

# CERASPAÑA/25

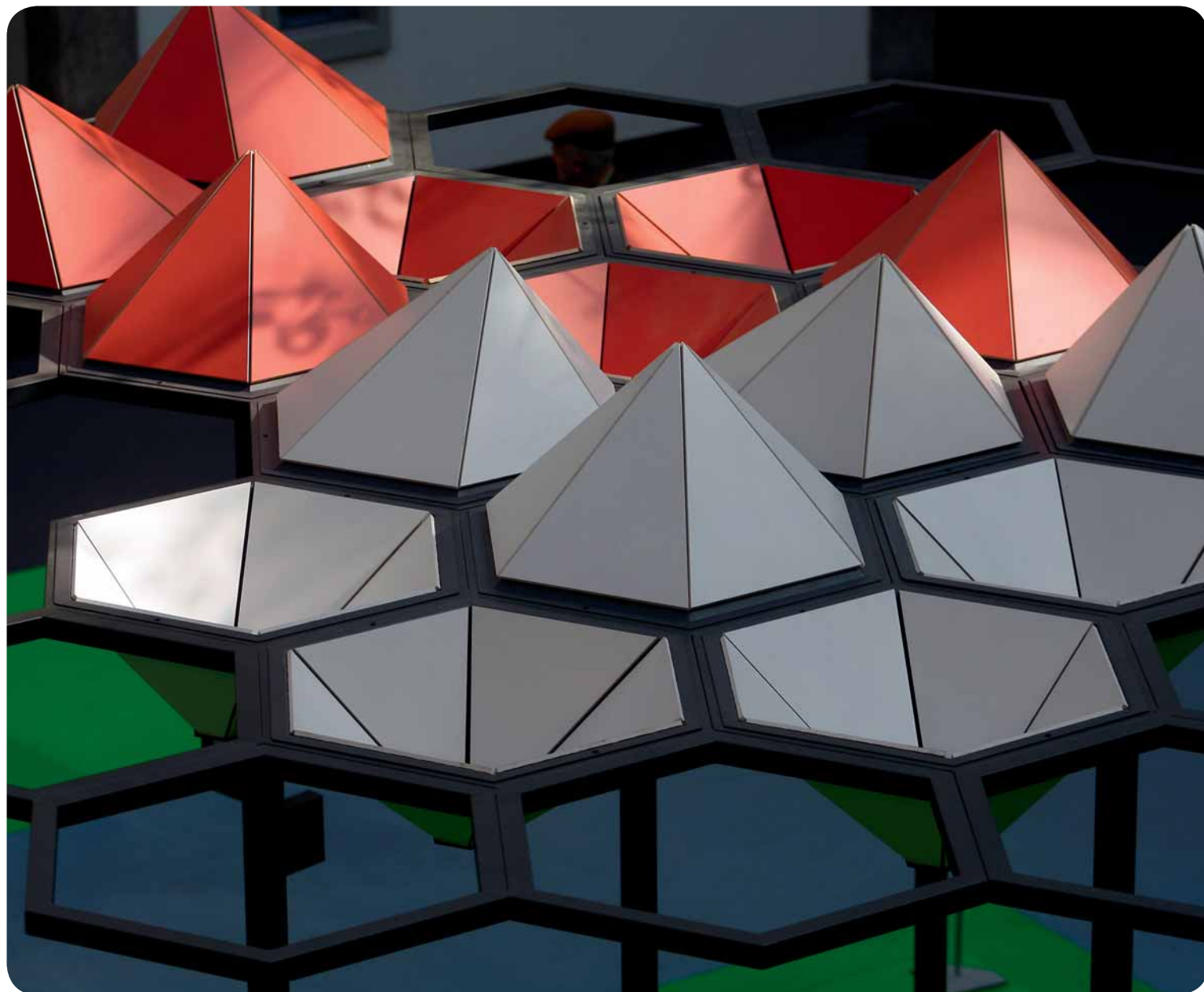
2010 / CERÁMICA / ARQUITECTURA / DISEÑO

CEVISAMA: EL GRAN ESCAPARATE DE LA CERÁMICA

HARVARD: UNA MIRADA HACIA EL FUTURO

TRANS/HITOS 2010: "HABITANDO"

YES, WE CHOOSE SPANISH CERAMIC



# Editorial

## Cerámica española para el Mundo

Los datos anuales de ventas de material cerámico español demuestran que el peso de las exportaciones está creciendo. Aunque sólo se trate de cifras y alguien pueda considerarlo incluso anecdótico, es un buen punto de partida para una publicación que hace hincapié en la nueva campaña de Tile of Spain para los mercados internacionales, que habla de acuerdos pioneros con universidades de más allá de nuestras fronteras, que demuestra que nuestra cerámica se puede convertir en arte en el corazón de Nueva York y que lleva entre sus páginas nuestra principal carta de presentación al mundo, CEVISAMA.

De nuevo, la cerámica se muestra como un material versátil, que, en el plano estético, presenta infinitas posibilidades, mientras que, en el técnico, resuelve con total solvencia cualquier necesidad de un espacio, desde el más público –una estación de Metro– hasta el más privado –el dormitorio o el baño de cualquier hogar que se precie de serlo–. Tanto dentro como fuera de la casa, la cerámica española sigue, en paralelo a un mayor conocimiento por parte de prescriptores y consumidores, ganando terreno a otros materiales, gracias a sus infinitas posibilidades técnicas y estéticas.

Nuevos tiempos, nuevos usos, nuevos proyectos y la calidad de siempre –o mayor–, tanto dentro como, de manera creciente, fuera de nuestras fronteras. Por eso, “Yes, We choose Spanish Ceramic”. Porque hoy, la cerámica española tiene más posibilidades y es más del mundo que nunca ■

## NÚMERO 25 · 2010

### DIRECCIÓN Y REDACCIÓN ASCER

Asociación Española de Fabricantes  
de Azulejos y Pavimentos Cerámicos  
C/ Ginjols, 3 · 12003 Castellón · España  
Tel. +34 964 727 200 · Fax +34 964 727 212  
global@ascer.es · www.spaintiles.info

Ceraspaña es una publicación de ASCER,  
de distribución gratuita.

### EDITA

Iberamic Inc.

### DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Plató

### PATROCINADO POR



INSTITUTO  
ESPAÑOL  
DE COMERCIO  
EXTERIOR



UNIÓN EUROPEA  
Fondo Europeo de  
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

# Sumario

- 02 EDITORIAL: CERÁMICA ESPAÑOLA PARA EL MUNDO
- 03 LA CERÁMICA COMO ELEMENTO DECORATIVO
- 08 TILE OF SPAIN ALREDEDOR DEL MUNDO
- 10 NUEVA IMAGEN DE CAMPAÑA DE TILE OF SPAIN
- 12 UNA MIRADA HACIA EL FUTURO
- 13 TRANS-HITOS 2010
- 16 EL METRO DE NUEVA YORK SE VISTE DE CERÁMICA ESPAÑOLA
- 18 ENTREVISTA
- 20 VIVIENDO EN CERÁMICA
- 23 SHOWROOM
- 30 NOTICIAS Y EVENTOS
- 31 SERVICIO AL LECTOR

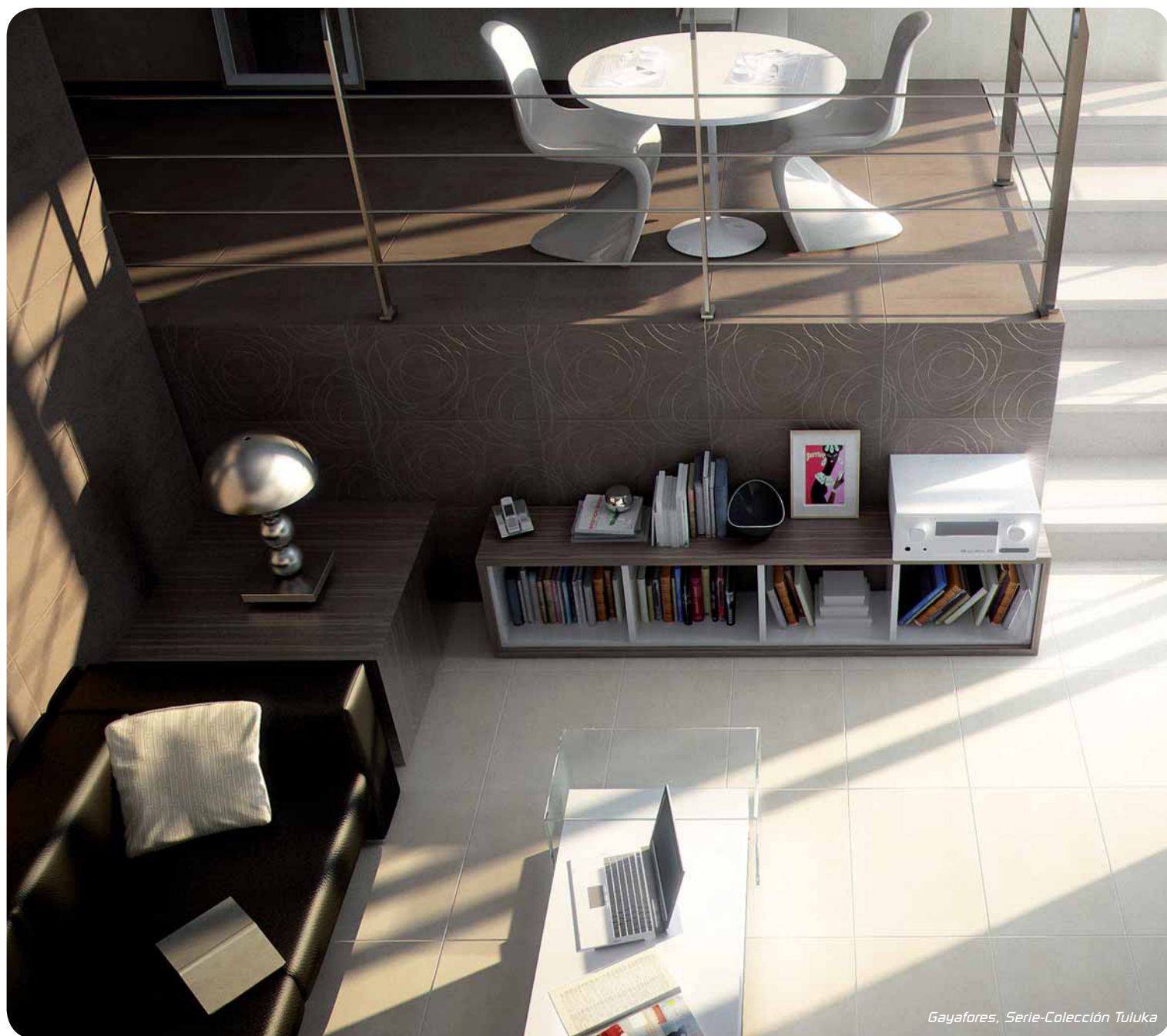


FOTO PORTADA: TRANSHITOS 2010.  
CRUZANDO EL UMBRAL.  
FOTÓGRAFO: ACF FOTOGRAFÍA

# LA CERÁMICA COMO ELEMENTO DECORATIVO

A lo largo de los últimos tiempos hemos asistido a un sorprendente desarrollo de la cerámica, motivado, además de por sus avances técnicos, por el enriquecimiento de sus matices estéticos. Así, este material ha multiplicado las prestaciones que brinda no sólo a los arquitectos, sino también a los interioristas y al usuario final, convirtiéndose en un material de primer orden a la hora de diseñar la decoración de nuestras casas o cuando emprendemos la reforma de un espacio.

*Sigue en página 4...*



*Gayafiores, Serie-Colección Tuluca*



*Cerámicas Aparici, Serie-Colección Vallra*

La enorme variedad de formatos y acabados, así como la extensa paleta cromática, de texturas, volúmenes y motivos decorativos, se combinan dando lugar a una infinidad de posibilidades. De esta manera, la cerámica nos permite desarrollar cualquier estilo imaginado y plasmar en la decoración de nuestros espacios la personalidad de todo el hogar y los que lo habitan.

El uso de la cerámica se ha diversificado, de manera que ahora encontramos estantes, bancadas, librerías e incluso cabeceros de cama hechos con material cerámico en sus múltiples acabados con un resultado sorprendente. También pueden decorarse otros espacios donde antes la cerámica apenas llegaba: revestir los armarios empotrados o el vestidor con cerámica de rayas, motivos florales o apariencia textil puede darle un toque personal a distintas estancias de la vivienda.

La variedad de texturas en mate y brillo, las superficies de apariencia metálica, los plateados y dorados, los volúmenes, nos permiten jugar con la luz y sacarle el máximo rendimiento, consiguiendo elegantes efectos y dotando de mayor profundidad a los espacios, hasta sustituir la linealidad por el movimiento y potenciar la sugestión visual e incluso táctil.

En cuanto a los formatos, las posibilidades son también numerosas. Los grandes formatos aplicados a espacios reducidos nos permiten aumentar la sensación de amplitud. Estos tamaños son ideales también para generar una sensación de pieza única en pa-



*La Platera, Serie Hermes*

**EL USO DE LA CERÁMICA SE HA DIVERSIFICADO, DE MANERA QUE AHORA ENCONTRAMOS ESTANTES, BANCADAS, LIBRERÍAS E INCLUSO CABECEROS DE CAMA HECHOS CON MATERIAL CERÁMICO EN SUS MÚLTIPLES ACABADOS CON UN RESULTADO SORPRENDENTE**

redes o pavimentos, sobre todo con un producto rectificado en el que las juntas quedan prácticamente ocultas. Combinar piezas de distintos tamaños, formas y colores permite crear ambientes dinámicos. Por otro lado, hay que tener en cuenta que la colocación vertical

nos puede ayudar a potenciar la altura de los espacios así como la colocación en horizontal realza más su longitud. Las piezas cerámicas complementarias (listelos, tacos, tiras, molduras, cenefas, etc.) son otra gran fuente de posibilidades decorativas.

El color también es un elemento fundamental a la hora de diseñar el estilo de una estancia. Desde la elegancia más sobria del negro, el grafito o el marrón, hasta el uso de un solo

*Sigue en página 6...*



Plaza Cerámicas, Serie Freedom - Colección Imagine



*Land Porcelánico, Colección Azul Cascals*

color vivo en distintos tonos y acabados o las combinaciones más atrevidas, pasando por la neutralidad de los grises y metálicos o por la serenidad de los tonos tierra... Cualquier opción es posible.

La cerámica nos permite dar continuidad a los espacios o generar rupturas e imaginativos juegos de formas y colores. Los avances en las técnicas de serigrafía y la impresión digital nos permitirán personalizar cuanto queramos el resultado final. El sector cerámico se ha convertido con estos adelantos en la punta de lanza de este tipo de decoración que reivindica el diseño de espacios únicos, a la carta. Es incuestionable el valor que este hecho tiene tanto de cara a las viviendas particulares como a los establecimientos comerciales.



*Vives Azulejos y Gres, Serie-Colección Civic*



*Ceracasa, Serie Nature*

## ATENDIENDO A LA VANGUARDIA DEL SECTOR NO PODEMOS OLVIDAR EL ÉXITO DE LA RELACIÓN ENTRE LA CERÁMICA Y LOS ÚLTIMOS AVANCES EN DOMÓTICA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS AL HOGAR, ASÍ COMO SU COMPROMISO POR EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

El valor de la cerámica radica en que con ella podemos acceder a todos los estilos, fusionarlos, reinventarlos. Los motivos florales o las imitaciones de madera ayudan a crear ambientes acogedores y naturales; los estampados de trama geométrica tienen un aire más sofisticado;

podemos dotar al ambiente de un aire neobarroco o mantener la pureza y el minimalismo de los tonos lisos y la austeridad de adornos... Son sólo algunas ideas. Lo relevante es que todo es posible con cerámica y el usuario podrá elegir en función de sus necesidades y gustos.

Aparte de las ventajas ya conocidas de la cerámica en el plano técnico, que también han fomentado su uso cada vez mayor en los hogares y los espacios públicos (resistencia al tránsito, facilidad de limpieza, durabilidad, versatilidad, etc.), actualmente los nuevos sistemas de colocación sin obra facilitan la reforma y renovación de un lugar cada cierto tiempo, cosa que antes resultaba impensable.

Atendiendo a la vanguardia del sector no podemos olvidar el éxito de la relación entre la cerámica y los últimos avances en domótica y nuevas tecnologías aplicadas al hogar, así como su compromiso por el cuidado del medio ambiente. Es el futuro y el presente de la cerámica, un material que nunca deja de sorprendernos por sus cualidades y prestaciones ■



# TILE OF SPAIN ALREDEDOR DEL MUNDO

## EL SECTOR CERÁMICO VUELVE A SORPRENDER CON NUEVOS USOS EN CEVISAMA 2010

La Feria Internacional de la Cerámica, Cevisama, cerró su vigésimo octava edición con unos resultados que han superado las expectativas de los empresarios.

La calidad de los visitantes y la innovación del escaparate han sido dos de los aspectos mejor valorados. Muchas firmas consideran incluso que la feria ha escenificado claramente un punto de inflexión en la industria.

La esperanza del sector cerámico está puesta en que el 60% de la economía es exportación con lo que si los países del resto de Europa empiezan a repuntar hará un efecto de arrastre de nuestra economía.

El sector cerámico ha vuelto a sorprender en Cevisama con nuevos usos, procesos de fabricación más complejos y desarrollos más sostenibles. Los matices cromáticos iridiscentes, las tintas acuosas respetuosas con el medio, el sofisticado sistema de prensado y la creación de baldosas para su uso como sistema de climatización presentada han sido este año las innovaciones más reconocidas por el sector, que, a través de la Sociedad Española de Cerámica y Vidrio (SECV), les hizo entrega de unos merecidos Alfa de Oro, el galardón con el que reconoce el esfuerzo en I+D+i, tecnológico, de proceso y de diseño de la industria cerámica que acude a la feria.



*El salón de la cerámica, Cevisama, abrió sus puertas una vez más.*



*La cerámica española despierta cada vez más interés entre los prescriptores rusos.*

## CERÁMICA ESPAÑOLA EN EL CORAZÓN DE RUSIA

ASCER, en colaboración con la Oficina Comercial de España en Moscú, organizó un seminario para prescriptores el pasado 4 de marzo en el Krai de Krasnoyarsk, segunda región más grande de Rusia, después de la República de Sajá, y que ocupa un área de 2,4 millones de Km<sup>2</sup>, el 13% de la superficie total del país y más de 4 veces la extensión de España.

En el seminario, desarrollado en ruso, se presentaron las últimas tendencias en arquitectura e interiorismo en España, así como los productos y novedades que las empresas participantes ofrecen al mercado. A la jornada, que contó con la colaboración de los principales importadores/distribuidores de la región, asistieron unas 300 personas de perfil profesional, entre los que se encontraban arquitectos, interioristas y prensa especializada. Como material promocional se repartió a los asistentes una carpeta de prensa individualizada para el evento con un DVD con información sectorial y documentación de las empresas participantes.

La importancia estratégica que para el sector cerámico tiene el mercado ruso se materializó en 2002 con el lanzamiento de un plan de promoción específico, destinado a conseguir una mayor penetración comercial de las empresas a través de acciones de promoción de la imagen genérica del azulejo español. La Federación Rusa es el noveno importador mundial de cerámica y, con más de 80 millones de euros de facturación en 2009, es el cuarto mercado en importancia para Tile of Spain.

## TILE OF SPAIN, DE NUEVO EN LA ET ACETECH DE NUEVA DELHI

Tile of Spain –marca paraguas utilizada en la promoción exterior de la cerámica española- ha organizado, por segundo año consecutivo y con el apoyo del IVEX (Instituto Valenciano de Exportación), un stand informativo en la edición de Nueva Delhi de la feria de arquitectura, construcción e ingeniería ET Acetech, que se celebró en el recinto ferial “Pragati Maidan Exhibition Center” del 11 al 13 de diciembre.

ET Acetech es la principal feria de arquitectura, construcción e ingeniería de India. El certamen, que cuenta con tres ediciones anuales localizadas en los principales centros económicos del país –Mumbai (5 al 8 de noviembre), Nueva Delhi (11 al 13 de diciembre) y Bangalore (27 al 29 de noviembre)- congregó en 2009 a 306.642 visitantes profesionales. La edición de Nueva Delhi, con 28.000 m<sup>2</sup> de superficie de exposición, acogió en 2009 a 111.492 visitantes. Tile of Spain también estuvo presente mediante una participación agrupada integrada por 9 empresas en la edición de Mumbai de ET Acetech.

El stand informativo de la cerámica española, ubicado en Hall 14 del recinto, incluyó un área de tendencias en el que participaron 11 empresas de Tile of Spain y que permitió mostrar al visitante la asociación e interacción entre la cerámica y la arquitectura con un denominador común: la creatividad a favor de la mejora del entorno y de los nuevos usos. Asimismo, se facilitó información sobre la situación actual del sector, a través de la distribución de la versión en inglés del directorio de fabricantes “Buyers’ Guide”; del libro de arquitectura e interiorismo “Public. Private. Ephemeral. Ceramics in Architecture”; y de la revista “Ceraspaña”, que con una tirada cuatrimestral aproximada de 70.000 ejemplares permite difundir en más de 60 países las ventajas y aplicaciones de la cerámica, junto con la actualidad y principales eventos del sector.

La participación española en Acetech tiene como principal objetivo reforzar la presencia de la industria cerámica española en el mercado indio y, más concretamente, mejorar su posicionamiento en el segmento de la prescripción. No hay que olvidar que India lidera, junto a China, la recuperación económica asiática, gracias a las medidas de estímulo nacional sobre la demanda y el giro en el ciclo mundial de las manufacturas. El valor de la exportación sectorial a India se ha situado en 2009 en una cifra por encima de los 9 millones de euros, registrando, pese a la coyuntura actual una ligera subida con respecto a 2009.

El creciente interés del mercado indio ha motivado la inclusión en el plan de promoción exterior de 2010 de diversas acciones promocionales directas dirigidas a crear imagen-país y ayudar al posicionamiento de las empresas y marcas españolas, como es el caso de la asistencia a ferias ■



*El stand de Tile of Spain atrajo a los profesionales del sector.*

## ENTREVISTA. ENRIC AGUILERA

CREATIVO RESPONSABLE DE LA NUEVA CAMPAÑA TILE OF SPAIN

En el marco de la última edición de CEVISAMA, ASCER presentó la nueva campaña de imagen de Tile of Spain en una rueda de prensa internacional a la que asistieron más de 100 periodistas de 25 países. Como base de la estrategia de comunicación y relaciones públicas, la campaña publicitaria es uno de los pilares del plan de promoción de Tile of Spain, definiendo el posicionamiento de las baldosas cerámicas españolas a nivel internacional. La nueva imagen busca reforzar la identificación del producto cerámico español, asociando nuestros azulejos y pavimentos cerámicos con unos valores diferenciadores de nuestro producto: diseño, innovación, re-

novación tecnológica y respeto al medioambiente. Por ello, elegir cerámica española es sinónimo de vanguardia y eso es lo que se ha querido comunicar al mercado internacional a través de una imagen visual audaz y un mensaje contundente.

La nueva imagen ha sido diseñada por Enric Aguilera, galardonado por sus creaciones con numerosos premios internacionales. Enric Aguilera es sin duda uno de los grandes nombres del diseño gráfico y la comunicación en España. Hemos charlado con él para que nos revele los secretos de la nueva campaña de Tile of Spain.



**ES FUNDAMENTAL QUE LA CERÁMICA TENGA UNA IMAGEN DE VANGUARDIA Y DE DISEÑO, ACORDE CON LOS GRANDES PROYECTOS ARQUITECTÓNICOS QUE SE REALIZAN DENTRO Y FUERA DE NUESTRO PAÍS"**

**C**ómo abordó este proyecto el Estudio de Enric Aguilera?

Desde un principio, nuestro principal objetivo era dar a conocer, de una forma diferente, los puntos fuertes de la cerámica española, permitiendo asociar estas propiedades directamente con el producto.

Debido a que a nivel internacional la cerámica española es identificada como un producto con un alto nivel de calidad y un sofisticado y acusado diseño, la campaña de comunicación no podía dejar de recoger estos dos valores destacados. Esto nos permitió darle un tono actual a la forma de expresarnos, contando además con una imagen atractiva y decisiva.

**¿Qué aspectos del producto cerámico en general y de la Industria Española en concreto le han sorprendido a la hora de trabajar con este sector?**

Me ha parecido extraordinaria la elevada innovación existente en las piezas cerámicas fabricadas por las empresas españolas, tanto desde un punto de vista tecnológico como creativo, contando éstas con unos usos y aplicaciones, que me eran desconocidos hasta este momento.

**YES,  
WE CHOOSE  
SPANISH  
*CERAMIC***



tile of spain®

Creo que nos encontramos con un producto en constante evolución, ampliamente utilizable y con un largo recorrido en el tiempo, que siempre estará asociado a las grandes corrientes de vanguardia.

**¿Cuáles fueron los retos a los que tuvo que enfrentarse para diseñar una campaña atractiva y vanguardista que, sin embargo, transmitiese la tradición y los valores de la "Cultura Española"?**

El principal problema era intentar explicar el producto cerámico sin caer en los clásicos tópicos de lo que es "español", ni que éste se identificase solamente con una única imagen relacionada con dónde y cómo se instala. Teníamos que intentar comunicar otros valores, de una manera más moderna, y que contase con un look más sutil y original.

Para nosotros era fundamental que la cerámica tuviese una imagen de vanguardia y de diseño, acorde con los grandes proyectos arquitectónicos que se realizan dentro y fuera de nuestro país.

Un color de moda como el magenta inunda la nueva campaña, ¿En qué se

basa su elección y qué cree Vd. que aporta a la misma?

Realmente, no sé si el color magenta está de moda, pero para mí es un color que asocio con elementos de carácter típicamente español, como es el caso del dorso del capote de los toreros.

No obstante, todo ello nos ha servido como excusa para la búsqueda de un código cromático que fuese notorio, y que rápidamente se asociara con la cerámica española.

¿Por qué la campaña propuesta invita a “elegir Cerámica Española”?

El objetivo es emitir un mensaje rotundo y contundente, apoyado en la plena seguridad de la elección de un buen producto, el cual no va a defraudar a nadie. Animamos a que se apueste por él. Se trata de una declaración de principios y de un compromiso “sin trampa ni cartón”.

También defiende que la Cerámica Española no es solo diseño...

Evidentemente, no sólo hay que hablar sobre si algo es bonito o feo. Existen muchos productos cuyo único punto fuerte es el diseño, siendo éste el máximo reclamo o “gancho” a la hora de vender. Sin embargo, con esta

frase, nuestra intención es que la gente sepa que el diseño es otra más de las cualidades con las que cuenta la cerámica española, además de tecnología, ecología, etc.



¿Debemos darle todo el poder a la tecnología? Yo más bien compartiría el poder de la imaginación con la tecnología.

No me negará que ahora todos dicen ser ecológicos...

Me parece muy bien que todo el mundo quiera ser ecológico. Desde mi propia perspectiva, esta actitud es adecuada, aunque en el peor de los casos se actué de esta forma por el simple hecho de ser snob. En estos momentos, este atributo representa un valor añadido para cualquier marca.

Simplemente, todos empezamos a comprender que es más idóneo que un producto sea reciclable, frente a otro que no lo sea. En un futuro inmediato esta perspectiva será imprescindible en cualquier mercado. Y para entonces la cerámica española estará a la cabeza de quienes no sólo se apoyan en lo “ecológico” como un argumento comercial, sino como una industria que se ha preocupado por innovar para ofrecer un producto respetuoso con el medio ambiente durante todo su ciclo de vida ■

*Anuncios de la campaña de Tile of Spain.*



# UNA MIRADA CERÁMICA HACIA EL FUTURO

La Universidad norteamericana de Harvard pone en marcha el proyecto Futuros Cerámicos bajo el patrocinio de ASCER

En su constante viaje hacia el futuro, Cerámica de España ha encontrado un compañero, además de valioso aliado, en el mundo académico norteamericano: se trata de la prestigiosa Escuela GSD -Graduate School of Design- de la Universidad de Harvard.

Esta reconocida institución ha firmado con ASCER -la Asociación Española de Fabricantes de Azulejo y Pavimentos Cerámicos- un convenio de colaboración de un año para desarrollar el proyecto Ceramic Futures -Futuros Cerámicos-, en el que se analizará la manera idónea de afrontar los crecientes desafíos de la customización -adaptación del producto al gusto de cada comprador- y la sostenibilidad para este material.

El proyecto Ceramic Futures, dirigido por los profesores Martin Bechthold y Christoph Reinhart, consta de tres fases:

La primera, de análisis de procesos se basa en estudios en profundidad sobre casos concretos en materia de sostenibilidad, fabricación, diseño y estrategias de negocio. La segunda fase -en marcha desde enero de 2010- incluye experimentación por parte de alumnos del GSD de Harvard para la customización del producto mediante tecnología robótica e impresión digital y la comparación con otros materiales enfocado en las aplicaciones interiores y exteriores en edificios, así como para uso urbano.

La última fase (de mayo a diciembre de 2010) consistirá en el desarrollo de las mejores ideas de la fase anterior con la realización de una o

más instalaciones-prototipo en el propio GSD de manera que converjan los dos estudios originales (el de customización y el de sostenibilidad) dando como resultado posibles mejoras en la competitividad de la cerámica.

Para complementar este proyecto, están en fase de estudio diversas charlas y/o seminarios a lo largo del año para dar a conocer el producto cerámico en el ámbito académico de la prestigiosa universidad norteamericana y hacer públicos los resultados más interesantes del proyecto.

Con esta colaboración, se refuerzan los lazos entre Harvard y ASCER y se abren las puertas a futuras actuaciones conjuntas entre la asociación española, que abarca un cada vez más amplio espectro en el mundo académico gracias a su Red de Cátedras de Cerámica <sup>(1)</sup>, y la célebre Universidad norteamericana, caracterizada por su excepcional equipo docente, por sus trabajos de investigación y por haber contado entre sus alumnos con arquitectos de la talla de Phillip Johnson, Fumihiko Maki o Frank Gehry, por citar sólo tres ejemplos que tienen en común haber ganado el Premio Pritzker ■

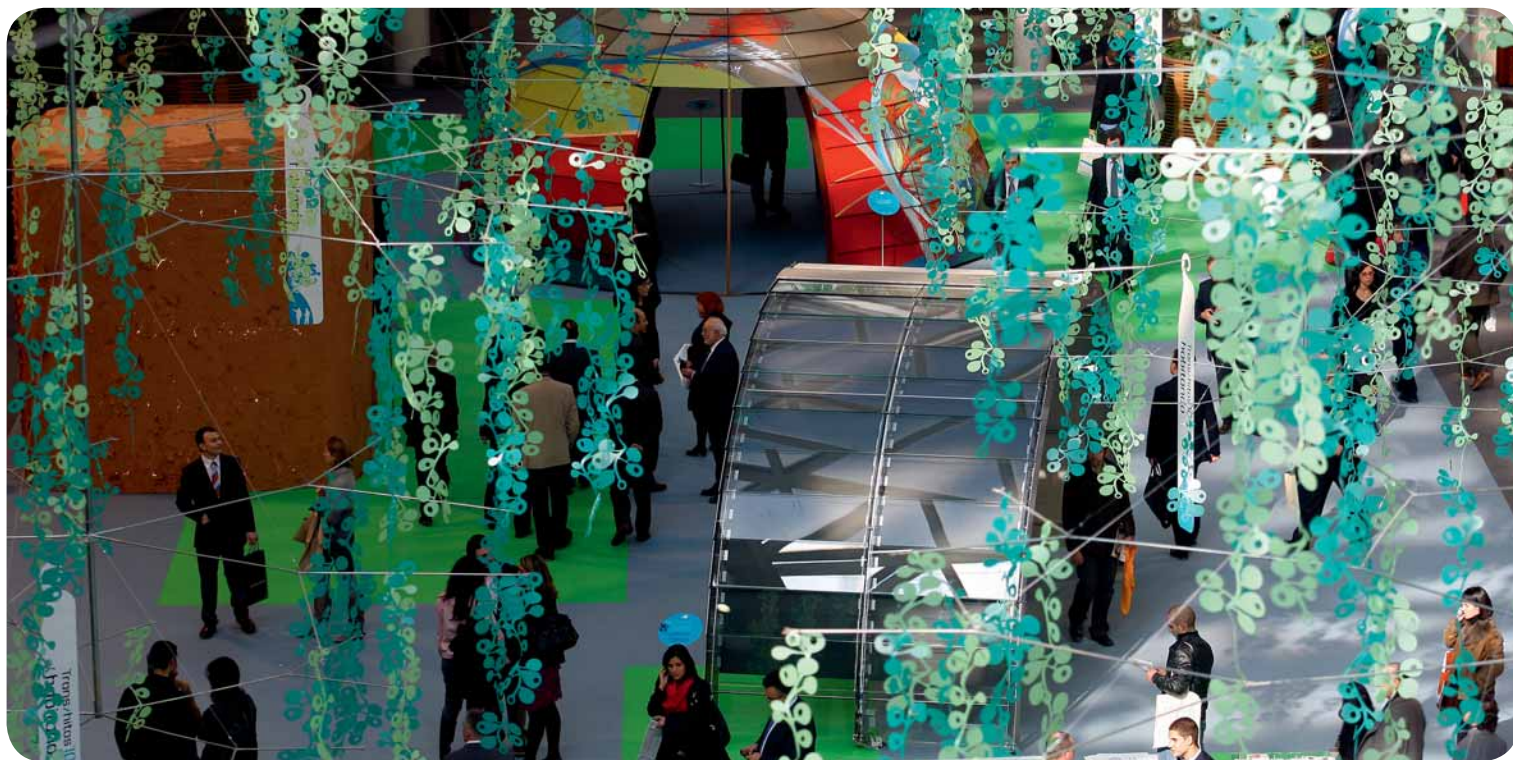
(1) Actualmente, forman parte de la Red de Cátedras de Cerámica la Escuela Técnica Superior de Arquitectura (ESARQ) de la Universidad Internacional de Cataluña, la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de la Universidad de Alicante, la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de la Universidad Politécnica de Valencia, la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de la Universidad Politécnica de Madrid y la Escuela de Arquitectura Técnica de la Universidad Jaume I de Castellón



Lecciones de cerámica española en la escuela de Harvard.

# LA EVOLUCIÓN DE LA VIVIENDA PLASMADA EN TRANS/HITOS 2010

“Habitando”, lema de Transhitos 2010, invitaba al público a reflexionar sobre la humanidad y las nuevas formas de convivir. Puso de manifiesto una imagen potente y coherente con todos los aspectos que en la actualidad tratan de satisfacer las nuevas necesidades de los habitantes de nuestras ciudades, todo ello a través de las infinitas posibilidades que ofrece la cerámica española.



*Transhitos ha mantenido en esta edición su estilo iconoclasta.*

La Muestra TRANS/HITOS 2010 de Arquitectura e Interiorismo en Cerámica llegó a su sexta edición coincidiendo como cada año con la celebración del certamen CEVISAMA. La exposición, una vez más, fue concebida, organizada y coordinada por ALICER, el área de Diseño y Arquitectura del Instituto de Tecnología Cerámica (ITC), en su esfuerzo por reflejar la amplitud y variedad de posibilidades que la cerámica española puede ofrecer actualmente para mejorar los espacios públicos en la arquitectura y el urbanismo, pero

también las nuevas funciones que ofrece al interiorismo, al arte y al diseño.

## LA INDUSTRIA CERÁMICA DESAFÍA AL FUTURO. TRANS/HITOS 2010: HABITANDO

Habitando, lema de TRANS/HITOS 2010, muestra dedicada a los últimos avances de la industria cerámica en el campo del interiorismo, la arquitectura, el urbanismo y el diseño de los materiales, ocupó el principal espacio de la feria valenciana Cevisama. La cita se convirtió en

uno de los principales puntos de interés dentro de la oferta complementaria que anualmente ofrece la organización de Cevisama a todos los profesionales que recorren Feria Valencia.

TRANSHITOS 2010: HABITANDO contó con importantes colaboraciones como los estudios de arquitectura de Patxi Mangado (Mangado y Asociados) además de Saeta Estudi y ADD+BailoRull con Javier Jiménez Iniesta.

*Sigue en página 14...*

### 1.- CRUZANDO EL UMBRAL

Esta primera área expositiva invitaba a quienes visitaban la exposición a pasar bajo una pérgola construida mediante una serie de casetones revestidos con piezas cerámicas de gres porcelánico de distintos colores que conformaban poliedros, apoyados sobre una serie de postes metálicos en los que se alojaban pantallas de vídeo. En estas pantallas se podían contemplar los proyectos premiados por ASCER en sus VIII Premios Cerámica de Arquitectura e Interiorismo.

### 2.- FAUX BOIS

En este espacio, Saeta Estudi ha tomado como referencia el llamado "Faux Bois", un concepto presente en la cultura del diseño con el que se definen los elementos que reproducen o reinterpretan la textura y el dibujo de la madera, imitando distintas partes de los árboles.



### 3.-TRAS LA CELOSÍA

Según afirmó su autor, el arquitecto Patxi Mangado, este espacio trataba de expresar la fusión entre la condición técnica y artística en la cerámica. El reto del proyecto era precisamente hacer una pequeña construcción a partir de un único perfil que se cortaba y se ensamblaba posteriormente formando enrejados y cierres. Después, tratar de experimentar qué ocurría cuando deslizándote, entrabas en él.

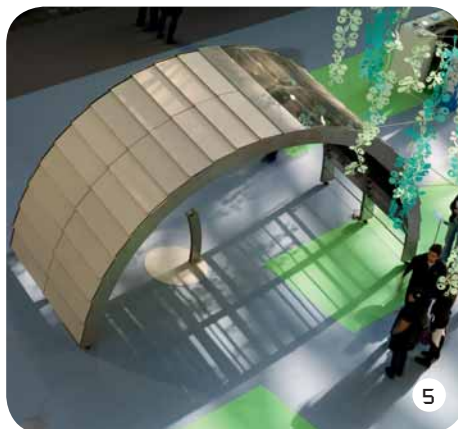


#### 4.- MEETING POINT

El Meeting Point constituía la zona central de la Muestra TRANS/HITOS y era el punto de encuentro por excelencia. La Muestra se desplegaba en unos 600 m<sup>2</sup> y este punto estaba concebido para constituir una zona neurálgica del certamen, un espacio en el que encontrarse, charlar, descansar y reponer fuerzas antes de continuar el periplo por CEVISAMA.

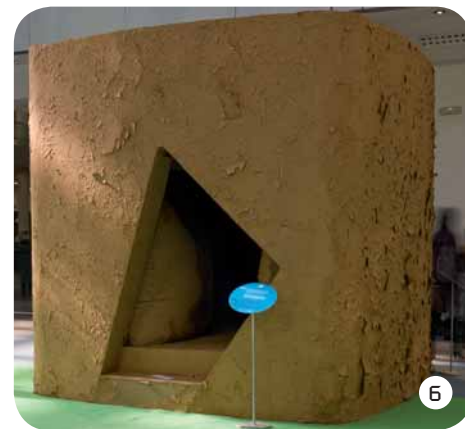
#### 5.- VIVIR EN UNA CÉLULA

Se trataba de una estructura semicilíndrica modular planteada como ampliación del Iglú Cerámico. Las dimensiones de esta estructura permitían que le pudieran ser añadidas a ambos lados las piezas cerámicas que conformaban el Iglú, de modo que la Célula constituía el cuerpo central de la construcción. A su vez, el Iglú, dividido en dos, servía para cerrar la Célula Habitable, cuya estructura estaba formada por seis arcos de acero inoxidable unidos entre sí y revestidos, en la cara Norte de piezas de cerámica y en la cara Sur, de vidrio laminado, permitiendo la insolación del interior del espacio.



#### 6.- ARCILLAS EXPANSIVAS

Arcillas Expansivas es un proyecto realizado por los arquitectos ADD Bailo Rull y Javier Jiménez Iniesta, que busca la generación de ambientes vinculados al universo cerámico en contacto con el agua. Los autores han buscado reproducir el proceso de desecación y agrietado de la arcilla, intentando realizar una inmersión en el proceso de formación de la cerámica más antigua trabajada por el hombre.



#### 7.- METAMORFOSIS

Este era el término utilizado para reflejar esta tercera aparición del Iglú Cerámico, un espacio concebido para presentar proyectos innovadores. En esta edición 2010, volvió a reaparecer con un acabado dorado, evidenciando la capacidad de transformación de la superficie cerámica propiciada por los nuevos sistemas de decoración, que permitían adaptar los productos cerámicos a proyectos concretos ■



# EL METRO DE NUEVA YORK SE VISTE DE CERÁMICA ESPAÑOLA

“Whirls and Twirls” de Sol Lewitt. Una pared gigante de gres porcelánico que explota de color en curvas y ondas sorprendiendo a los viajeros que transitan la estación de metro Columbus Circle.



Múltiples piezas de gres porcelánico de Alcalagres se unen para formar una estructura de gran complejidad.

Fotografías: Rob Wilson.

Recientemente se ha inaugurado en la entrada de la estación de metro “Columbus Circle”, en la calle 59 de la ciudad de Nueva York, un gran mural especialmente diseñado para este lugar por el norteamericano Sol Lewitt, uno de los pioneros del arte conceptual. Los 69.000 neoyorquinos que transitan a diario por esta estación, tienen una nueva atracción visual: Whirls and Twirls (Remolinos y vueltas), una obra doblemente especial, al tratarse del legado póstumo de este genial artista.

El mural forma parte de un proyecto de lavado de cara que la ciudad quiso regalarle a la estación. Sol Le Witt era de Connecticut; sin embargo conocía Nueva York y solía viajar siempre

en metro ya que no tenía permiso de conducir. Cuando le hicieron el encargo, le dieron la oportunidad de elegir cualquier lugar de la estación para realizar los casi 100 metros de mural y optó por la pared frontal del vestíbulo de acceso, siendo ésta la más transitada.

Sol LeWitt uno de los padres del minimalismo del siglo pasado, consigue en el espectador la sensación de estar integrado en una escenografía de formas que sorprenden a su paso, y el tamaño de los elementos cerámicos invita a mirarlos y a recorrerlos de forma activa.

Un mural inédito que sigue la línea de sus tradicionales Wall Drawings (pinturas sobre

el muro) pero que en este caso su estructura es mucho más compleja al estar formada por múltiples piezas curvas de gres porcelánico, lo que asegura una permanencia en el tiempo muy superior a las tradicionales obras diseñadas por este artista y ejecutadas directamente sobre los muros con pinturas acrílicas.

Aunque en el arte conceptual la ejecución adquiere un valor secundario, en este caso, y ante la complejidad de su fabricación en USA, se recurrió a empresas españolas para su elaboración. El mismo Sol LeWitt, poco antes de fallecer en abril del 2007, llegó a supervisar personalmente las muestras de colores de las pruebas realizadas por Alcalagres.



*Los neoyorquinos que viajan en el metro tienen una nueva atracción visual.*

Las bandas onduladas o franjas de colores que lo componen se han preparado a partir de 315 piezas de 45x90 cm esmaltadas con seis vivos colores (amarillo, verde, rojo, azul, púrpura y naranja) que sobre formas geométricas sencillas, se enlazan unos con otros como si de cadenas sin fin se tratase, y que discurren a lo largo de la superficie de la pared, como serpenteando y deslizándose sobre alineaciones verticales de colores.

Lo que a priori podría parecer sencillo se convirtió en un duro y largo trabajo. Era la primera vez que la obra de LeWitt se plasma sobre un elemento cerámico. Los co-

lores empleados no se habían concebido a partir de la cromática cerámica sino siguiendo otros patrones. Al plasmarlos sobre porcelánico, después de la cocción, los colores finales divergían en algunos matices de tono del patrón de color concebido por el artista. Se realizaron para ello decenas de pruebas y se profundizó en la investigación cromática con el fin de conseguir la máxima fidelidad posible entre los colores del artista y los de la técnica cerámica.

La realización de esta obra artística en cerámica se ha cuidado de manera especial para conseguir que la idea de su autor se repre-

## ARTE Y CERÁMICA SE DAN LA MANO EN ESTE COMPLEJO PROYECTO

sentase tal y como él la concibió. Coarce, empresa especializada en corte de chorro de agua "waterjet", se ha encargado de varias fases de su ejecución técnica.

La ciudad de los rascacielos nos vuelve a ofrecer una excusa perfecta para visitarla y poder disfrutar, además, del arte de uno de los artistas más importantes del siglo XX ■



*La paleta de color elegida llama la atención.*





- 1) Rafael Alvarez, socio de Alvarez + Brock Design, New York.
- 2) Jim Poteet, director de Poteet Architects, San Antonio, Texas.
- 3) Jennifer Nemec, directora y fundadora de Ideation Studio, Chicago.
- 4) Ralph Bicknese, director y co-fundador de Hellmuth + Bicknese Architects, St. Louis.

La última edición de CEVISAMA fue la ocasión perfecta para que, de la mano de Tile of Spain, un grupo de prestigiosos arquitectos norteamericanos se acercase a conocer de primera mano las últimas novedades de las empresas cerámicas españolas y las posibilidades y versatilidad de este material en distintos proyectos arquitectónicos. Aquí nos dan su visión sobre por qué la cerámica española es una apuesta ganadora para el diseño y la arquitectura del siglo XXI.

## LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN CERÁMICA OFRECEN INFINITAS POSIBILIDADES PARA EL DISEÑO

¿Cuáles son las características más interesantes de la cerámica en vuestra opinión? ¿Qué descubrimientos hicisteis en vuestra visita a CEVISAMA?

**Rafael Álvarez (RA):** Pienso que las nuevas tecnologías ofrecen infinitas posibilidades para el diseño.

**Ralph Bicknese (RB):** La estética general de la cerámica la hace muy atractiva y su versatilidad le da un gran valor añadido. Con la tecnología actual, la cerámica puede simular prácticamente cualquier material y en una extraordinaria variedad de texturas. La impresión digital es toda una revelación. En CEVISAMA vi aplicaciones de la cerámica que no conocía y otras que no están muy extendidas en Estados Unidos. La fachada ventilada y la fachada vegetal combinada con la Bionictile® fue la aplicación que más me impresionó. También me pareció interesante la variedad de fachadas ventiladas para mejorar la eficiencia energética de los edificios. Estos sistemas llevan tiempo en Europa pero en Estados Unidos se han utilizado relativamente poco. También estoy bastante intrigado con

el sistema de suelos técnicos elevados.

**Jim Poteet (JP):** Nuestros proyectos son actuales así que estamos interesados en las cualidades inherentes de la cerámica más que en la posibilidad de imitar otros materiales como la piedra o la madera, y ahí es donde la cerámica sobresale por encima de otras opciones. Por ejemplo, los nuevos formatos rectilíneos en gran tamaño, la precisión del hidrocorte para productos rectificadas o el color y la profundidad que se puede conseguir a través del esmaltado son cualidades muy interesantes y que pueden llevar al azulejo a nuevos usos en techos, muebles y construcciones exteriores.

**Jennifer Lynn Nemec (JN):** Tras mi visita a CEVISAMA yo destacaría la tendencia del azulejo tridimensional. Por ejemplo, las piezas cilíndricas o con efecto en tres dimensiones, que se están utilizando sobre todo en fachadas en Europa. Otra tendencia en 3D es la sensación de "movimiento" en el azulejo. Éste ya no aporta sólo color, sino una textura aplicada a las paredes, como se pudo ver en los distintos modelos con ondas y relieves que se expusieron en la feria.

En un momento en el que todo el mundo dice ser ecológico, ¿qué hace, en vuestra opinión, que la cerámica sea más sostenible que otros materiales de revestimiento?

**RA:** La cerámica siempre ha sido ecológica como material reciclable... sólo hay que recordar las obras de Antonio Gaudí en España.

**RB:** La cerámica es uno de los materiales más ecológicos que existe. Para empezar, está hecha de tierra, de arcilla. Es verdad que requiere una gran cantidad de energía para producirla, pero si consideras su ciclo de vida, la cerámica puntúa muy alto. Dura prácticamente para toda la vida, yo puse azulejos por toda mi casa y se conservan tan bien como cuando los puse hace 21 años. En superficies de alto tránsito como centros comerciales o edificios institucionales, la durabilidad es una característica muy importante. Además son muy higiénicos, generalmente todo lo que necesitan para una limpieza rápida es un paño húmedo. Los azulejos no emiten químicos dañinos como los VOCs (componentes volátiles orgánicos) y otros materiales sí. Tampoco absorben químicos perjudiciales que pudieran ser emanados después.

¿Es la cerámica capaz de dar a los arquitectos y diseñadores lo que buscan en términos de funcionalidad y creatividad?

**RB:** Totalmente. La cerámica española puede representar prácticamente cualquier textura y superficie y ser utilizada casi en cualquier situación: desde pavimentos que parecen madera o piedra, pavimentos elevados, fachadas ventiladas, falsos techos, toldos, persianas, frentes para armarios, verjas y obras decorativas, hasta piezas que absorben el óxido nítrico. Están disponibles en tamaños que van desde pequeños a muy grandes formatos, con grosores que van desde los 4 mm. Incluso las piezas grandes pueden colocarse con juntas extraordinariamente pequeñas o imperceptibles, lo que crea aplicaciones muy limpias, contemporáneas y de alta tecnología. Sin olvidar que la cerámica sigue estando también disponible en estilos tradicionales y diseñados a mano.

**JN:** Tuvimos la oportunidad de ver cerámica española en numerosos formatos para una gran variedad de aplicaciones, incluso en falsos techos y puertas para mobiliario de baño. Estas aplicaciones cerámicas necesitan menor mantenimiento y tienen una mayor duración que otro tipo de materiales.

¿Qué imagen tienen los fabricantes de Tile of Spain en los Estados Unidos?

**RB:** Desafortunadamente, en el centro-oeste del país, donde yo vivo, muy poca gente es consciente de cuáles son las capacidades de la cerámica española. Yo realmente no tenía ni idea antes de ver lo que he visto en España. Por lo que observé en CEVISAMA y los centros de producción que visitamos, parece que los fabricantes españoles pueden hacer prácticamente cualquier tipo de aplicación para el uso de cerámica en edificios. Los fabricantes están deseando colaborar con los diseñadores para producir diseños personalizados e incluso idear nuevas aplicaciones.

**JP:** Yo creo que en Estados Unidos se considera a España como un líder en diseño contemporáneo y Tile of Spain también se beneficia de esa imagen. Sin embargo, no hay nada como ver (y tocar) el producto en persona en Cevisama o en el showroom de un distribuidor local.

¿Creéis que la cerámica podría ser utilizada en proyectos importantes en Estados Unidos como está sucediendo en España? Por ejemplo, el mercado de Santa Caterina o el Pabellón Español en la Expo de Zaragoza.

**JP:** Eso espero. El Pabellón Español ejemplifica las cualidades poéticas de la arquitectura contemporánea en España. Estamos hambrientos de ese tipo de poesía en las construcciones de Estados Unidos.

**RA:** Llevo utilizando cerámica (alguna de ella, española) en muchos de mis proyectos. En esos casos, los azulejos se usaban más por motivos higiénicos, ya que son fáciles de limpiar. Ahora, tengo un punto de vista completamente distinto; los azulejos son también un material con el que diseñar.

**RB:** Por lo que he visto en esta visita estoy seguro de que los fabricantes españoles tienen la capacidad de proveer el producto adecuado para prácticamente cualquier tipo de aplicación.

¿Estáis observando cambios de tendencia o nuevos usos de la cerámica en Estados Unidos?

**RB:** Sí, pero bastante lentos. Creo que esto se verá a medida que la economía mejore. Por supuesto las aplicaciones decorativas de vanguardia estarán de moda. Pero también creo que el creciente énfasis en la eficiencia energética y, espero, en la duración del ciclo de vida del producto, además de la imposibilidad de reconstruir cada 40 o 50 años, hará que veamos más exteriores con cerámica tales como las fachadas ventiladas.

**RA:** En los últimos 10 años, los baños de los establecimientos de restauración se han convertido en espacios al día en las tendencias del diseño. Cada vez se utiliza decoración cerámica más a la moda.

Vosotros os especializáis en construcciones residenciales o comerciales. ¿En este sector, qué relación tiene la cerámica con el resto de materiales?

**JP:** En el mercado residencial de Estados Unidos, el asunto se debate entre cerámica contra piedra. Mis clientes con más visión de futuro ya prefieren los azulejos rectificados de gran formato. Creo que esto muestra una tendencia hacia la cerámica que continuará creciendo entre la clientela con más conciencia del diseño.

**RB:** Yo estoy especializado en edificios comerciales y aquí gran parte del papel de la cerámica se ha desarrollado en lobbies y baños. Creo que se debería expandir a otros espacios, incluyendo paredes decorativas, frentes de armarios y techos, especialmente en restaurantes, tiendas y aplicaciones en lobbies y salas de juntas.

**JN:** En el sector comercial, la cerámica tiene más aplicaciones que otro tipo de materiales. Dada la durabilidad del producto, utilizamos cerámica en muchos edificios de alto tránsito. Además, los nuevos diseños y formatos de tamaño de los azulejos españoles ofrecen un amplio abanico de posibilidades en cuanto al diseño.

¿Hacia qué dirección debería ir la industria cerámica en vuestra opinión? ¿Qué rol desempeñará en el siglo XXI?

**RA:** De nuevo, el desarrollo tecnológico es lo más interesante. Esperemos que el sector continúe con estas innovaciones y con el impulso al diseño ecológico. También me gustaría ver precios más competitivos en las innovaciones ecológicas.

**RB:** Los consumidores y empresas norteamericanas se fijan cada vez más en el perfil ecológico de los fabricantes. Un asunto a tener en cuenta es la eliminación de químicos dañinos no sólo del producto final sino de todo el proceso productivo. Los fabricantes españoles que están haciendo un buen trabajo en esta área deben hablar alto sobre lo que están haciendo y sobre sus planes futuros de mejora.

**JP:** Es impresionante cómo un producto tan antiguo puede estar ahora situado en la encrucijada de tantos avances tecnológicos y posicionado para tomar ventaja de todo ello a la vez.

¿Consideraríais el uso de la cerámica en vuestros proyectos futuros?

**RB:** Sin ninguna duda. ¿No se nota que me encanta?

**RA:** Yo siempre he utilizado cerámica en mi trabajo y continuaré haciéndolo. Algún día me gustaría diseñar mis propios azulejos para utilizarlos en mis proyectos... como ya hago con otros productos.

**JP:** Actualmente estamos en contacto con distribuidores locales de los productos que vimos en CEVISAMA para futuros proyectos. Nos gusta estar a la vanguardia. Queremos investigar nuevos usos para los azulejos de 4mm de grosor en muebles, en combinación con la tecnología de hidrocorte, y en el revestimiento de fachadas.

**JN:** Estoy deseando aconsejar cerámica española en nuestros próximos proyectos. Los preciosos productos de alta calidad que vimos en CEVISAMA añadirán una estética limpia y moderna a nuestros diseños ■

# VIVIENDO EN CERÁMICA



El estudio Ruso Interiorisme, creador de los interiores del proyecto, plantea una vivienda de gran habitabilidad que aprovecha en cada una de sus estancias distintas cualidades de la cerámica



*La cerámica protagonista en el tránsito de la zona de descanso al baño integrado en el dormitorio.*

**E**legante, moderna, cambiante, original pero con toques rústicos, espectacular pero, al mismo tiempo, cómoda y, sobre todo, habitable y funcional, la Casa Unifamiliar Comarruga del estudio Ruso Interiorisme es un ejercicio de plasticidad que aprovecha, según sus necesidades y en la mayor parte de sus estancias, las posibilidades técnicas y estéticas que convierten a la cerámica en la mejor opción del mercado en materia de pavimentos y revestimiento.

Esta vivienda de dos plantas, ubicada en Comarruga (Tarragona), responde a necesidades familiares y se distribuye en estancias inde-

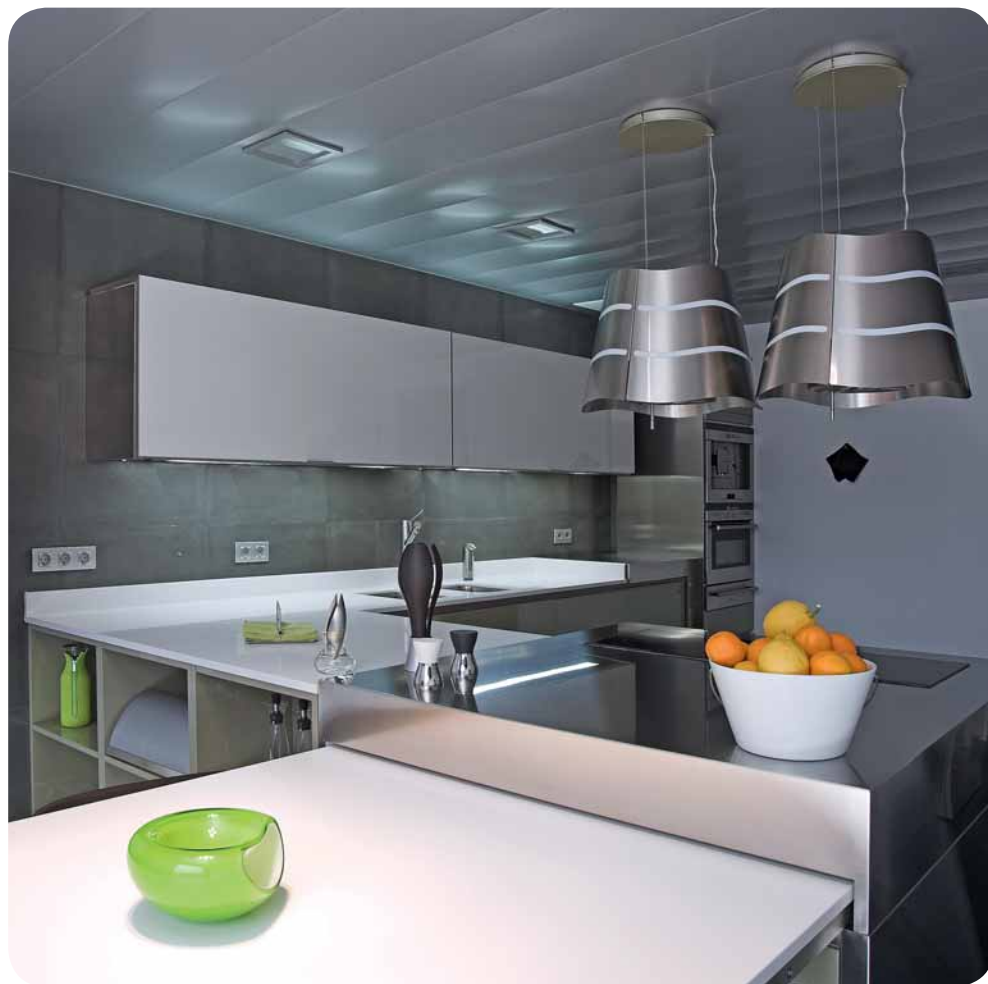
pendientes orientadas al mar y con zona de baño integrada, espacios comunes diáfanos y una zona spa en la misma vivienda, que, desde el centro de la casa y como eje principal del proyecto, adopta el papel de elemento vertebrador del cual parten todos los accesos a las demás estancias de la vivienda. Éste es el primero de los puntos en el que se hacía imprescindible la cerámica dentro del proyecto. El pavimento porcelánico escogido, de aspecto tosco, responde a la premisa estética de crear un ambiente natural, ya que recuerda a las pizarras originales, pero también aprovecha, a nivel técnico, la rugosidad del material

para asegurar la circulación de personas con los pies humedecidos y así evitar accidentes. Las piezas de gresite en color plata distribuidos aleatoriamente por toda la piscina irradian brillos en toda la vivienda, ya que esta zona está comunicada visualmente con el salón, el pasillo, el jardín y el gimnasio.

En la planta baja destaca una cocina moderna, amplia pero funcional y pensada para un uso continuo. Para su distribución final se ha tenido en cuenta la circulación de la vida diaria de

*Sigue en página 22...*

**AL SER UNA CASA CON GRANDES ENTRADAS DE LUZ, LOS REVESTIMIENTOS CERÁMICOS DE TONOS METÁLICOS DAN VIDA A LAS ESTANCIAS MEDIANTE REFLEJOS Y TONALIDADES CAMBIANTES**



*La tonalidad de la pared principal de la cocina es cambiante según la luz que reciba. Revestimiento INOX de APAVISA PORCELÁNICO.*



La cerámica resalta la personalidad de los más jóvenes de la casa. Alicatado pared curvada con mosaico 1x1cm. ONIX color negro.

sus propietarios ya que tiene acceso directo al porche, pero sin comprometer el estilo y la elegancia que caracteriza a la vivienda. Es por ello que se recurre en su pared principal a un gres porcelánico de aspecto metálico que juega con la tonalidad y el brillo al ser cambiante



El pavimento (Lava Negro Bocciardato de APAVISA PORCELÁNICO) crea un ambiente natural y, por su textura, permite una circulación segura con pies descalzos y húmedos.

según los reflejos de luz y el punto de vista desde el que se mira.

También el baño de cortesía está pensado de una forma funcional -encontramos todas las piezas necesarias para el aseo, sin mayores artificios-, pero sin privarse de detalles modernos e impactantes para sorprender a las visitas. Este punto lo aporta el pavimento y revestimiento porcelánico, que da un punto rústico, recordando a paredes de cemento rebozado, en contraposición al novedoso diseño que poseen sanitarios, griferías y mobiliario de baño. La rugosidad del pavimento también aporta mayor seguridad al caminar en esta zona de aguas.

Esta planta baja, de vocación común y diurna, se contrapone con un primer piso destinado a un uso privado, con los dormitorios de la familia, en los que la cerámica también cuenta con un papel destacado.

En la suite principal se da gran importancia a la zona del baño, integrándola por completo en el dormitorio. Aprovechando que la habitación tiene grandes ventanas a través de las cuales penetra luz natural durante todo el día, se ha trabajado con un alicatado porcelánico capaz de brillar con cada pequeño rayo de luz que reciba, y reflejar así, sus brillos por toda la estancia. Se trata de una elección, según el pro-

**EN LUGARES COMO LA PISCINA O EL BAÑO DE CORTESÍA, LA CERÁMICA NO SÓLO ES UN ELEMENTO ESTÉTICO FUNDAMENTAL, SINO QUE, POR SU RUGOSIDAD, TAMBIÉN ES UN ANTIDESLIZANTE IDÓNEO**

pio estudio, “decisiva a la hora de proyectar la estancia”, y convierte a la misma en un espacio elegante y sofisticado unificando todas las piezas necesarias para la pareja: dormitorio, tocador, baño y vestidor.

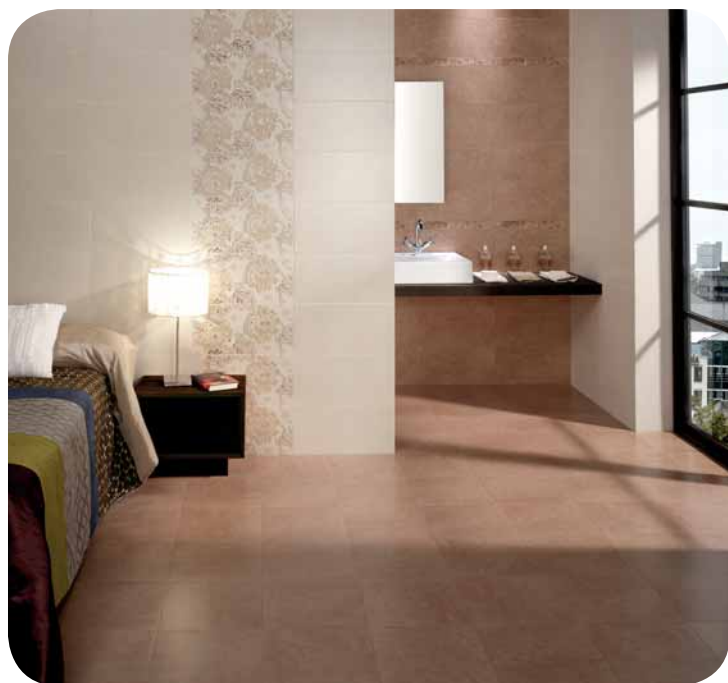
Por último, las habitaciones de los hijos -chico y chica- adolescente integran, de nuevo, la zona del baño totalmente en el dormitorio, dejando ocultas las zonas de higiene privada. Como en el caso anterior, estas transiciones están marcadas por el uso de cerámica -con un punto de referencial masculino y femenino respectivamente-, confirmando el gran protagonismo del material en un proyecto que aúna diseño y comodidad, conjugando, como pocos, funcionalidad y estética ■

# SHOWROOM // ÚLTIMAS TENDENCIAS



CERÁMICA ELIAS, Serie Vulcano. [comercial@ceramicaelias.com](mailto:comercial@ceramicaelias.com) · [www.ceramicaelias.com](http://www.ceramicaelias.com)

**ZIRCONIO**  
**SERIE-COLECCIÓN ÉLITE SAFE**  
 zirconio@zirconio.es  
 www.zirconio.es



**GAROGRES**  
**SERIE VISION**  
 ventas@garogres.com / export@garogres.com · www.garogres.com



**HALCÓN CERÁMICAS**  
**SERIE VERSAILLES -COLECCIÓN PORCELATEC**  
 global@halconceramicas.com · www.halconceramicas.com



## EMAC COMPLEMENTOS

SERIE FRANCIS MONTESINOS  
COLECCIÓN NOVOLISTEL Matices FRANCIS  
MONTESINOS

[info@emac.es](mailto:info@emac.es)

[www.emac.es](http://www.emac.es)



## SALONI

SERIE PROYECCIÓN Y SERIE CHEN

[saloni@saloni.com](mailto:saloni@saloni.com)

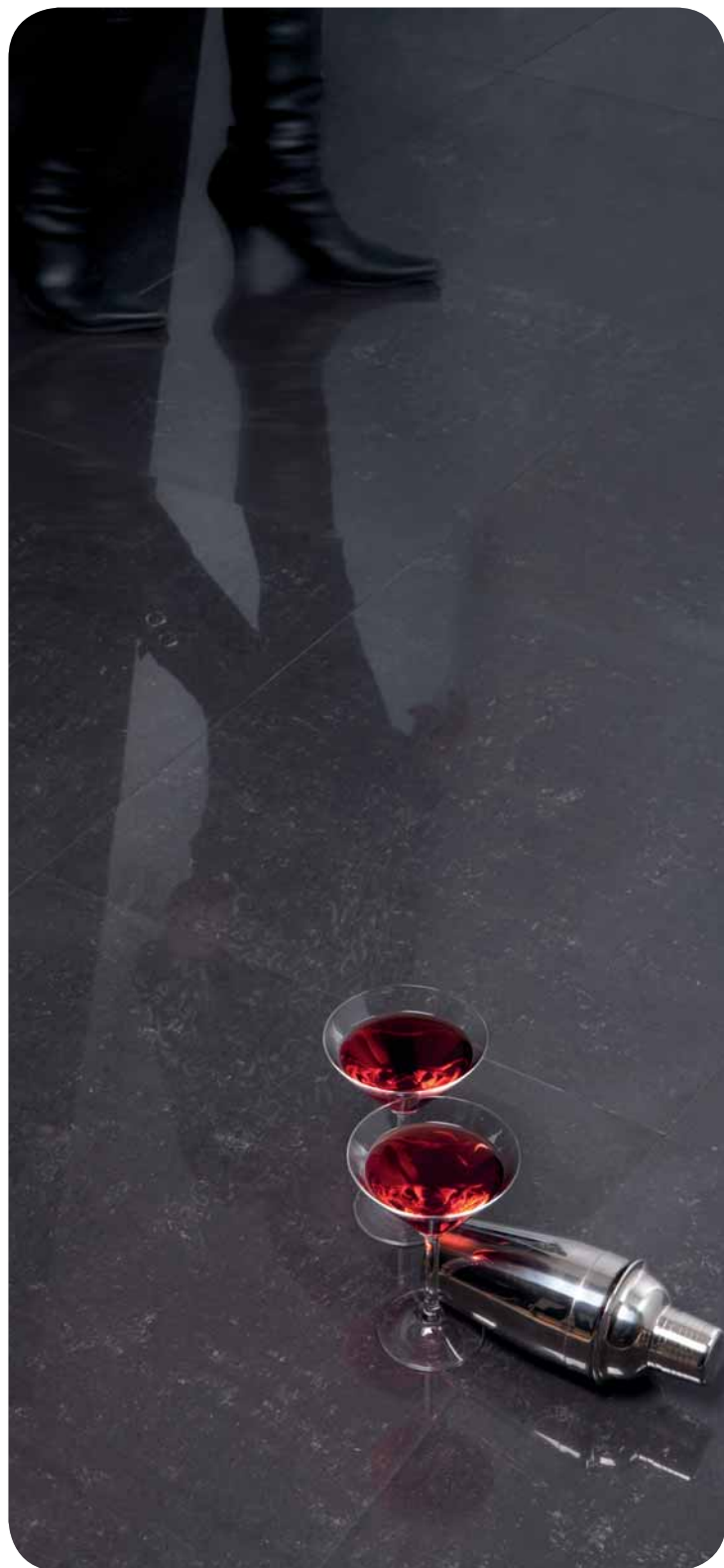
[www.saloni.com](http://www.saloni.com)

**CRISTACER**  
**SERIE ATENERA**  
**COLECCIÓN INKJET**  
cristal@cristalceramicas.com  
www.cristalceramicas.com



**INALCO**  
**SERIE 80.2 - COLECCIÓN**  
**GRANDES FORMATOS Y**  
**SERIE ELISIA - COLECCIÓN SLIMMKER**  
correo@inalco.es  
www.inalco.es





## ALCALAGRES

SERIE CITY - COLECCIÓN NEGRO

general@alcalagres.com · www.alcalagres.com



## SUPERCERAMICA

SERIE CARLSTONE

comercial@superceramica.com · www.superceramica.com



## TAU CERÁMICA

SERIE CORTEN 60X60 - COLECCIÓN TAU METALLICA

tau@tauceramica.com · www.tauceramica.com

**ONIX**  
**SERIE CLASSYGLASS**  
**COLECCIÓN ONIX COLLECTION**  
onix@onixmosaic.com  
www.onixmosaic.com



**UNDEFASA**  
**SERIE DAMASCO**  
info@undefasa.com  
www.undefasa.com





## EL BARCO

SERIE YAIZA

[elbarco@elbarco.com](mailto:elbarco@elbarco.com)

[www.elbarco.com](http://www.elbarco.com)



## CERÁMICA MAYOR

SERIE TEMPLO, FACHADA  
VENTILADA - COLECCIÓN FH

[mayor@ceramicamayor.com](mailto:mayor@ceramicamayor.com)

[www.ceramicamayor.com](http://www.ceramicamayor.com)

[www.tempio.es](http://www.tempio.es)

## Noticias de Empresa

### EL PABELLÓN DE CHINA EN LA EXPO DE SHANGHAI LUCIRÁ CERÁMICA DE COLORKER

La Expo de Shanghai 2010 contará con cerca de 3500 m<sup>2</sup> de cerámica española, tanto de pavimento como de revestimiento, siendo el proveedor oficial: la firma castellanense Colorker.



El material escogido para éste proyecto de gran envergadura y proyección mundial, será la serie Daño en su color beige, con formato 30,5 x 90,3. Dicha serie es un modelo diseñado con tecnología de impresión digital: Tecktonia.

Colorker estará presente en el pavimento y revestimiento del edificio Expo Center, destinado a ruedas de prensa, foros, conferencias y ceremonias. Será una de las pocas infraestructuras (junto con el pabellón de China y el Expo Boulevard) que no serán desmanteladas tras la exposición, y continuará su actividad como centro internacional de conferencias.

Mientras China sigue acaparando cada vez mayores cuotas de mercado en el comercio cerámico mundial, es más que significativo que se haya decidido a introducir en un edificio tan representativo cerámica de nuestro país internacionalmente reconocida como una marca de prestigio ■

### PAMESA Y CLIMASTAR, GALARDONADOS CON EL PREMIO ALFA DE ORO EN CEVISAMA.



*Pamesa recoge su premio.*

Tecnología, innovación y eficiencia energética son los tres valores que definen a Dual Kherr, nuevo material que reduce el consumo y optimiza el rendimiento de los sistemas de calefacción. Gracias a este producto Pamesa y Climastar han sido galardonados en la presente edición de Cevisama.

Este premio, que otorga anualmente la Sociedad Española de Cerámica y Vidrio, reconoce el valor de Dual Kherr, que aúna innovación tecnológica, funcionalidad y diseño para potenciar la eficiencia energética y conseguir un mayor ahorro de consumo en los sistemas de calefacción a los que se aplica.

Además, la gama Hi Tech dispone de aplicaciones de domótica inéditas hasta ahora en calefacción doméstica: sensor de enfriamiento, detector de presencia, alarmas anti-intrusión y anti-incendio, activación y desactivación vía sms... Estas aplicaciones potencian la eficiencia energética de la calefacción CLIMASTAR, al tiempo que aumentan la sensación de confort ■

### CERÁMICA Y TECNOLOGÍA INFORMÁTICA, EN EL CONCURSO PERONDA 3D

Coincidiendo con su nueva herramienta Peronda3D, la firma castellanense ha lanzado la primera edición del concurso homónimo, que busca, además de la promoción de la misma (descargable desde [www.peronda.es](http://www.peronda.es)), incentivar a talentos emergentes del interiorismo tanto en nuestro país como en el extranjero y tender puentes entre los campos del interiorismo y de la cerámica mediante nuevas herramientas digitales.

El concurso está abierto tanto a diseñadores e interioristas profesionales como a estudiantes y/o gente especializada en decoración de interiores y el plazo de inscripción comenzó el pasado 15 de febrero mientras que el plazo de recepción de trabajos se extiende desde el 15 de marzo hasta el 15 de mayo.

Los premios del Peronda 3D son de 2.000, 1.000 y 500 euros para los tres primeros clasificados respectivamente y las bases del mismo están disponibles en la web de Peronda, recientemente renovada ■





ASCEA  
C/. Ginjols, 3  
Castellón 12003, ESPAÑA  
global@ascer.es  
www.spaintiles.info  
Tel.: +34 - 964 72 72 00  
Fax: +34 - 964 72 72 12

Cumplimente el siguiente formulario y envíelo al fax: (+34) 964 72 72 12

A) Quisiera recibir más información sobre las siguientes empresas que aparecen en Ceraspaña:

- |                                              |                                            |                                                |
|----------------------------------------------|--------------------------------------------|------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ALCALAGRES          | <input type="checkbox"/> EMAC COMPLEMENTOS | <input type="checkbox"/> PERONDA               |
| <input type="checkbox"/> APAVISA PORCELÁNICO | <input type="checkbox"/> GAROGRES          | <input type="checkbox"/> PLAZA CERÁMICAS       |
| <input type="checkbox"/> CERACASA            | <input type="checkbox"/> GAYAFORES         | <input type="checkbox"/> REALONDA              |
| <input type="checkbox"/> CERÁMICA ELIAS      | <input type="checkbox"/> HALCÓN CERÁMICAS  | <input type="checkbox"/> SALONI                |
| <input type="checkbox"/> CERÁMICA MAYOR      | <input type="checkbox"/> INALCO            | <input type="checkbox"/> SUPERCERAMICA         |
| <input type="checkbox"/> CERÁMICAS APARICI   | <input type="checkbox"/> LA PLATERA        | <input type="checkbox"/> TAU CERÁMICA          |
| <input type="checkbox"/> COLORKER            | <input type="checkbox"/> LAND PORCELÁNICO  | <input type="checkbox"/> UNDEFASA              |
| <input type="checkbox"/> CRISTACER           | <input type="checkbox"/> ONIX              | <input type="checkbox"/> VENUS CERÁMICA        |
| <input type="checkbox"/> EL BARCO            | <input type="checkbox"/> PAMESA CERÁMICA   | <input type="checkbox"/> VIVES AZULEJOS Y GRES |
|                                              |                                            | <input type="checkbox"/> ZIRCONIO              |

Su profesión:

- |                                       |                                       |                                      |
|---------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Importador   | <input type="checkbox"/> Distribuidor | <input type="checkbox"/> Constructor |
| <input type="checkbox"/> Colocador    | <input type="checkbox"/> Comerciante  | <input type="checkbox"/> Arquitecto  |
| <input type="checkbox"/> Interiorista | <input type="checkbox"/> Otros        |                                      |

B) Desearía seguir recibiendo información sobre la industria española de baldosas cerámicas

☐ Actualice la siguiente información: ☐ Elimine de su lista el siguiente contacto: ☐ Inclúyanme en su lista de envíos:

Nombre (Sr.-Sra.): .....  
Cargo: .....  
Empresa: .....  
Dirección: .....  
Ciudad: ..... País: ..... Código Postal: .....  
Tel.: ..... Fax: .....  
E-mail: ..... Web: .....

La cumplimentación de los datos personales solicitado en el formulario es completamente voluntaria, pero necesaria para mantener correctamente actualizada la base de datos. La información será incluida en ficheros automatizados destinados al cumplimiento del objeto del servicio, consintiendo a su conservación con carácter indefinido hasta que ejerza su derecho de cancelación, y serán tratados de forma confidencial por ASCEA y por todas aquellas entidades que, atendiendo a la finalidad y el objeto de la toma de datos, puedan intervenir en su gestión. Para cumplir con su finalidad de directorio sectorial, y que terceros interesados puedan ponerse en contacto con aquellas entidades o personas que consten en dicha base de datos, es necesario facilitar el acceso por parte de terceros y su cesión a los mismos, dando aquellos que aparecen su consentimiento expreso para dicha cesión al facilitarnos su información o al no ejercer su derecho de cancelación u oposición a dicha cesión. Usted podrá dirigirse a ASCEA para solicitar la consulta, modificación, cancelación de los datos que nos ha facilitado, u oposición posterior al tratamiento, por escrito a la dirección C/ Ginjols, 3, 12003 Castellón (España), a la atención de "Servicio de Protección de Datos", o al telf. 0034964727200, fax 0034964727212, ó e-mail: global@ascer.es.



C/. Ginjols, 3 / 12003 CASTELLÓN / ESPAÑA  
TEL. +34 964 727 200 / FAX +34 964 727 212  
E-MAIL [global@ascer.es](mailto:global@ascer.es)

[www.ceramicadeespaña.es](http://www.ceramicadeespaña.es)