

# Novità, il Design ceramico si rivolge alla decorazione

di Rolando Giovannini

*Mentre non è stata ancora compresa la lezione de I Saloni di Milano e di Abitare il Tempo in fatto di comunicazione, ci si sta orientando definitivamente verso una cambio di stile, già annunciato da Paola Navone alla Triennale di Milano nella primavera 2003 e a "Doppio gioco" in Verona lo scorso anno. Il continuo miglioramento passa attraverso una riappropriazione artistica del manufatto con il coinvolgimento di giovani o di più affermati designers, come hanno proposto nel 2006 Ceramica Viva e Lea Ceramiche.*

*Non meno importanti le alte tecnologie con grandi formati e loro scomposizioni, soluzioni materiche avveniristiche a partire da GranitiFiandre, Ferro e, per i processi, nuove applicazioni di Sacmi, System, Tosi ed altri.*

Ecco le parole chiave del recente episodio espositivo internazionale di Bologna, il Cersaie 2006.

*Textures, tessuto, textile, grandi formati e loro scomposizione e modularità, flessibilità compositiva, prodotto esito di un progetto globale, il colore, il disegno, il segno, la produzione artistica, una visione naïf, il concetto d'ambiente, il "Barocco", le situazioni e i contesti iperdecorativi, il mosaico, taluni sorprendenti effetti creativi di Terzo Fuoco, compendio del*

*minimale, poi il design -propriamente detto-, l'immagine di natura fotografica sfumata a tono continuo "digitale", le riedizioni progettuali Anni Settanta, hit-tech tecnologie avanzate, "l'atelier" di design, la comunicazione.*

In primo luogo occorre proprio dire che siamo usciti dal fenomeno stilistico detto *Minimale*. Fabrizio Zanfi che si ama definire il "*Gianburrasca della ceramica*", coinvolgendo Paola Navone nella sua progettazione globale di un ambiente bagno, crea il solco e la definitiva spartizione tra lo stile essenziale -certamente interessante e prodigo di molte soluzioni ceramiche apprezzabili di questi ultimi anni- ed una interpretazione decorativa, maggiormente comunicativa dell'ambiente.

Affidando l'intera progettazione di

una serie (*Drops*) alla Navone -nota a molti non solo per le citazioni su queste pagine ma piuttosto per i suoi interventi sul tema della superficie e della texture fin dal 2003 alla Triennale di Milano con una mostra proprio sul tema della decorazione prodotta per Albet Laminati con la presentazione di venti giovani artisti internazionali-, il tema della progettazione delle ceramiche d'architettura ha assunto una dimensione d'insieme, d'ambiente.

Sotto un certo aspetto pare di ripercorrere quello che nel 1978 Valentino tracciò per la Piemme, quando, coinvolto da quel marchio, non pensò di produrre solo piastrelle ma di progettare l'intero bagno, la stanza.

Fu così che dallo stile detto *Rustico* del momento (*i cuoi, gli sbordati, le scorze, i fondi di preparazione*), peraltro denso anche di episodi significativi stilisticamente (*Roger Capron, Edouard Chapallaz, Marco Lanzoni, Scolaro, Panos Tsolakos e numerosi altri*) e completamente dedito al materico, al manufatto naturale, si passò a smalti bianchi, nitidamente decorati per serigrafia.

Il periodo degli *stilisti* di fine anni Settanta e Ottanta, fece superare all'industria di quel tempo il clima dello *stonalizzato*, del *decoro ad inserto*; oggi con ogni probabilità si pone fine al-



**La piastrella di ceramica al Palazzo della Triennale Milano: "thanks 50 GranitiFiandre per l'architettura", convegno e mostra con 50 progetti esposti in modo scenografico: sala oscurata, 19 prismi neri e 56 video al plasma, ciascuno dedicato ad un'idea; una stanza dove i progetti ceramici erano gli unici protagonisti. Triennale di Milano, giugno 2006.**



**Roberta Luppi, "Shiver Green", grès porcellanato con impasto colorato, lappato rettificato, 60x60 cm, Ascot, Cersaie Bologna.**



**"Cromtech 1.0", grès fine porcellanato (colormassa), anche in 60x120 cm, Floor Gres, 2006.**



**Atsuo Suzumura, "Ravenna" mosaico cm 30x30, in "Sapore Giapponese"; collettiva a cura di Felice Nittolo, presso la "niArt gallery", Ravenna, ottobre 2006.**



**Paola Navone, Collezione "Drops-Vintage", Ceramica Viva, Cersaie 2006**



**Collezione "GeoDiamond, Diamond Orange", materiale di alto livello qualitativo con colore sgargiante e d'attualità, realizzato in numerosi formati, GranitFian-dre, Cersaie 2006.**



**Progetto Gruppo ricerca ceramica ISIA Faenza, "La Casa di Asterione", responsabile progetto, Mirco Denicolò; membri del Gruppo, Concetta Cossa, Mirco Denicolò, Angelica Drossaki, Nedo Merendi, Massimo Piani. Grès, 1200°C, formato 25x25 cm. Tecniche utilizzate in differenti prototipi: sovrapposizione di ingobbi colorati, vernici, smalti metallizzati, smalti iridescenti e cristallizzati. Colorificio Ferro, Cersaie 2006.**



**Kristiina Lassus/ Christoph Radl "Traces", Alessi Tile by Steuler, Cersaie Bologna.**

la dominante minimale con un cenno chiaro verso il disegno, la ricerca decorativa a tutto tondo, dalle forme dei lavabi -prendendo spunto da antiche e familiari tortiere- alla modularità di pois ordinati in composizione su file, che ricordano sul concreto la vera progettualità del designer, impegnato mediante due o tre moduli alla completezza della superficie.

Ma pure nel disegno floreale e naturalistico, l'esercizio di composizione reso immediato e vicino dalla gestualità, marca nuovi percorsi con petali eterei, tonalità azzurre e lilla e campiture dirette ad ogni parte libera dell'ambiente.

## ovità, il Design ceramico si rivolge alla decorazione



Antonella Cimatti "Collezione le crespine" 2005, biscuit di porcellana paperclay (in primo piano a destra), esposte alla mostra Ultratavola promossa dall'ADI Associazione per il Disegno Industriale e curata da Manuela Cifarelli (ADI Design Index), con allestimento di Alessandro Ruiz, per Abitare il Tempo Verona, settembre 2006.

Naturalmente il progetto prevede non solo ceramica ma anche tutti gli accessori: le mensole, il piano di lavoro, gli arredi, gli oggetti d'uso del bagno, in un contesto dove l'idea d'insieme prevale.

Se a questo si aggiunge che il tutto è pubblicizzato sulle riviste più importanti d'architettura e di interni e che questo consente che il pubblico colto e comunque di buon gusto e di mestiere viene informato tempestivamente, significa che le strategie della

ceramica sono in via di positiva trasformazione.

Questo vale almeno per alcuni marchi.

È così che finalmente Lea, Cer-Domus, Bardelli danno libero sfogo ad una intensa e vissuta decoratività, studiando, immaginando luoghi dove una sola piastrella riempie una intera parete, trasfigurando il luogo verso il tema fine Ottocento inizio Novecento, ricco, denso e nel contempo prezioso e misurato; le ceramiche Marca Co-



"Kroko Carbon", Rex, Cersaie 2006.



Cesare Reggiani, olio su tela, Faenza - Parigi 2004 (proprietà Elisabetta Caterina Giovannini).



Nuovi materiali decorativi ad alto valore aggiunto, Vietri Ceramic Group, Cersaie 2006.

rona e GranitiFiandre poi risolvono le pareti dal punto di vista strutturale con elementi strutturali anche in terza dimensione.

La decoratività tipica dell'ambito Terzo Fuoco, -tra gli altri ad esempio della Ker-Av o di GammaDue- sempre contraddistinta da invenzione, ripropone soluzioni parietali di mosaici misti a vetri e ceramica, a spessore di straordinaria bellezza ed efficacia come pure nuove tecniche decorative e,



Porcellana fine in grande formato, Florim, Cersaie 2006.



Serie "Mille '900", Bardelli, Cersaie 2006.



Marca Corona, Cersaie 2006.

delle decorazioni degli anni Settanta del floreale, del lanscape, delle composizioni grafiche modulari, portano tuttavia alla ribalta anche una rigenerata e rilanciata ricerca chimica sui prodotti, coinvolti in parte attiva sulla esibizione del disegno e pure spazianti verso nuove ricette di laboratorio.

Il panorama quindi diventa più intrigante, la competizione più forte e la differenza fra le aziende è più evidente: si notano nette discrepanze soprattutto sul piano del marketing ed in particolare nel raggio d'azione della comunicazione, della pubblicità.

Ciò non fosse altro per il modo con cui esse -le "reception", le "P. R."-, si rapportano ai giornalisti, a coloro (freelance compresi) comandati alla raccolta notizie, all'acquisizione delle cartelle stampa, all'interpretazione delle più significative novità.

Poter disporre del materiale sempre aggiornato e pronto, caso mai di una informazione coordinata tra più aziende in rete, assolta da un'unica agenzia, ben esperta caso mai mutuata nelle strategie e consuetudini dalle fiere di Milano piuttosto che Abitare il Tempo di Verona, dà senso di solidità, di chiarezza d'intenti, di relazioni serie nel campo dei reciproci interessi.

L'idea che anche la "forma" (e non solo gli indubbi, indispensabili e certi contenuti) possa essere un elemento caratterizzante del prodotto ceramico, costituisce un elemento di progettualità e introduce con dolcezza fiducia nell'utente, nel consumatore.

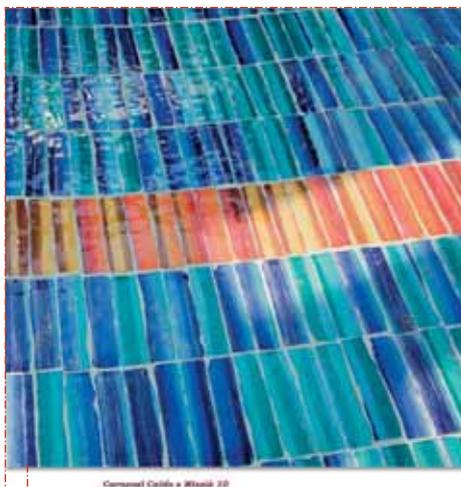
Oggi giorno non molti marchi hanno questa sensibilità, probabilmente forse per un eccesso di autoreferenzialità espressa da una sorta di "fai da te a tutti i costi"; ne sono indicatori la

altri marchi ancora, la manifestazione di una qualità artistica inusitata, insospettata.

Vi è quindi un nuovo legame tra prodotto ceramico e la sua "pelle", la sua superficie.

Quest'ultima oggi identifica, modella, rappresenta, modifica, autentica una realtà; non si è più nelle condizioni in cui il solo e puro materiale -peraltro perfetto, bellissimo- si esibisce lungo geometria dedicate alla disposizione orizzontale degli elementi ma è la decorazione che rende mimetico il materiale e la sua modularità in un senso d'insieme e di vincolo col vivere.

La decorazione e il colore, che probabilmente si esplicitano pure attraverso la rilettura e la rimeditazione



Francesco Marchetti "Carneval", mosaico policromo, Ker-av, Cersaie 2006



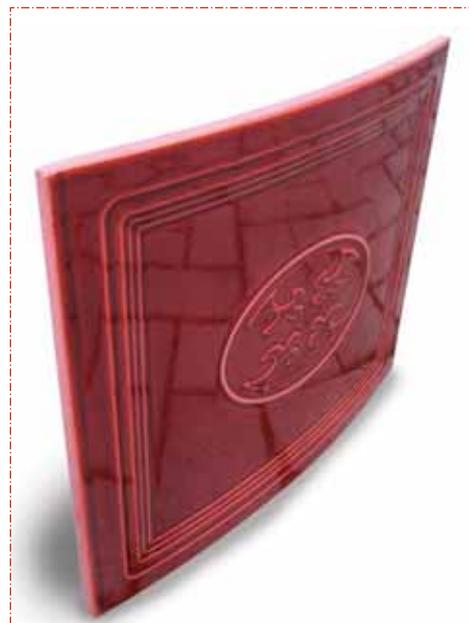
Serie "Sybaris", Cooperativa Ceramica d'Imola, Cersaie 2006.



*"Sahara", rivestimento strutturato con leggera texturizzazione, Marazzi, Cersaie 2006.*



*Composizione musiva, allestimento Sicis, Cersaie 2006.*



*Dario Brugioni, piastrella con curvatura particolare, Forme 2000. Cersaie 2006.*

mancanza di "firma" sul prodotto, la quasi assoluta assenza di designers veri e propri impegnati nel settore, gli scarsi episodi connessi alla cultura contemporanea che attraversano il settore (sono esempi positivi ad esempio le mostre di Assopiastrelle nel Quadrilatero su innovazione nel campo dei materiali e del disegno, la partecipazione al Palazzo della Triennale di GranitiFiandre nell'ambito della mostra convegno "Materia", nel luglio 2006 ed altri episodi come Sicis e il nuovo Showroom a New York).

Alfonso Panzani, Presidente di Assopiastrelle, intervistato sull'attualità del mondo ceramico nazionale parla della voglia della produzione italiana di

alzare sempre più l'asticella e conclude indicando come indispensabile il saperla poi superare; certamente non sono estranei a ciò pure i temi della prassi e delle strategie nel campo dell'estetica.

È necessario dare il maggior valore aggiunto possibile al prodotto mediante una qualità non solo tecnica e tecnologica (facile da copiare o da comprare) ma piuttosto attraverso una perfetta organizzazione del processo e la certificazione ad esempio che l'aspetto estetico è di valore che ha seguito la procedura della regola d'arte, della ideazione d'origine controllata.

È così che anche l'ampio e fantastico

bacino dei terzo fuochisti dovrà forse fare i conti con la figura specifica del creativo, del designer, all'uopo coinvolto, chiamato.

Ciò non tanto perché la preziosa e straordinaria capacità creativa non sia più sufficiente al nuovo compito o perché si sia esaurita la vena delle mille e mille invenzioni ingegnerizzate e prodotte ma perché è necessario dare anche un taglio di griffe al prodotto e dare il valore culturale aggiunto che non si risolve in una mera questione di danaro o di royalties da scucire ma è la strada per crearsi un parco artistico nuovo.

È non un nuovo parco artistico.



*"Typing Rooms", allestimento Lea Ceramiche, Cersaie 2006.*



*Composizione mosaico vetroso, Casa Mood, Cersaie 2006.*