



ADI CERAMICS & BATHROOM DESIGN AWARD 2023, ADI BOOTH AWARD 2023: I VINCITORI

Assegnati al Cersaie 2023 i premi ADI destinati ai migliori espositori del settore ceramica e bagno, e ai migliori stand. Il primo riconoscimento è attribuito ai prodotti italiani appartenenti ai comparti della ceramica e dell'arredobagno.

La giuria della 9ª edizione dell'**ADI Ceramics and Bathroom Design Award** – composta da **Silvia Stanzani** (designer), **Oscar G. Colli** (cofondatore della rivista *Il Bagno oggi e domani*), **Carlo Branzaglia** (Consiglio direttivo ADI) e **Valentina Downey** (presidente di ADI Emilia-Romagna) – ha selezionato tra i prodotti esposti quelli che meglio coniugano innovazione e qualità progettuale.

L'**ADI Booth Design Award** – giunto alla sua 4ª edizione – è nato per valorizzare gli stand fieristici. **Cecilia Bione** (Accademia di Belle Arti di Bologna) e **Wladimiro Bendandi** (ADI Emilia-Romagna) hanno scelto tra gli stand di Cersaie 2023 quelli che meglio promuovevano il prodotto e meglio comunicavano l'identità e il valore dell'azienda.

I prodotti e gli allestimenti individuati dalle due commissioni sono candidati alla preselezione per l'edizione 2024 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.

Informazioni: segreteria-emiliaromagna@adi-design.org

Bologna, 27 settembre 2023

Ufficio stampa
Press office

press@adi-design.org



adi-design.org



YouTube

@adiassodesign



@ADI Associazione per il Disegno Industriale

I premiati e le motivazioni delle due giurie

ADI CERAMICS & BATHROOM DESIGN AWARD 2023

SEZIONE BAGNO

Disenia

LIBECCIO, colonna doccia

Design: 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."

Ceramica Dolomite

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."

SEZIONE CERAMICA

Marca Corona

IRIDEA

Design: Maria Chiara Russo

"Una serie di lastre di grande raffinatezza che coniuga design e un'estrema competenza tecnica, capaci di connotare con discrezione e coinvolgimento gli spazi grazie alle sfumature cromatiche ampie e ricercate."

Grandinetti

MISS

Design: Giuseppe Trivellini

"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."

Gambini Group

G-TECH

Design: 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 variegate."

Menzione speciale

Ceramica Fioranese

CEMENTINE

Design: 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."

ADI BOOTH AWARD 2023

Rubinetteria Treemme

"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."

Mavi Ceramica

"Una piccola realtà che ha una visione chiara del rapporto tra azienda e progettista e del ruolo del design. Lo stand, nella sua semplicità riesce a raccontare il percorso evolutivo dell'azienda e rendere estremamente leggibile il prodotto. L'uso del colore enfatizza la ricerca e il dinamismo che si sta inserendo nel mercato contemporaneo senza dimenticare le proprie origini e tradizioni artigianali."

Azuvi

"Lo spazio espositivo è ben curato in ogni dettaglio riuscendo a valorizzare i singoli prodotti e il brand 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 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."

Ceramica Flaminia

"Un progetto rigoroso che si spoglia di qualsiasi ambientazione e styling per riportare il prodotto al ruolo di protagonista. Le dieci 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."

Menzioni speciali

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."

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."