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



Cooperativa Ceramica d'Imola: dalle cooperative operaie ai luxury brand

Sono tre le anime della produzione ceramica imolese: anche se, cooperativamente parlando, si potrebbe dire che sono molte di più e il numero corrisponde ai soci dell'azienda. Infatti, **nata nel 1874** con la donazione della fabbrica agli operai da parte del proprietario Giuseppe Bucci, **la Ceramica d'Imola è la più antica cooperativa di lavoro italiana**. Questo retroscena storico, degno della miglior tradizione socialista imolese, si cela dietro **all'immagine d'eleganza e raffinatezza dei tre padiglioni dell'azienda** che non vendono solo un prodotto, ma che nelle piastrelle e nelle ceramiche propongono una storia.

Tiles full of life, ovvero ceramiche per tutti i gusti. Imola è il brand storico della produzione e colleziona al suo interno una lunga serie di contaminazioni (parola chiave della Cooperativa per il campionario di quest'anno) e citazioni architettoniche più o meno cristalline: **dalla serie concrete-like di Azuma** (che fa eco all'opera in cemento armato di Tadao Ando a Osaka, con tanto di inserti color ruggine a ricordo dei tondini corrosi, alla faccia della carbonatazione), **fino alla serie Tube**, le cui assonanze underground si riflettono in una riproduzione fotografico-ceramica delle vetrate dei capannoni della prima produzione imolese, con indubbio e comprensibile compiacimento autobiografico.

Tile with style, ovvero il tatto è importante. Bisogna idealmente spostarsi di 15 chilometri

verso il mare per trovare le note lussuose che ormai denotano il mondo ceramico: con il **brand LaFaenza**, la Cooperativa mostra il suo lato più tattile e "femminile" (anche se ben si sa che il composto ceramico è fluido come il gender, e allora forse bisognerebbe andare oltre l'abusato binomio femminile-maschile nella descrizione dei prodotti), offrendo ceramiche che intersecano materiali diversi (la creta, il cuoio, il cemento) e geografie lontane (come le grotte di Postumia, evocate dalla serie Radika), tutte proposte su grandi formati (le vere colonne d'Ercole dell'eleganza di questa edizione fieristica).

Evolutionstile, ovvero assonanze nordiche. Ulteriori geografie si aggiungono a questa mappa della citazione architettonico-naturalistica, che sposta il suo baricentro verso latitudini artiche. Nello specifico, il **brand Leonardo** offre alcune serie dal rigore asettico che permettono un viaggio dalle miniere di carbone del Belgio (C_Mine) fino all'Islanda dei ghiacciai e dei vulcani (65° Parallelo), senza rinunciare a un immaginario arboreo che si avvale di un padiglione dall'allestimento scandinavo, con giochi di specchi tra tronchi di betulle – forse nel tentativo, comune ormai a molte aziende, di vincere definitivamente la gara contro il parquet.

Autore

Sofia Nannini

È ricercatrice in storia dell'architettura presso il Politecnico di Torino. È la Principal Investigator del progetto ERC StG 2025 Animal Farm: An Architectural History of Intensive Animal Farming (1570–1992). Il suo lavoro sulla storia architettonica dell'allevamento intensivo è stato sostenuto dal Canadian Centre for Architecture e dal Paul Mellon Centre for Studies in British Art. È autrice di Icelandic Farmhouses: Identity, landscape and construction (1790–1945) (Firenze University Press, 2023), The Icelandic Concrete Saga: Architecture and Construction (1847–1958) (Jovis, 2024) e Is there a known optimum gate size for the dual control of cattle and sheep? (Canadian Centre for Architecture, 2025). È co-curatrice della sezione "The Animal Is Present" nella mostra "Convivium: Food Systems at the Limit" presso l'Architekturmuseum der TUM, Munich (Aprile-Ottobre 2026).