

Consegnati gli ADI Ceramics & Bathroom Design Award e gli ADI Booth Design Award

27 Settembre 2023



I premi della 9^a edizione dell'**ADI Ceramics & Bathroom Design Award** e della 4^a edizione dell'**ADI Booth Design Award**, pensati rispettivamente per valorizzare i prodotti italiani più innovativi dei comparti della ceramica e dell'arredobagno e gli stand fieristici che promuovono prodotto e brand value delle aziende all'interno di Cersaie,

sono stati consegnati oggi al Mall 37 della fiera. **Valentina Downey** presidente di ADI Emilia-Romagna ha sottolineato il ruolo primario di ADI che promuove la cultura del progetto all'interno delle aziende italiane in collaborazione con la fiera. I prodotti e gli allestimenti individuati dalle due commissioni entreranno a far parte di una preselezione per l'edizione 2023 di **ADI Design Index**, l'annuario che raccoglie il miglior design italiano di ogni categoria merceologica, selezionato dall'**Osservatorio permanente del Design ADI** in vista della prossima edizione del **Compasso d'Oro ADI**, il più celebre riconoscimento del design italiano.

Il *vice presidente di Confindustria Ceramica* **Emilio Mussini** ha partecipato all'evento, ricordando l'importanza di rinnovare la collaborazione tra Cersaie e ADI che dura da 9 anni per i migliori prodotti e da 4 per i migliori stand. "Un concorso che consente di venire inseriti nella lista del Compasso d'Oro, rappresentando un fondamentale riconoscimento al ruolo della ceramica nell'industrial design".

Per quanto riguarda l'**ADI Ceramics & Bathroom Design Award**, una commissione di esperti, formata da **Silvia Stanzani** (designer), **Oscar G. Colli** (co-fondatore della rivista *Il Bagno oggi e domani*), **Carlo Branzaglia** (comitato direttivo ADI) e **Valentina Downey** (presidente di ADI Emilia-Romagna), ha analizzato durante i primi giorni di fiera i prodotti esposti e selezionato quelli che sono in grado di coniugare al meglio innovazione ed eccellenza progettuale, sia nel settore rivestimenti in ceramica che nel settore arredobagno.

Per la ceramica sono risultati vincitori: **Marca Corona** con il prodotto **Iridea**, design di Maria Chiara Russo (*Un progetto di grande eleganza formale e di notevole semplicità produttiva che connota in maniera discreta lo spazio dando una soluzione efficace all'integrazione di un sistema di accessori*), **Grandinetti** con **Miss**, design di Giuseppe Crivellini (*Una tipologia, quella della graniglia, reinterpretata in un visual innovativo e originale che integra la stessa fuga come elemento decorativo. E un'azienda che recupera la tradizione di un intero distretto produttivo*) e **Gambini Group** con il prodotto **G-Tech**, disegnato dalla titolare Dilvanna Gambini (*Un prodotto nel quale un processo tecnologico sofisticato e stratificato porta a far emergere valori di materialità che superano l'effetto mimetico nei confronti della pietra, permettendo declinazioni sempre variegata*).

Menzione speciale a **Ceramica Fioranese** con **Cementine**, design di Silvia Stanzani (*Una menzione speciale ad un prodotto che in dieci anni e nove collezioni ha costruito un modello tipologico di enorme successo recuperando una tradizione italiana, reinventata in chiave tecnologica, progettuale e produttiva*).

Per la categoria arredobagno, hanno vinto **Disenia srl** con la colonna doccia **Libeccio**, del designer Claudio Papa (*Un progetto di grande eleganza formale e di notevole semplicità produttiva che connota in maniera discreta lo spazio dando una soluzione efficace all'integrazione di un sistema di accessori*) e **Ceramica Dolomite** con **Strategia di prodotto**, design Nilo Gioacchini (*Un intervento radicale di design strategico che riprende la tradizione e la competenza di un grande marchio tutto italiano restituendolo al mercato in un'ottica di efficienza produttiva, articolazione della gamma e accessibilità al grande pubblico*).

Per l'**ADI Booth Design Award**, una commissione formata da **Cecilia Bione** (prof.ssa dell'Accademia Belle Arti Bologna), **Pierluigi Molteni** (architetto e docente di Advanced Design), **Elizabeth Francis** (architetta) e **Wladimiro Bendandi** (ADI Emilia Romagna), seleziona durante i primi due giorni di fiera gli stand aziendali che meglio comunicano l'identità ed il valore dei prodotti dell'azienda.

Sono stati premiati **Treemme rubinetterie** (*Il visitatore entra letteralmente nella fabbrica, catapultato in tutte le fasi del processo produttivo. Il "ciò che sta dietro" diventa la premessa per capire e apprezzare meglio i prodotti e la complessità che li connota. È la filiera treemme la vera protagonista che parla ai consumatori e agli addetti del settore rendendoli parte dell'esperienza. La semplicità del linguaggio enfatizza il tessuto artigianale e industriale tipico del Made in Italy e non stona con la raffinatezza dei prodotti e di come sono esposti*), **Ermes Aurelia** (*La complessità e articolazione del progetto riesce ad essere articolata e coerente in ogni suo elemento. Dall'involucro esterno fino ai singoli elementi di visual design, tutto risulta ben studiato e realizzato e invoglia il visitatore a scoprire i prodotti e la filosofia del brand. L'uso di materiali non canonici per il settore e la accuratezza dei supporti grafici creano un mix originale e di grande qualità*), **Azuvi ceramica** (*Lo spazio espositivo è ben curato in ogni dettaglio riuscendo a valorizzare i singoli prodotti e il brand identità in maniera equilibrata. Il visitatore vive un'esperienza ricca di situazioni diverse in un dialogo ben ponderato tra interno ed esterno. L'idea del percorso viene enfatizzata dall'escamotage dello specchio che dilata l'ambiente creando un continuo prospettico. Nell'insieme risulta un'atmosfera elegante in grado di portare il visitatore nel mondo del brand. In ultimo si apprezza una grande coerenza della presentazione del progetto, omogeneo dal concept alla realizzazione*), **Flaminia** (*Un progetto rigoroso che si spoglia di qualsiasi ambientazione e styling per riportare il prodotto al ruolo di protagonista. Le 10 composizioni cromatiche coinvolgono il visitatore pur rimanendo uno spazio permeabile e aperto in dialogo con quello che succede attorno. L'accuratezza del progetto racconta di un brand affermato che continua a investire sulla ricerca e che non ha esitato nell'espone un prodotto per disabili a ribadire che qualità deve essere per tutti*).

E' stata consegnata una menzione speciale a **Zschimmer & Schwarz Ceramco** (*Un settore produttivo difficile da raccontare, riesce attraverso la comunicazione visiva ad essere esplicito e tangibile. Gli apparati digitali interagiscono con gli altri supporti e diventano strategici all'interno del sistema allestitivo. I visitatori interagiscono riuscendo ad attingere a una quantità elevata di informazioni tecniche in una dinamica quasi ludica. Si apprezza la volontà di sfruttare il design come strumento di comunicazione di un prodotto a perdere del processo ceramico*) ed al **Gruppo Romani** (*Un progetto che con un segno unico e coraggioso riesce a raccontare i diversi brand e le diverse anime del gruppo. L'elemento etereo e "leggero" che sovrasta le altezze genera un filo narrativo in grado di cucire e tenere insieme i prodotti con le loro proprie e specifiche caratteristiche. Ne risulta un'uniformità stilistica e cromatica impeccabile, in grado di creare una continuità che travalica i confini del singolo stand per sottolineare la sinergia di un gruppo composito e in crescita*).