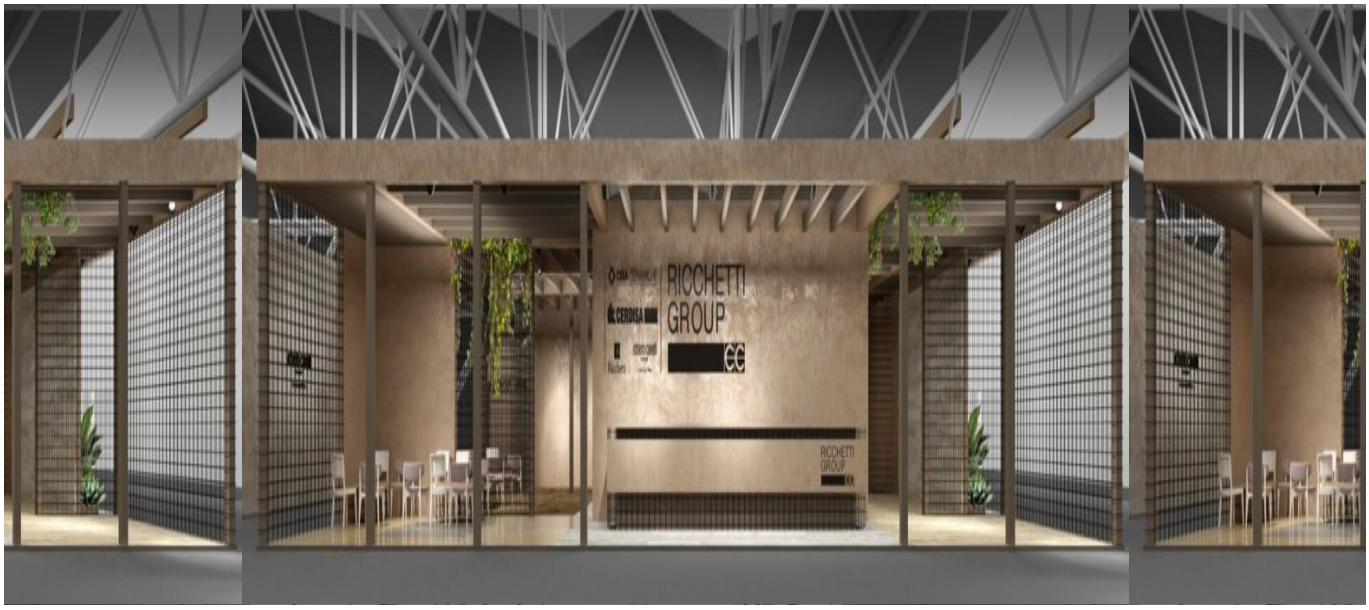
il giornale dell'ARCHITETTURA.com
MAGAZINE LIBERO E INDIPENDENTE SULLE CULTURE DEL PROGETTO E DELLA CITTÀ



Il Gruppo Ceramiche Ricchetti presenta il nuovo concept firmato Massimo Iosa Ghini

Da qualche tempo è iniziata la collaborazione con **Iosa Ghini Associati**, a cui è stata affidata la direzione artistica relativamente al rinnovamento dell'immagine aziendale, e che ha già avuto un primo episodio nella realizzazione di IN/OUT, installazione progettata in occasione di Open Borders durante l'ultima Design Week milanese, mentre il prossimo evento è atteso per fine settembre al Cersaie 2016 con l'allestimento dello spazio espositivo al **padiglione 26** di circa 700 metri quadrati e la progettazione di due nuove collezioni.

Concept dell'allestimento al Cersaie 2016 di Iosa Ghini Associati

Lo stand è suddiviso in tre spazi omogenei all'interno dei quali i visitatori potranno scoprire le nuove collezioni, muovendosi liberamente, immersi in un giardino continuamente mutevole, dove la vegetazione si fonde con il materiale ceramico in un dialogo naturale, ricco di cromie e trame vibranti.
La piastrella ceramica è il risultato della lavorazione di materiali naturali e di continui progetti di ricerca che il Gruppo Ricchetti sviluppa con particolare attenzione alla salvaguardia

dell'ambiente, tramite il recupero dei materiali di scarto, il recupero del calore e la riduzione dei consumi d'acqua nel ciclo di produzione.
In questa ottica, il binomio fra ambiente e progetto è il cardine attorno cui si sviluppa la costruzione dello stand. Il layout distributivo nasce dalla modulazione fluida e continua delle diverse collezioni di piastrelle attorno ad aree verdi, pareti espositive, pilastrini leggeri e setti filtranti di rete da cantiere. La rete elettrosaldata è scelta in questo caso per il rimando intuitivo al rapporto fra materiale ceramico e progettazione architettonica; ribaltando il consueto ruolo fra piastrella e solaio. La struttura portante a telaio consente la permeabilità visiva e fruitiva attraverso lo stand.
Il lungo banco reception, l'area bar e composizioni di tavoli e sedute, costituiscono gli elementi di unione a servizio comune tra i brand, differenziati invece con l'inserimento di oggetti di arredo come declinazione di specifiche vocazioni e target di riferimento.

Autore

gda