, ADDOLCISCE GLI SPAZI CASALINGHI CON EFFETTI LUCE SENSUALI. I COLORI MORBIDI RICORDANO PAESAGGI DI SABBIA E PIETRA, E LE SUPERFICI REGALANO UN'ESPERIENZA VISIVA E TATTILE.



La nuova serie architettonica Area Pro di Agrob Buchtal è facilmente applicabile in spazi pubblici e commerciali. Per la collezione Grid, il product designer Sebastian Herkner ha infatti sviluppato un formato e una gamma di colori che soddisfa elevati requisiti in termini di resistenza allo scivolamento, manutenzione ed estetica.

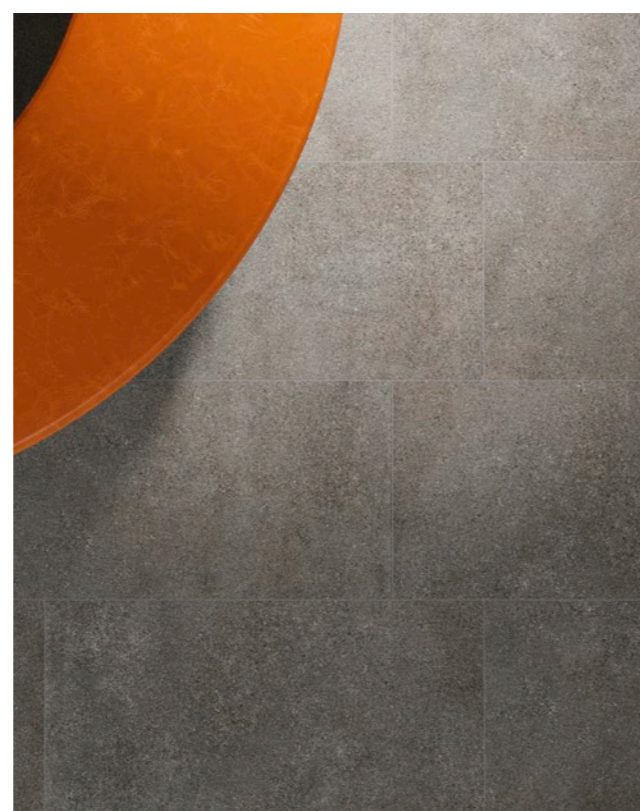
Sembra abbastanza semplice: «Il product management della Agrob Buchtal mi ha contattato chiedendomi se fossi interessato a una collaborazione, e l'idea mi è subito piaciuta moltissimo». Sebastian Herkner ci racconta come ha preso il via il progetto. Durante il processo di realizzazione, le cose si sono poi fatte più complesse: «Volevamo sviluppare un decoro che soddisfacesse i requisiti e le normative esigenti. Abbiamo dovuto prendere in considerazione diversi criteri, come il coefficiente di attrito e la resistenza allo scivolamento, nonché uno spazio di deflusso sufficiente per sostanze liquide e scivolose».

Alla domanda su quali siano le fonti di ispirazioni che influiscono nel processo di progettazione, risponde: «Tengo gli occhi sempre aperti e osservo l'ambiente circostante. Può essere l'intreccio di un cesto in Marocco, una facciata di una casa a Bogotà, o un frutto asiatico. È sempre entusiasmante trasferire influenze da un contesto all'altro e applicarle a un nuovo progetto. Anche la fisica e la matematica hanno avuto un grande ruolo nello sviluppo di Grid. Con il grado di scivolosità R12V4, Grid ha una resistenza allo scivolamento molto alta, e può essere utilizzata anche nelle cucine commerciali».

Come si incontrano solitamente i desideri del produttore e le idee del designer? «Lo sviluppo di un design è sempre dettato dalla cooperazione: da una parte c'è il cliente, che è un esperto in materia, dall'altra ci siamo io e il mio studio, che offriamo una nuova visione e un punto di vista esterno, dando nuovi input. Il dialogo porta quindi a un risultato concreto.»

Sarebbe bello poter osservare un designer all'opera - esistono anche prototipi, test dei materiali o cotture di prova nel processo di sviluppo? Sebastian Herkner: «Sì,

UN DIALOGO RISOLUTIVO



ceramica-
unica.ch

UNA CAMPAGNA DELL'ASSOCIAZIONE
SVIZZERA DELLE PIASTRELLE

è esattamente così che bisogna immaginarlo. Il processo avviene infatti sia in modo analogico sia in digitale. Il design non funziona senza campioni fisici. Bisogna poter afferrare un prodotto, sentirlo, testarlo, interrogarlo per conoscerlo a fondo.»

Un'ultima domanda: ci sono reazioni e feedback che possono essere integrati in un futuro progetto? «Assolutamente sì», dice Sebastian Herkner, «le fiere e altre forme di presentazione sono chiaramente la prima piattaforma per raccogliere feedback dal mercato. D'altra parte, trovo anche molto interessante ricevere dei feedback tramite i social media. È sempre piacevole vedere il proprio prodotto rappresentato, e scoprire dove e come è stato impiegato.»

CON LA SUA GAMMA COMPLETA DI
FORMATI, DAL MOSAICO 10X10CM
AI GRANDI FORMATI DI 60X120CM, I
COLORI SOBRI E IL DESIGN NEUTRO, AREA
PRO PUÒ ESSERE INTEGRATO IN
QUALSIASI AMBIENTE.



CERAMICHE ABBAGLIANTI AL TEATRO DI BASILEA

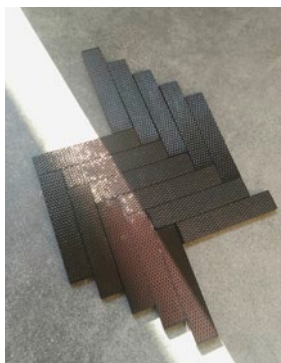
ceramica-
unica.ch

UNA CAMPAGNA DELL'ASSOCIAZIONE
SVIZZERA DELLE PIASTRELLE



Presso il ristorante del teatro di Basilea, si può assistere a una performance particolare: la protagonista è una piastrella da parete, che con uno smalto trasparente su argilla rossa, unita all'effetto della luce, diventa una superficie simile a un tessuto e un sottile gioco di colori.

La storia delle piastrelle in ceramica Karto al teatro di Basilea racconta di ispirazione, materializzazione e networking, di design, produzione, commercio e posa. Ed è tutto successo in Svizzera: La designer di materiali Cornelia Gassler progettò infatti la collezione di ceramiche da costruzioni Karto nel suo studio presso la Swisskeramik AG di Sarnen. Daniela Bernardi, architetta e proprietaria di Bernardi Keramik am Bau a Basilea, visitò quindi la Swisskeramik AG nell'ambito di una giornata di studio sulla ceramica da lei organizzata per gli studenti del corso di architettura dell'Università di scienze applicate e arte della Svizzera nordoccidentale. Lì, il direttore Leo Pichler diede una dimostrazione della produzione della ceramica, e Cornelia Gassler raccontò del suo lavoro di designer. Poco dopo la designer visitò Daniela Bernardi con le sue creazioni, la quale decise di includere le piastrelle nel suo showroom. Non passò molto tempo prima che l'architetto Thomas Taufer-Laffer, visitasse lo showroom della Bernardi Keramik am Bau per selezionare i materiali per la ristrutturazione del ristorante del teatro. E fu amore a prima vista con le meraviglie in ceramica di Cornelia – la soluzione perfetta per la parete posteriore del ristorante. E non è stato l'unico: anche i rappresen-



Proprietario dell'immobile: Theater Basel

Design: Cornelia Gassler, Sarnen

Architettura: Taufer-Laffer Architekten GmbH, Basel

Produzione: Swisskeramik AG, Sarnen

Esecuzione: Bernardi Keramik am Bau, Basel

tanti del committente della città di Basilea hanno riconosciuto l'unicità di questo prodotto ceramico e hanno accettato il prezzo in questione. In stretta collaborazione con l'architetto e il cliente, Cornelia Gassler sviluppò quindi le visualizzazioni, mandando i formati speciali in produzione presso la Swisskeramik AG.

Un misterioso eye-catcher

La ceramica è uno dei materiali preferiti di Cornelia Gassler. Presso la Swisskeramik AG può sperimentare e sviluppare soprattutto superfici, colori e smalti. Questo funziona meglio nello scambio di un campione di materiale e una visualizzazione dell'oggetto. A mano e al computer disegna quindi i suoi mondi visivi. Gli esperimenti portano a schizzi di materiali e a bozze. In un passo successivo, li riproduce in una pressa o in uno stampo per fusione. Ora è tutta una questione di superficie e Cornelia Gassler è completamente nel suo elemento: «Quale smalto si adatta alla superficie? Opaco o lucido è ancora ovvio, ma poi? Ci sono tonalità che sono ideali per certi modelli e per altri no. E a volte – questo è il bello della realizzazione a Basilea – succede qualcosa tra il corpo e lo smalto: emerge un colore che, a seconda della luce, punta sul rossiccio del corpo o sul bluastro dello smalto. Insieme alla consistenza, fa una cosa abbagliante, e diviene così un misterioso eye-catcher».