

**VALENCIA. CERAMICHE PER L'ARCHITETTURA IN MOSTRA**

## L'Europa a Cevisama

Con un nuovo logo "high-tech" e nuovi prodotti in esposizione, Cevisama, il salone internazionale della ceramica architettonica e arredobagno, tornerà a Valencia dal 10 al 13 febbraio 2009. I dati dell'edizione 2008 rivelano un aumento di oltre il 50% nel numero di professionisti in visita alla fiera: architetti, tecnici dell'architettura, progettisti d'interni e designer industriali.

Il 75% dei visitatori stranieri registrati all'ultimo Cevisama proveniva dall'Europa. Il numero di acquirenti stranieri, venuti

da 145 paesi, è salito a 13.869, per un incremento di quasi il 9%. E ancora più significativo è stato il +14% di aziende estere in visita.

Più di 2000 acquirenti francesi hanno visitato Cevisama 2008, facendo della Francia il primo paese per numero di visitatori. In seconda posizione l'Italia con 1600 visitatori, terzo il Portogallo con 1100 visitatori. Quasi 800 professionisti dal Regno Unito hanno fatto dello stato d'Oltremarica un altro paese che ha mostrato di apprezzare la fiera valenciana. ■



**VALENCIA. ARCHITECTURAL CERAMICS ON DISPLAY**

## Europe at Cevisama

With a new "high-tech" logo and new products on display, Cevisama - the International Fair for Architectural Ceramics and Bathroom Equipment, is back in Valencia from 10th to 13th February next year. The final attendance figures of the 2008 edition reveal a rise of over 50% in the number of specifiers who visited: architects, architectural technicians, interior and industrial designers.

75% of foreign visitors who registered for this last Cevisama came from Europe. The number of foreign buyers,

who came from 145 different countries, rose to 13,869, an increase of almost 9%. More significant however was the 14% increase in the number of foreign companies visiting.

More than 2000 French buyers visited, placing France at the head of the list of countries that fielded visitors to this latest Cevisama. Italy came in second with 1600 visitors, and Portugal third with 1100. Almost 800 British professionals visited, making the UK another country that attends the event in large numbers. ■



**PARIGI. IL PRODOTTO CERAMICO ITALIANO IN FRANCIA**

## Ceramic Tiles of Italy a Maison & Objet

Ceramic Tiles of Italy, il marchio che da oltre quarant'anni porta nel mondo la qualità e le peculiarità che contraddistinguono le piastrelle di ceramica made in Italy, è presente anche quest'anno a Maison & Object, la fiera internazionale parigina di interior design (5-9 settembre 2008). I prodotti di punta delle imprese italiane produttrici di piastrelle di ceramica sono esposti nella sezione Projets, in uno stand disegnato dagli architetti Dante Donegani e Giovanni Lauda.

Il mercato francese è uno dei più importanti sbocchi commerciali per il settore ceramico italiano: l'export italiano verso la Francia nel primo trimestre

2008 ha raggiunto i 16,5 milioni di m<sup>2</sup>, per un controvalore pari a oltre 182,1 milioni di euro. Nel 2007 i consumi di piastrelle in questo Paese sono aumentati dell'1,7%, per avvicinarsi ai 137 milioni di m<sup>2</sup>. Oltre che dalle dimensioni, l'importanza di questo mercato deriva in particolare dalla sua apertura al commercio estero.

Nata nel 1995, Maison & Object è uno dei principali punti di riferimento per architetti, decoratori, progettisti, interior designer, arredatori e giornalisti. L'edizione di settembre 2007 registrò 73.638 presenze (+4% sull'anno precedente), di cui 28.857 dall'estero. ■

## La ceramica e la luce a Tecnargilla

A Tecnargilla, il principale salone internazionale delle tecnologie e delle proposte estetiche per l'industria ceramica e del laterizio (Rimini, 30/9-4/10/2008), ritorna il Ceramic Workshop, il contenitore di eventi nato nel 2002 per fornire spunti di riflessione sui nuovi orizzonti di decorazione e applicazione della ceramica nella casa e nella città. Quest'anno prende il nome di Ceramilights e sviluppa il tema del rapporto tra la ceramica e la luce. In quest'ottica è realizzato un allestimento come una sorta di tunnel luminoso e leggero, chiuso alle estremità da due volumi di maggiore consistenza.

All'interno della mostra, c'è anche per quest'edizione l'area tendenze *Color Trends*, dedicata alla metafora della luce attraverso i colori, le finiture, le texture e i decori.

