

neapolitan privacy

il riscaldamento in forma tubolare  
tubular heating

download:  
samo, zucchetti, titan

BAGNODESIGN

ASSOBAGNO  
FEDERLEGNO ASSOCIATO

la bimestrale internazionale  
monthly international magazine full english text  
IV numero 04 - euro 3,90



tecniche nuove

via 21, 20157 milano - tel 02 7723-5227  
editore SpA - Spedizioni in abbonamento  
- DL 355/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1,  
b) art. 1, comma 2

settembre/september 2006

04

# BAGNODESIGN



## ARTCERAM

### Concept by Sandro Meneghello e Marco Paoletti



«La grafica lega i prodotti allo spazio», affermano Sandro Meneghello e Marco Paoletti, progettisti e designer dello stand. Così lo spazio ArtCeram rispecchia perfettamente immagine aziendale e prodotti. «L'evento fiera è un momento in cui la azienda tende a conoscere e a farsi riconoscere all'interno del proprio settore merceologico. La fiera non è altro che una grande scatola cinese, dove si trovano contenitori e contenuti, si parte dalla fiera, si passa ai padiglioni e fino allo stand», continua l'Arch. Paoletti. «Ogni scatola ha un valore, un ruolo e fa fronte a delle necessità specifiche. In questo

contesto l'ultimo grande contenitore è proprio lo stand, primo biglietto da visita aziendale, elemento distintivo e rappresentante». Lo stand si estende su una superficie di 121mq, dei quali 25 sono dedicati a Hydra, distinta per concetto e prodotti e posizionata nell'intersezione tra i due lati aperti. Gli spazi sono ampi e minimalisti: pochi oggetti ma essenziali distribuiti solo sulle pareti perimetrali dello stand, quella nera a La Fontana, quella bianca ai lavabi Wall e Symbio. Sulla parete nera lunga 9 metri si dispiegano 6 batterie di lavabo multicolore. Una parete ad angolo interamente specchiata rad-

GIOCHI GEOMETRICI E COLORI. UN OPEN SPACE DOVE LE PARETI BIANCHE E NERE SI INTERSECANO ALLE STRISCE CURVILINEE DEL PAVIMENTO. UNA GRAFICA CONCEPITA NON SEMPLICEMENTE COME ELEMENTO DECORATIVO MA COME SISTEMA COMUNICATIVO INDIPENDENTE E INTEGRATO. An interplay of geometry and colour. An open space where the white and black walls intersect the curving stripes of the floor. Graphics conceived not merely as a decorative element but as an independent and integrated form of communication.



## ART CERAM

Art Ceram, azienda specializzata nella produzione di lavabi d'arredamento, è gestita dalla famiglia Brunelli dal 1987. Presente nel mercato internazionale, l'azienda si distingue per la particolare attenzione al cliente. Realizza una gamma di lavabi che per dimensioni, forma, stili e varietà soddisfano qualsiasi esigenza d'installazione. Art Ceram unisce alla grande tradizione artigianale la competenza specifica in tecniche di lavorazione. Gli impasti e gli smalti sono, infatti, di qualità superiore: quella del vitreous china e del fire clay eccelle per omogeneità, estetica e durata. Grazie alla collaborazione di diversi progettisti, dal 1997 la società ha ampliato la sua produzione accostando prodotti classici ad articoli di design. Nel 2005 l'ampliamento della varietà produttiva e l'utilizzo di materiali non convenzionali hanno segnato un nuovo stile comunicativo e produttivo. Grazie alla specializzazione e alle tecnologie più avanzate, Art Ceram realizza in breve tempo, prodotti unici e originali, dalle forme geometriche e squadrate, minimaliste, fatte con bacini e lavabi perfetti nel loro assoluto rigore alle linee morbide e avvolgenti con bacini concavi dove la sfericità della forma è sinonimo di rilassatezza.

doppia virtualmente lo spazio mentre due colonne grafiche alte 4 metri e rivestite in forex delimitano la zona hospitality. Nel grande open space gli articoli, inseriti nei diversi giochi geometrici, diventano i veri protagonisti. Dalle colonne, forti elementi di richiamo e impatto estetico, partono strisce adesive che attraversano i prodotti per finire oltre lo stand dando una sensazione di continuità eccetto lo spazio riservato a Hydra che è chiuso e dove la grafica delinea le outline dei complementi d'arredo.

«È vero, lo stand è comunque una struttura effimera e temporanea, ma è espressione e immagine di prodotti, servizi e concept aziendale. È il cuore della fiera e per l'impresa il modo di vendere è importante quanto ciò che vende», dice Sandro Meneghello. «Il nostro scopo è quello di lavorare con ambienti semplici cercando di far dialogare spazio, prodotti e azienda tra di loro attraverso una grafica riconoscibile con un forte trait d'union. Quello che cerchiamo è una identità precisa che tende a valorizzare il brand e dove la grafica rappresenta il punto di forza e l'elemento strutturale dei due ambienti», concludono i designer.



*"The graphics ground the products within the space", state Sandro Meneghello and Marco Paoletti, planners and designers of the stand. In this way, the Art Ceram space provides a perfect mirror image of the company and its products. "The trade fair event is the moment in which the company gets to know and gets itself known within its own product sector of the market. The fair is nothing more than an enormous nest of Chinese boxes, in which containers and contents can both be found, one starts off with the fair, then moves through the marquees to arrive at the stand", continues the*

*architect Paoletti. "Every box is valuable in its own right, it has its own role to play and specific requirements. Within this context, the final and most important box is the stand, an essential business card for the company, an element both distinctive and representational". The stand covers an area of 121 square metres, 25 of which are devoted to Hydra, distinct in concept and product and positioned at the intersection between the two open sides. The spaces are ample and minimalist: articles are few in number but essential, and distributed along the outside walls of the stand only, the black*

*one is for La Fontana, the white for the Wall and Symbio wash basins. The black wall, 9 metres in length, houses six sets of multicoloured wash basins. A corner wall, totally covered in mirrors, virtually doubles the space whilst two graphic columns, 4 metres tall and covered in forex, create the boundaries of the hospitality area. In the great open space and inserted into a geometric interplay, the articles become the real protagonists. From the columns, which provide a strong visual and aesthetic impact, lead adhesive strips, reaching the products and*  
(continued on page 157)