

el Periódico del **Azulejo**

DIRECTOR: ÁNGEL BÁEZ CALVO.
MAYO Y JUNIO DEL 2023

NÚMERO 263
www.elperiodicodelazulejo.es

La cerámica de
India, «amenaza»
para el Tile of
Spain en el mundo

Lamosa invierte 50
millones de euros en
la planta de Roca
Tiles en España

Alta **decoración**

SALONI - ESPACIO ECOPLÉN - RUIZ VELÁZQUEZ EN CASA DECOR 2023

Sumario

Industria

Página 4



Preocupación por el avance de **India**

Industria

Página 8

Entrevista a Christian Domínguez **(TAU)**

Industria

Página 10

Lamosa 'inyectará' 50 millones en **Roca Tiles**

Colocación

Página 22

Más soluciones **Emac**

Diseño

Páginas 17 a 20



Casa Decor, 'vergel' de ideas para el hábitat

Director: Ángel Báez Calvo. **Redactor Jefe:** Pepe Beltrán. **Jefa Ediciones Especiales:** Eva Colom. **Contenidos:** Javier Cabrerizo. **Diseño:** José Martos. **Fotografía:** M. Nebot, G. Utiel, E. Pradas, D. García y KMY Ros. **Edita:** Comunicación y Medios de Levante, SL. **Director Comercial:** Jesús Dualde. **Ejecutivo de ventas:** Javier Cabrerizo. **E-mail:** azulejo@elperiodico.com. Ctra. Almassora, s/n. 12005 Castellón. **Teléfono:** 964 349 500. **DL:** CS-016-2000

Suscríbete al boletín de noticias de El Periódico del Azulejo'

Recibe cómodamente en tu correo electrónico las principales noticias del sector: ferias (Cersaie, Cevisama, Coverings, MosBuild, Casa Decor), tendencias, nuevos productos, diseño, maquinaria, distribución, reformas, interiorismo, arquitectura, colocación, baños y cocinas....

Azulejo newsletter



www.elperiodicodelazulejo.es



Descubre más



PORCELANOSA

porcelanosa.com



El riesgo para el azulejo español es que India es actualmente el segundo mayor productor de cerámica del mundo, tras China, y el exportador con mayor tasa de crecimiento del panorama internacional.

India es «una amenaza para la cerámica española»

Ascer señala que India «sustituye» a China en mercados que tiene ‘bloqueados’ mediante barreras comerciales



La oferta de cerámica ‘made in Spain’ compite en muchos destinos internacionales, incluso en Europa, con el material de origen indio.

Dentro de la industria azulejera de Castellón va *in crescendo* la preocupación por el avance de la cerámica india en el mercado mundial. Ascer, la Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos, responde a las preguntas de **El Periódico del Azulejo** sobre la pujanza del azulejo indio y sus consecuencias para el Tile of Spain.

Desde la patronal señalan que «India es actualmente el segundo mayor productor de cerámica del mundo, tras China, y el exportador con mayor tasa de

crecimiento del mundo». «Este último punto es el que más preocupa, ya que India está sustituyendo a China en muchos mercados en los que el gigante asiático tiene el acceso *bloqueado* por la imposición de medidas de defensa comercial, como es el caso de la UE o de Estados Unidos, pero en el que India no tiene limitaciones de acceso o las que tiene son insuficientes», afirman.

Sobre las medidas *antidumping* que impuso Europa en febrero a la cerámica india (también a la turca), desde Ascer valoran que «las medidas impuestas osci-

lan entre el 6,7% y el 8,7% y se puede anticipar que pueden no suponer un freno real a la llegada de material, tal y como la industria europea necesitaría para proteger el mercado». «No obstante, todavía es pronto para valorar la efectividad de las medidas», expresan.

En cuanto a si hay articulado algún sistema de vigilancia para evitar que los productores indios entren en Europa, desde Ascer indican que «las medidas llevan pocos meses en vigor y desde la industria europea se está vigilando si el volumen de importaciones de India en la

Unión Europea sigue aumentando y a qué precios. Esto nos sirve para ver si los exportadores indios están siendo capaces de absorber el arancel impuesto y seguir vendiendo a precios muy bajos, de dumping y, en ese caso, valorar otros procedimientos futuros de defensa comercial».

Preguntados sobre si India es hoy la principal amenaza para el Tile of Spain en muchos mercados, los representantes de Ascer destacan que «tras conseguir reducir la cuota de mercado de China en la UE gracias a las medidas *antidumping* impuestas en 2011 (y actualmente en renovación), India es, sin duda, una amenaza para el Tile of Spain en determinados mercados. En 2021 aumentó las exportaciones un 10% y su media anual de crecimiento de exportación en los últimos 10 años supera el 30%».

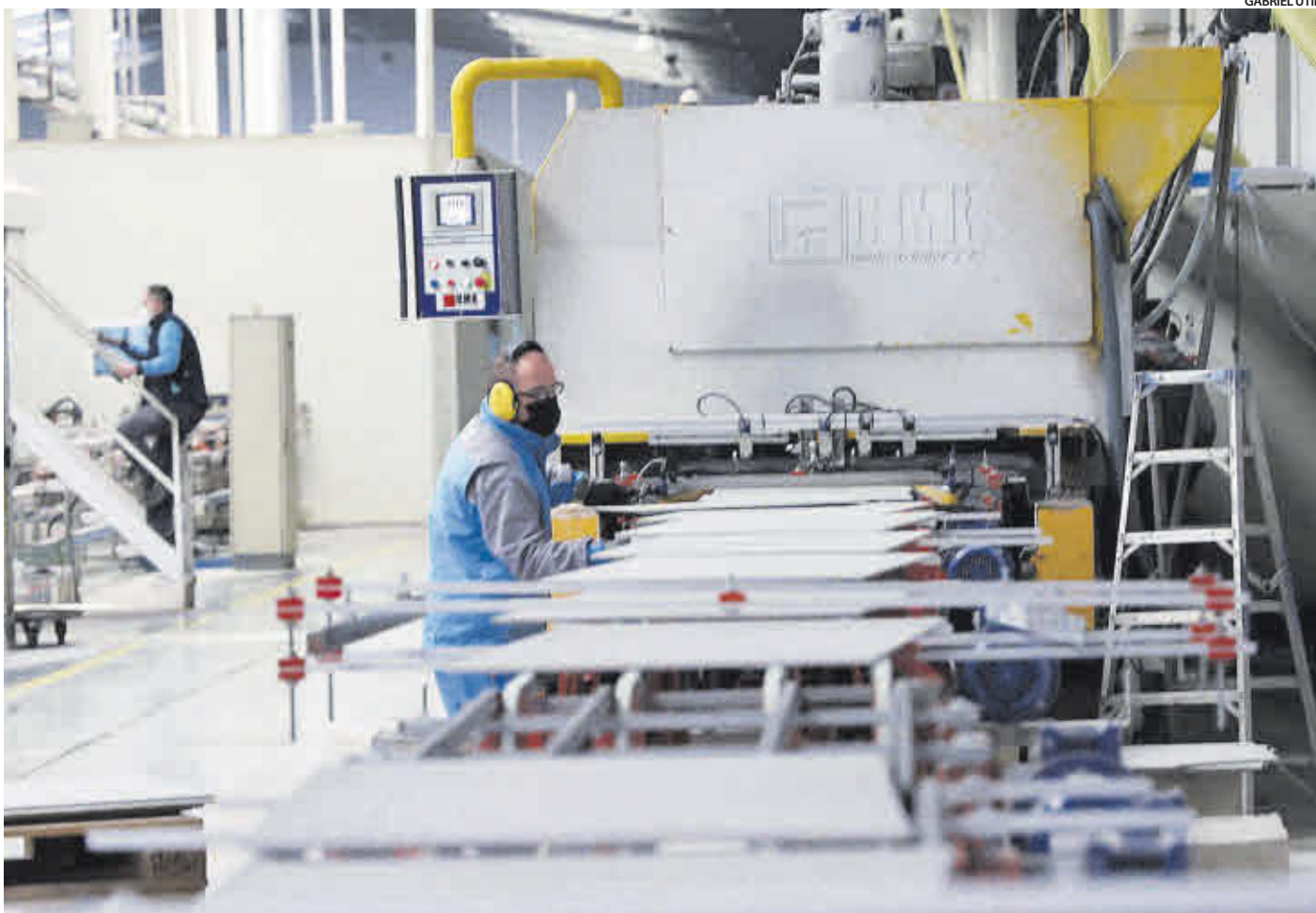
«El problema es que su tasa de exportación, que se estima que está en torno a los 480 millones de metros cuadrados, es menos del 20% del total de su producción, lo que advierte del enorme potencial del país para vender en el resto del mundo», argumentan desde la patronal azulejera, al tiempo que enfatizan que «la cerámica *made in Spain* va más allá del producto en sí, ofreciendo un producto ampliado y acompañado de un servicio al cliente que nos diferencia de otros productores cuyo máxima propuesta de valor es el precio».

PRESENCIA EN CEVISAMA 2024

En cuanto a si se debería limitar más la presencia de compañías de origen indio en la próxima edición de Cevisama, que se desarrollará en febrero del 2024, desde la asociación de fabricantes españoles reseñan que «Ascer participa en el comité organizador, que no toma este tipo de decisiones, que corresponden a los órganos rectores de Feria Valencia donde no intervenimos. En cualquier caso, veremos qué sucede con la nueva estructura de Feria Valencia y la política que adoptan ante este tipo de situaciones».

El adelanto electoral, nueva traba a las ayudas al sector

La disolución de las Cortes deja sin efecto los cambios en la ley de morosidad y multiplica la **incertidumbre**



GABRIEL UTIEL

El adelanto electoral cambia los planes sobre las ayudas a los sectores gasintensivos y abre la puerta a retrasar más la publicación de la convocatoria.

El Congreso de los Diputados aprobó a mediados de mayo una modificación en la ley Crea y Crece, que facilitaría a las empresas de la cerámica de Castellón optar al paquete de ayudas de 450 millones de euros a la industria gasintensiva. Estaba previsto que los cambios en la normativa entraran en vigor durante la primera semana de junio, pero la disolución de las Cortes —tras la convocatoria de elecciones generales para el próximo 28 de julio— impedirá este avance. Después del trámite del Congreso, se debía ratificar en el Senado, pero todo este proceso ha quedado detenido para decepción de las compañías del clúster cerámico.

Desde la Cámara Alta ratificaron que el cambio legislativo «decae por el adelanto electoral», por lo que la votación de los diputados no sirve de nada. El trámite parlamentario deberá empezar de nuevo, por parte de los diputados y senadores que salgan elegidos en los próximos comicios de julio.

La variación en la ley era una de las reivindicaciones manifestadas por patronales y agentes sociales del clúster azulejero al ministro de Industria en funcio-

nes, Héctor Gómez, en las dos reuniones mantenidas recientemente. Con todo, este cambio no había dejado satisfechos a los representantes de los empresarios, ya que se rebajan los requisitos para optar al dinero, aunque no lo suficiente. Las compañías deben regularizar los plazos de pago en seis meses, o de lo contrario deberán devolver las ayudas.

Algo que desde las patronales se consideraba muy difícil, teniendo en cuenta la crisis energética que azota al sector desde hace más de un año.

LABERINTO BUROCRÁTICO

Los frustrados cambios en esta ley eran el primer paso para publicar la convocatoria de ayudas. Ahora, con este nuevo escenario, tanto los representantes empresariales como los sindicatos mayoritarios dentro del sector dudan de que este paso llegue antes de las elecciones. Además, no tendría sentido si antes no se ha cerrado la modificación en la ley Crea y Crece. De ahí que las elecciones van a significar en la práctica que se demore, todavía más, el reparto del dinero.

Todos estos contratiempos hacen temer que el 2023 sea un año en blanco

para la concesión de ayudas a la cerámica y los esmaltes dedicados a esta industria. Si las ayudas del pasado año se limitaron a 28 millones de euros, como manifestó la anterior ministra de Industria, Reyes Maroto, en su visita a la última edición de la feria Cevisama, se corre el riesgo de que el respaldo no llegue hasta final de año, pese a la insistencia de los afectados. Unos 450 millones que, además, se deben repartir entre otros 30 sectores industriales de todo el país.

LA CONCESIÓN, «EN EL AIRE»

Frente a esta situación, Anffecc, la Asociación Nacional de Fabricantes de Fritas, Esmaltes y Colores Cerámicos, ha vuelto a alzar su voz ante el contexto que están afrontando los últimos meses las empresas del sector.

Fernando Fabra, presidente del colectivo, ha evidenciado su «preocupación ante el anuncio de la convocatoria de elecciones generales, puesto que deja en el aire la concesión de las ayudas para sectores gasintensivos, al quedar pendiente de ratificación por el Senado la propuesta de orden que desarrollaba el R.D.L. 20/2022».

Es cierto que, en el borrador de Orden se incluía una excepción al cumplimiento del artículo 13.3 bis de Ley General de Subvenciones pero, según se manifiesta desde Anffecc, «la medida resultaba insuficiente, puesto que seis meses de demora en el cumplimiento de este requisito impuesto por la Ley de Morosidad era un plazo muy breve de tiempo como para poder cumplirlo con holgura».

Pese a ello, estima, «la realidad es que la disolución de las Cortes hace que la medida quede en el aire, y esto conlleva un retraso muy grande en la aprobación y concesión definitiva de las ayudas, que se pospondrá a la constitución del nuevo gobierno y ministerios, con quienes habrá que volver a reunirse y negociar».

«UN LASTRE MÁS»

En definitiva, indica, «supone un retraso de varios meses para recibir unas ayudas que el sector confiaba en percibir antes de que llegara el verano, y esto es un lastre más ante la situación que padece el sector, que sigue siendo muy grave». Fernando Fabra explica que, a pesar de

Desde Anffecc

lamentan que «es un retraso más para recibir unas ayudas que confiábamos percibir antes del verano»

que hayan bajado los precios del gas en los índices de referencia internacionales, «esta caída no lleva aparejada una rebaja en los costes reales de las empresas, pues se tuvo que asumir la compra del gas a más largo plazo hace ya tiempo, a los precios marcados entonces, para poder tener una garantía de suministro a un precio estable».

Por estos motivos, incide en que «la pérdida de rentabilidad sigue siendo notable. A pesar de que las cifras de exportación hablen de crecimiento, es solo aparente, pues la caída de la exportación en toneladas en el primer trimestre de 2023 es del 25%, lo que da una idea de que el incremento se debe a la repercusión en los precios de los incrementos de costes y a la inflación, no a un aumento real del volumen de negocio».

De hecho, según apuntan desde Anffecc, «el mercado nacional tampoco se ha recuperado, y las ventas caen en torno a un 30-40% con respecto a 2022, ya que la demanda ha disminuido enormemente, ante la caída de la producción de los clientes azulejeros, que están padeciendo la misma situación que nosotros como sectores gasintensivos».



Los últimos años de Ancora han estado marcados por grandes novedades ligadas a la nueva etapa iniciada con la gestión directa por parte del Gruppo B&T y a la renovación de su gama de productos.

Ancora da un nuevo salto cualitativo en el mercado

La histórica empresa estrena etapa con la gestión del **Gruppo B&T** y la renovación de su gama de productos

Ancora, la histórica empresa italiana especializada en la producción de maquinaria para el acabado cerámico, da un paso adelante, se transforma y lanza al mercado destacadas innovaciones. Los últimos años de la compañía han estado marcados por grandes novedades ligadas a la nueva etapa iniciada con la gestión directa por parte del Gruppo B&T y la renovación completa de toda la gama de productos que ofrece.

Muchas de las innovaciones que han caracterizado a la marca Ancora parten de la apertura de un servicio 360° para el sector cerámico, que ahora acapara toda la atención de la firma. Ante ello, Ancora ha apostado por multiplicar la presencia de técnicos expertos en acabados y, en consecuencia, por una importante mejora en el servicio al cliente. Junto a esta optimización, la empresa ha optado por la renovación de su red comercial con la incorporación de nuevos recursos y un *rebranding* que expresa en dos palabras su vocación tecnológica dentro del sector: *Revolution Finishing*.

Todo ello sin olvidar una planificación de inversiones en el ámbito industrial que ha permitido a la marca italiana disfrutar de una producción interna



'Tornado', la nueva rectificadora en seco para grandes producciones cerámicas 100% automatizada.

integrada y totalmente internacionalizada, garantizando altos estándares de calidad y flexibilidad. Un camino que condujo, el pasado mes de marzo, a la organización de un *Open House* para que sus clientes pudieran conocer de primera

mano las novedades de Ancora.

Este cambio, bautizado como *La revolución del acabado*, se mostró por primera vez en la última edición de la feria Tecna, con la presentación de *Tornado*, la nueva rectificadora en seco para gran-

des producciones cerámicas, fabricada con materiales de la más alta calidad y totalmente automatizada. Gracias al nuevo software *Easy Step* y al sistema láser patentado, esta propuesta de última generación consigue reducir al mínimo la intervención del operario y las paradas de producción.

Dentro de los lanzamientos de nuevos productos destaca *Matrix*, la tecnología de pulido para grandes formatos que garantiza el brillo perfecto del gres porcelánico. Combinado con *Powerlux* para el tratamiento de alto brillo, permite

La firma ha impulsado su red comercial y ha llevado a cabo un 'rebranding' bajo el lema de 'Revolution Finishing'

crear un producto estéticamente extra-brillante con la máxima productividad. En definitiva, una nueva etapa para todo el equipo de Ancora que se suma tanto la experiencia como el potencial del grupo al que pertenece, Gruppo B&T.

SUPERA

rapida

LA PRENSA SIN MOLDES PARA AZULEJO
TRADICIONAL Y PLACAS DE GRAN FORMATO

¿POR QUÉ ELEGIRLA?

- ▶ MUY ALTA PRODUCCIÓN: 24.000 M²/DÍA
- ▶ ESTRUCTURAS PROFUNDAS Y BIEN DEFINIDAS
- ▶ MUY BAJO % DE DESECHOS
- ▶ -50% COSTES DE OPERACIÓN

GRUPPO
b&t



ENTREVISTA

Christian Domínguez Director comercial de Exportación de TAU

«En EEUU comienza a haber más demanda de grandes formatos»

Christian Domínguez es el director comercial de Exportación de TAU Cerámica. Desde su conocimiento preciso del mercado internacional y del potencial de la compañía cerámica, Domínguez constata que el ejercicio 2023 «va a continuar siendo un año positivo», a pesar de las dificultades que afronta la generalidad del sector.

¿Cómo valora la situación actual del azulejo español dentro del contexto internacional?

«Es evidente que la situación actual supone un nuevo reto para todo el clúster cerámico. Además de las dificultades por el coste energético se suma el factor logístico, donde otros países como son India o China han sabido aprovechar la coyuntura para ser mucho más competitivos en la exportación.

Con la tarifa energética estabilizada en torno a los 40 euros por megavatio hora, ¿considera que va a ser un año positivo para TAU Cerámica?

«Creemos que va a continuar siendo un año positivo, a pesar de las dificultades. Hay que tener en cuenta que estamos reforzando nuestro posicionamiento de marca en los principales países del continente europeo y manteniendo e incrementando nuestra cuota de mercado en los destinos fuera de Europa.

Uno de los temas candentes y que usted mismo ya ha citado dentro del clúster es la competencia creciente de países como India o Turquía. ¿Qué opinión le merece esta situación?

«Además de los incrementos generales de costes de fabricación que juegan en nuestra contra está siendo clave el factor logístico y poco podemos hacer en aquellos mercados en los que el único componente determinante es el precio. En cualquier caso, tanto la marca Tile of Spain como el posicionamiento del azulejo español como la inversión en I+D son claves para hacer frente a esta competencia.

En empresas como la nuestra creo que es fundamental la investigación y es crucial también el trabajo de nuestro departamento de Márketing, que nos permite disponer de un posicionamiento privilegiado y diferencial en todo el mundo.

Tras la reciente celebración de Coverings, en Orlando, ¿se mantiene vigente el hecho de que EEUU continúa siendo el mercado más interesante para sus objetivos comerciales? ¿Cómo están optimizando el alcance de sus productos en Estados Unidos?

«EEUU siempre es un mercado prioritario para nosotros y seguimos apostando fuerte por este destino. La nueva introducción de formatos más grandes que hasta este momento estaban siendo minoritarios abre más opciones de crecimiento. Empieza a haber más demanda en estos formatos, un aspecto con el que pensamos que TAU puede ser más competitivo y conseguir en los próximos años importantes crecimientos.

¿Cuáles han sido las novedades principales entre las que ha expuesto TAU en el evento de Orlando?

«Destacaría la serie *Tornares*, desarrollada junto al estudio Erre Arquitectura y la serie *Trilogy*. Con *Tornares* hemos presentado nuevos relieves y colores tanto en formato 16x51 como en 60x120 centímetros y ha gustado mucho a distribuidores, arquitectos y decoradores. En cuanto a *Trilogy* está compuesta por un travertino, un rapolano y una piedra Dorcia, de forma que estos tres productos se pueden combinar en un mismo ambiente. Ya le digo que nuestro *feedback* en Coverings ha sido tremendamente positivo y, sobre todo, el acabado del tipo travertino ha sido muy destacado por nuestros clientes.

Al hilo de la colaboración con Erre Arquitectura, ¿qué aportan este tipo de sinergias y cómo las reciben los diferentes mercados?

«Son compromisos fundamentales porque nos aportan un elevado grado de diferenciación y un excelente posicionamiento de marca. Este tipo de colaboraciones son muy bien valoradas en el mercado. Para el cliente representa algo exclusivo y que, por tanto, nadie más tiene, además de que le aporta opciones de presentación de distintos ambientes, según nuestro concepto de *Feel & Mix*, y le permite crear distintas combinaciones a la carta con una gran cantidad de relieves y de colores.

¿En cuántos mercados está implantada TAU hoy y cuáles son los más potentes?

«Estamos presentes en más de 130 países y sobre los más prolíficos podemos enumerar España, por supuesto, y aquellos en los que tenemos más fuerza de marca, caso de Francia, Italia, Reino Unido y Alemania. De fuera del continente europeo destacaría también los mercados de Oriente Medio y Extremo Oriente.

¿Cuáles son los destinos internacionales que más han crecido lo largo de los últimos años?

«Italia, Francia, los países nórdicos, Grecia y Arabia Saudí.

Por el contrario, y para finalizar, ¿cuáles son los mercados que muestran en este tiempo una mayor atonía?

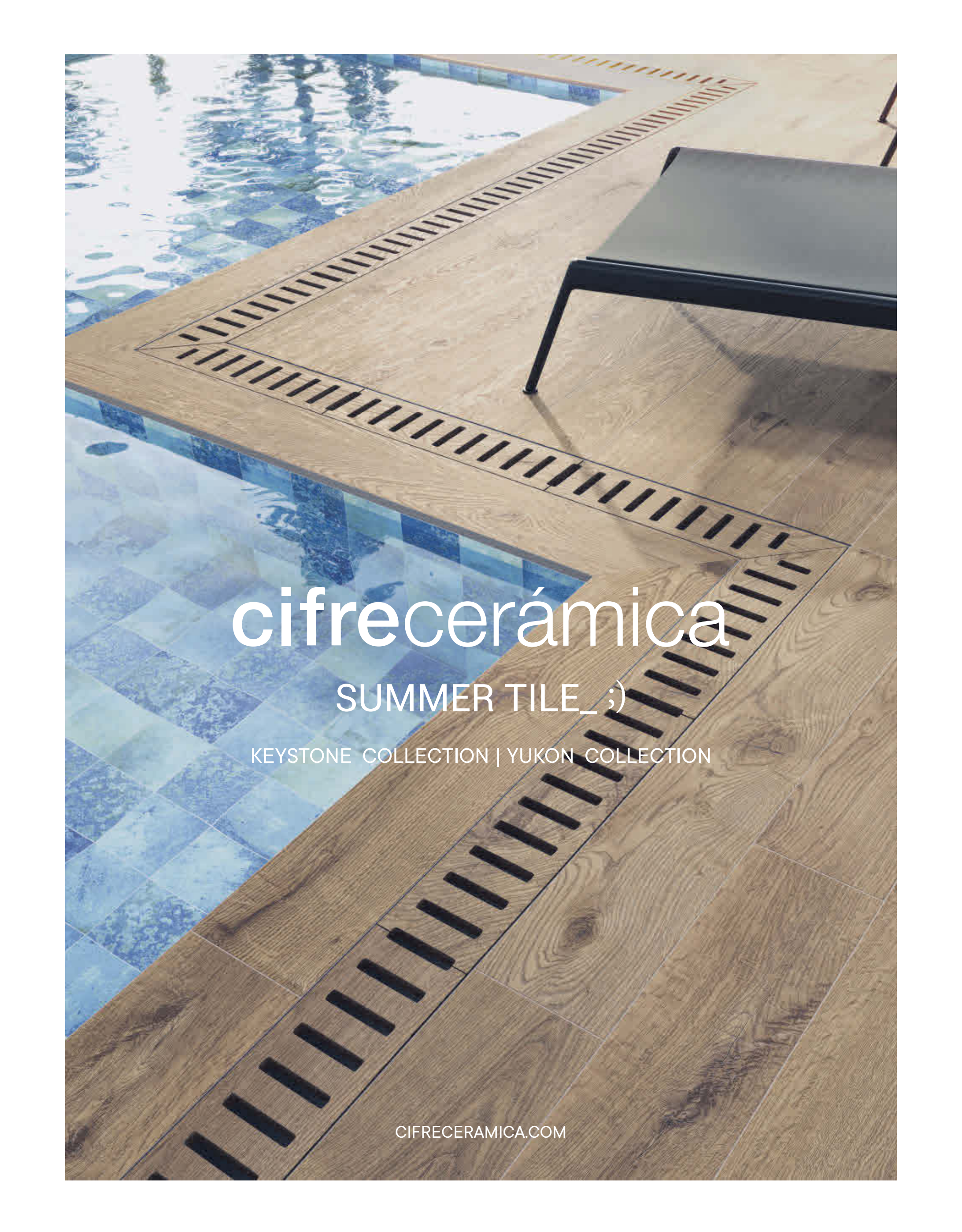
«Diría que los diferentes mercados latinoamericanos están más resentidos, probablemente, por los altos costes logísticos a los que han tenido que hacer frente en el último año. Ello ha originado un estoc en sus almacenes a un precio muy elevado y muchos clientes han sufrido problemas de liquidez. También han caído sus pedidos en el segmento de producto económico, principalmente pasta roja, donde ya no somos competitivos en comparación con las fábricas locales y con el producto procedente de países como India o China.



El director comercial de Exportación de TAU, Christian Domínguez, en la sede de la azulejera.



El stand comercial de TAU Cerámica en la última edición de la feria Coverings, en Estados Unidos.

A high-angle photograph of a swimming pool. The pool's edge is finished with a light-colored wood-grain tile. A black lounge chair is partially visible on the deck. The pool water is clear blue, and the bottom is covered in blue and white mosaic tiles. A black drainage grate runs along the edge of the pool.

cifrecerámica

SUMMER TILE_ ;)

KEYSTONE COLLECTION | YUKON COLLECTION

CIFRECERAMICA.COM



Desde la compañía cerámica apuntan que uno de los objetivos es conferir a Roca Tiles mayor autonomía energética y generar un destacado ahorro en el consumo eléctrico cara a los próximas dos décadas.

Roca Tiles, 50 millones de inversión en Castellón

Grupo Lamosa instalará paneles solares y tecnología de última generación para producir grandes formatos

La planta de Roca Tiles en Belcaire (la Vall d'Uixó) va a recibir una fuerte inversión para mejorar su eficiencia energética, flexibilidad y capacidad de producción, con el fin de responder a la demanda del mercado con la máxima calidad y eficiencia.

Grupo Lamosa, multinacional a la que pertenece la compañía, apuesta por el crecimiento de Roca Tiles y su consolidación como parte del clúster cerámico de Castellón, en línea con su estrategia de crecimiento en Europa. Con esta inversión, la compañía reafirma su compromiso con la sostenibilidad a largo plazo y la competitividad del sector.

Estos procesos se lograrán con instalaciones de última generación, en concreto, dos nuevas prensas compactadoras, capaces de generar formatos modulares de manera más eficiente y un nuevo horno bicanal, que duplicará la capacidad de cocción, permitirá adaptar las necesidades de fabricación y supondrá una notable transformación industrial que mejorará considerablemente la productividad de la fábrica.

PARQUE SOLAR

Además, las nuevas inversiones nacen con espíritu ecosostenible, con un parque solar sobre la cubierta de las naves que ocupará más de 15.000 metros cuadrados, el equivalente a casi dos campos de fútbol, con el objetivo de producir 5.300.000 KWh/año de energía limpia que representan cerca del 30% del consu-

mo anual de los hornos en la planta. Se prevé que estas nuevas infraestructuras estén a pleno rendimiento en agosto de este mismo ejercicio.

Desde la compañía resaltan que «este paso conferirá a Roca Tiles mayor autonomía energética y supondrá un fuerte ahorro en el consumo eléctrico en los próximos 20 años. Junto a ello, el horno bicanal estará preparado para poder ser utilizado con energías alternativas como el hidrógeno verde».

Previamente a la inversión en sus instalaciones, la compañía ha realizado un proceso de análisis del potencial de la firma y de adaptación a la nueva realidad global. Ello ha llevado a un estudio de todas las prácticas vinculadas con la fabricación, con el fin de mejorar en cada fase y dotar a la planta de las

infraestructuras necesarias para poner en marcha una nueva estrategia con la que Roca Tiles se consolida como el primer centro de fabricación de Grupo Lamosa en Europa.

«Este nuevo paso en la política de Roca Tiles es una continuación a los cambios en la oferta en los que la compañía viene trabajando desde hace meses con *The New Standard*, una producción cerámica marcada por la especialización, modularidad, sostenibilidad y singularidad, con un nuevo estándar que pone el foco en el cliente, con el soporte de la técnica y la calidad», apuntan fuentes de la compañía azulejera.

También confirman que el nuevo equipamiento «posibilita la fabricación en planta de grandes formatos de 120x280, que se unen a los modulares en

30x60, 60x60, 90x90, 60x120 y 120x120, lo que facilita una oferta completa en una selección de productos excepcionales, ligeros, eficientes y modulares, con soluciones innovadoras y adaptadas a las necesidades de nuestros clientes».

REDUCCIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO

El compromiso para lograr reducir la huella de carbono de Roca Tiles también forma parte de este nuevo estándar, con medidas acordes con la economía circular que disminuyan el impacto sobre el medioambiente. La planta solar se suma a otras acciones implementadas por la compañía como la reducción de consumo energético, del uso de materias primas y de residuos de fabricación, optimización del transporte, reducción de emisiones y la reutilización y el reaprovechamiento del excedente calórico o de recursos naturales como el agua; todo ello manteniendo la calidad y con la mira en disminuir costes al público final.

Cabe recordar que la planta de Roca Tiles en Belcaire fue adquirida por Lamosa en 2021. Esta inversión «es una muestra de la estrategia de crecimiento del Grupo Lamosa en Europa, donde busca consolidarse como uno de los líderes del mercado con el aumento de su competitividad y eficiencia». Asimismo, desde el fabricante reseñan que «las nuevas infraestructuras en la planta de producción serán de las más innovadoras y sostenibles del sector cerámico, con tecnología de última generación y alta capacidad de producción». Finalmente, recalcan que «todo ello permite la adaptación de la empresa a la transformación del mercado, siendo sensibles a las necesidades de la demanda y asegurando la estabilidad de la plantilla».



Desde la entrada de Lamosa, la planta de Roca ha acometido un fuerte proceso de modernización.



El nuevo horno instalado y puesto en marcha en la factoría Peronda 2 en la localidad de Onda es un 'FMA250 + EUP250' de 243,6 metros, el modelo más vendido hoy en día de la gama 'Sacmi Maestro'.

Peronda activa su nuevo horno 'FMA Sacmi Maestro'

El proyecto completa el plan de inversiones puesto en marcha en 2017 con la compra de la línea '**Continua+**'

Peronda Group está completando sus planes de inversión en el campo de las grandes placas cerámicas con la instalación del nuevo horno *Sacmi FMA Maestro*. La máquina se ha puesto en funcionamiento recientemente en la planta Peronda 2 dedicada a la producción industrial de grandes placas cerámicas y ubicada en la localidad castellanense de Onda.

El objetivo de la azulejera es ampliar la gama de los formatos, gracias a la versatilidad de *Continua+*, ya en producción desde el 2017, y que ahora se completa con el potencial del nuevo horno, diseñado específicamente por Sacmi para la gestión de los grandes formatos y parte de la gama de máquinas aire-gas modular, de referencia en el mercado debido a su combinación entre contrastada calidad y bajos consumos.

EL CONTEXTO

Desde su fundación en el ya lejano año 1951, Peronda Group se ha distinguido por la producción de máximo nivel, con una estrategia orientada hacia la calidad, la innovación en el producto y en la estética. En 2017, la compañía azulejera tomó la decisión de apostar por la tecnología *Continua+* de Sacmi, con el fin de impulsar su oferta destinada al mercado de grandes piezas cerámicas. Ahora, con la entrada en producción del nuevo horno *FMA Maestro*, la azulejera, una de las firmas más reconocidas del Tile of Spain en España y el extranjero, podrá gestionar, sin limitación alguna, placas de hasta 3.200 mm de longitud.



La azulejera es una de las firmas más reconocidas del Tile of Spain en España y el extranjero.

La marca flexibiliza y aumenta su capacidad de producción de grandes formatos (hasta 3.200 mm) con bajos consumos

Ya con la instalación de *Continua+*, Peronda Group había logrado ampliar de forma muy significativa su propia capacidad de penetración en el mercado en este campo de alto valor añadido. Una tecnología, en palabras del director general de Peronda, Marcos Gaya, que «demostró rápidamente ser ganadora por flexibilidad, ya que permite cambios rápidos de formato y una perfecta sinergia entre grandes placas y subformatos».

Versatilidad y facilidad de uso que han permitido a Peronda Group desarrollar en poco tiempo «un importante volumen de ventas de grandes placas: por eso

había llegado el momento de invertir en el nuevo horno y en las correspondientes máquinas de alimentación, adecuadas para los formatos más importantes», comunica Gaya.

El nuevo horno instalado y puesto en marcha es un *FMA250 + EUP250* de 243,6 metros. Se trata del modelo más vendido hoy en día de la gama *Sacmi Maestro*, gracias a la gestión del aire-gas modular que permite una mayor calidad y una reducción en los consumos de energía.

Además, se trata del modelo equipado por Sacmi con la configuración exclusiva (desde el avance hasta la delicada fase de enfriamiento) dedicada a la cocción de las placas, para garantizar la mejor calidad y minimizar el riesgo de defectos.

Aparte del horno, el suministro de Sacmi comprende los equipos para la movimentación del crudo, en particular para conectar la actual línea de esmaltado con la alimentación del horno, incluido un *maxi-compenser* formado por dos grandes *box* fijos, adecuados para placas de hasta 1.600x3.200 mm.

MÁS OPCIONES DE FABRICACIÓN

Entre los principales formatos en producción en el nuevo *FMA* están desde los clásicos 1.000x1.000 y 1.000x1.800 mm con espesores de 6 a 10 mm hasta los nuevos formatos de producción como el 1.000x1.000 de 20 mm de espesor, o los 1.000x2.750 mm de 6 a 10 mm de espesor, realizados con *Continua+*.

Para Sacmi, este suministro «afianza más la colaboración estratégica con el Grupo Peronda, un cliente que desde siempre ha permanecido atento en mantener su posición en la parte más alta del mercado, sopesando las inversiones y confiando en las mejores soluciones tecnológicas disponibles para realizar sus propios planes de inversión».

Polytec, expertos en la automatización del almacén

Los avances de la compañía permiten incrementar la **eficiencia logística**, optimizar la composición de los palets y la seguridad de los operarios



VOYAGER 200

CARGA: 2.000 kg.
LONGITUD: 1.300 mm.
ANCHO: 950 mm.
ALTO: 490 mm.

PRECISIÓN DE POSICIONAMIENTO: (mm) ± 20 (Con referencias fijas de entorno óptimo)
PRECISIÓN ANGULAR (°) (°) ± 2
VELOCIDAD MÁXIMA (m/s) (m/s) 1,4
ANCHO MÍNIMO (ROTATION EN POSICIÓN) (mm) (mm) 1700

'Voyager 200' es el sistema de última generación que comercializa Polytec para automatizar y optimizar el transporte de cajas de baldosas cerámicas sobre bandejas en los almacenes del sector.

En el sector cerámico, la manipulación de cajas de baldosas requiere procedimientos que garanticen la seguridad de los operarios y la eficiencia productiva. Las últimas soluciones desarrolladas por la firma Polytec combinan robótica, automatización e inteligencia artificial, para una gestión eficiente del *picking* escalable según las necesidades específicas de cada cliente.

En la jerga logística se denominan palets multirreferencia o paquetes que contienen cajas de piezas de diferentes tamaños, decoraciones y espesores. El objetivo es simplificar la composición de estos paquetes, de forma que se eliminen las tareas más fatigosas y repetitivas por parte de los operarios.

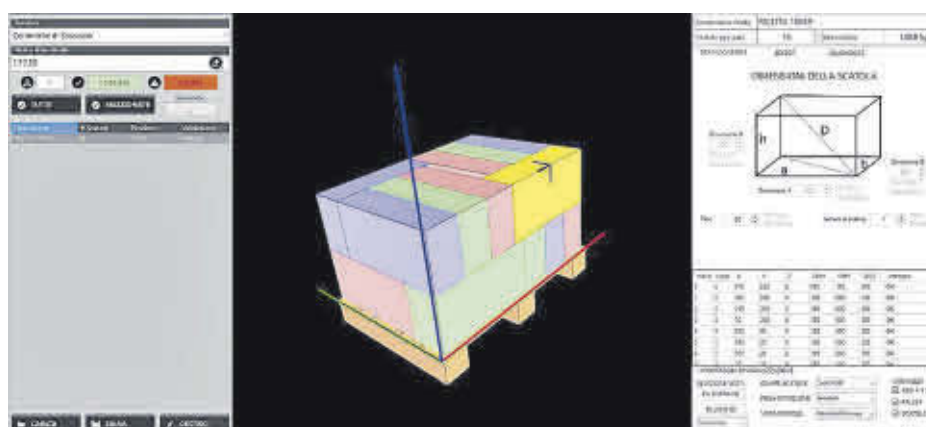
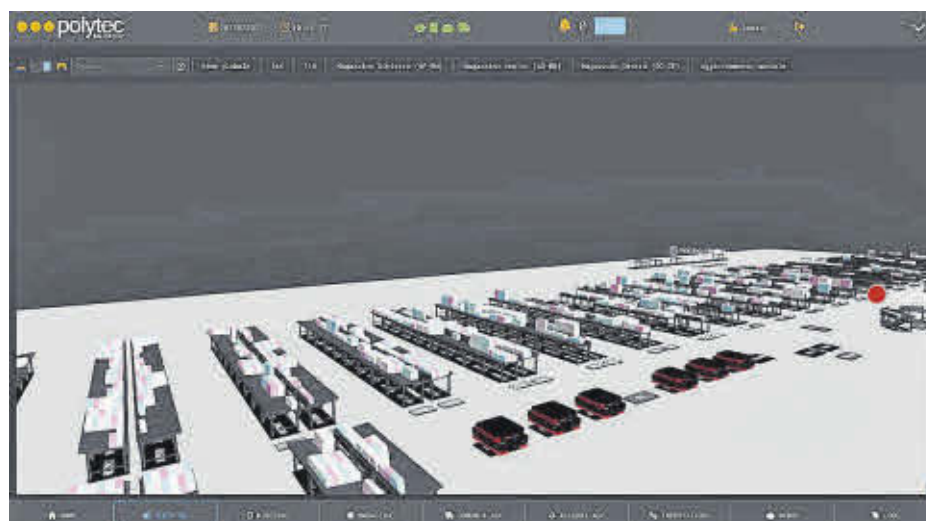
Polytec es la fusión de dos empresas líderes en automatización, robótica, energías renovables e ingeniería que operan en el campo de la integración de sistemas. Entre sus soluciones cabe destacar sus islas robotizadas y Voyager 200.

'POLYMOVE BOX 120'

La isla robotizada de *picking* está equipada con un robot antropomórfico con pinzas con capacidad para manipular cajas de diferentes formatos, desde estándar hasta grandes formatos denominados *wood formats*, desde 15x60 a 90x125 cm.

PALETIZACIÓN Y DESPALETIZACIÓN

Con capacidad de hasta 240.000 kg al día (24 horas), esta solución lleva a cabo un *packaging* optimizado en base al peso y



Diferentes ejemplos de composiciones de palets para aumentar la eficiencia logística.



tamaño de las cajas. Además, cuenta con un sistema integrado *deep learning* para la mejora continua de los procesos.

'VOYAGER 200'

La finalidad del Voyager 200 es automatizar y optimizar el transporte de cajas de baldosas sobre bandejas.

Toda la información y más documentación técnica en la página web Polytecintralogistics.com y en el correo electrónico sales@bmgroup.com.

POLYTEC AUTOMATIZA EL ALMACEN DE MATERIAL CERAMICO



VOYAGER 200

Su finalidad es automatizar y optimizar el transporte de cajas de baldosas sobre bandejas.

CARGA	2000 kg
LONGITUD	1300 mm
ANCHO	950 mm
ALTO	490 mm
PRECISIÓN DE POSICIONAMIENTO (mm)	± 20 (Con referencias fijas de entorno óptimo)
PRECISIÓN ANGULAR (°)	± 2
VELOCIDAD MÁXIMA (m/s)	1,4
ANCHO MINIMO (ROTATION EN POSICION) (mm)	1700



Polytecintralogistics.com
sales@bmgroup.com

ISLA ROBOTIZADA DE PICKING POLYMOVE

La isla robotizada de picking está equipada con un robot antropomórfico con pinzas con capacidad para manipular cajas de diferentes formatos, desde formatos estándar hasta grandes formatos denominados " wood formats " con dimensiones h= de 15 a 60 cm x h= de 90 a 125 cm.



ISLA ROBOTIZADA PARA LA PALETIZACIÓN Y DESPALETIZACIÓN

Capacidad de hasta 240.000 kg al día (24H). Packaging optimizado en base al peso y tamaño de las cajas. Sistema integrado deep learning de mejora continua.



NACHO VILLA



La responsable del proyecto, Claudia Muñoz, revela que «buscábamos para este proyecto especial un pavimento en tonos neutros gris-beige que, al mismo tiempo, tuviera carácter y personalidad».

Cifre, acabados cerámicos en reformas de alto standing

Los diseños de la marca brillan en un apartamento en la urbanización Capanes del Golf, en Benahavís (Málaga)



La versatilidad de 'Kliff' en diferentes formatos y acabados permiten su inclusión en los ambientes interiores y exteriores del apartamento.

La reforma de un lujoso apartamento ubicado en la urbanización Capanes del Golf de Benahavís, en la provincia de Málaga, es el último proyecto en el que los materiales de Cifre Cerámica despliegan toda su estética y prestaciones técnicas. La serie *Kliff* de la marca castellanense ha sido la propuesta escogida por la arquitecta Claudia Muñoz para servir como pavimento de casi todo el inmueble.

«El objetivo fundamental en esta reforma era ampliar espacios, por lo que se optó en primer lugar por derribar muros, como el que separaba el comedor de la cocina, con el propósito de convertir todo el espacio en un gran salón con cocina integrada. Para el interiorismo contamos con la colaboración de artesanos locales con los que solemos trabajar



'Kliff Sand 90x90 C3' con acabado antideslizante, el material usado en la terraza de la vivienda.

habitualmente», relata Claudia Muñoz. «Siempre que me enfrento a un proyecto, mi principal intención es que todos los espacios fluyan de una manera limpia y ordenada. Y Casa Capanes no ha sido una excepción», asegura la responsable de la obra.

VALOR AÑADIDO

Sobre el valor añadido que aportan los recubrimientos cerámicos de Cifre la arquitecta argumenta que «hemos apostado por la serie *Kliff* como pavimento principal del inmueble

La serie 'Kliff' ha sido la propuesta seleccionada por la arquitecta Claudia Muñoz como pavimento principal del inmueble

Se ha utilizado en todo el interior salvo en los baños (*Kliff Sand 90x90*). En la terraza exterior de 55 metros cuadrados hemos empleado los azulejos *Kliff Sand 90x90 C3* con acabado antideslizante».

Claudia Muñoz revela que «buscábamos para este proyecto especial un pavimento en tonos neutros gris-beige, pero que, al mismo tiempo, nos aportara tanto carácter como personalidad. Nos gustaron mucho las vetas que incorpora la serie *Kliff*, ya que aportan carácter sin perder la elegancia». «También nos gustó la versatilidad del producto en cuanto a tamaños y acabados, ya que se puede utilizar tanto en exteriores como interiores. Además la solería se colocó sobre la existente, por lo que necesitábamos que no tuviese mucho espesor», finaliza la arquitecta del proyecto.



La multinacional ha mostrado sus últimas novedades y servicios integrales para el sector inmobiliario en la feria celebrada a finales de mayo en Madrid. Asimismo ha patrocinado los premios Asprima-SIMA.

Porcelanosa ‘profundiza’ en el sector inmobiliario

El programa Porcelanosa Partners espera cerrar este año con la ejecución de 366 obras y **14.645 viviendas**



El espacio de Porcelanosa Grupo en SIMA estaba compuesto por una cocina, un salón y tres baños.

Porcelanosa Grupo ha presentado sus últimas novedades en la feria referente a nivel nacional del sector inmobiliario, SIMA, en un estand comercial compuesto por una cocina, un salón y tres baños.

Cinco estancias envueltas por varias secciones de fachada, ejecutadas con la piedra caliza *Breda Beige Sand Home* de L'Antic Colonial y las cerámicas *Montreal White Texture* de la colección Xlight de Porcelanosa; y *Vela Natural* y *Matika Silver*, de Venis Projects, esta últi-

ma instalada con el sistema de fachada ventilada de Butech.

En el espacio destacaba la cocina *SmartKitchen* en acabado *Bison* de Gamadecor, con una encimera de cocción invisible realizada con la pieza porcelánica de gran formato *Xtone Argos Black Nature* y una zona de columnas en acabado *Coffee*. La estancia se completaba con los revestimientos y pavimentos *Limit Urban Caliza Nature* y *Urban Caliza Nature* de Porcelanosa, junto al perfil *Pro-part Graphite Matt Line*, den-



Héctor Colonques García-Planas, director comercial de Porcelanosa, entregó a Vivendea el premio a la Mejor Startup Inmobiliaria.

tro del catálogo de Butech.

El salón combinaba en las paredes el panel decorativo *3D Fitwall Rolling Velvet Black* de Krion con el papel pintado de acabado texturizado *Skins Empyrean Woven Silver*, de L'Antic Colonial. La propuesta adquiría un toque natural gracias al pavimento vinílico *Linkfloor Kingdom Persia* y al mobiliario de Gamadecor Living.

Los elementos cerámicos Xlight de gran formato de Porcelanosa fueron los protagonistas en uno de los baños con los modelos *Aria White Pulished*, *Blue Roma Silk* y *Astana Grey Polished* en las paredes y *Aria White Nature* en el suelo. Un conjunto que se completa con el lavabo, mueble y grifería *NK Concept* y el plato de ducha *Unseen Blanco* (Noken).

Otro de los baños en SIMA se revistió con las colecciones *Vela Smoked*, inspirada en la estética del cemento, y *Deco Bremen Nut*, que dibuja listones natura-

les. Piezas que se fusionaban con la madera cerámica *Forest Natural* (de Venis Projects), el suelo radiante eléctrico de Butech, el inodoro *Lounge Negro Mate* y la grifería *Round* (de Noken) y dos muebles *Wish Nogal Moon* (Gamadecor).

En el tercer baño se incluyó el plato de ducha *Flow Rock* con la mampara *Marko*, la encimera *One* y el espejo *Lite Plus*, todos ellos de Krion. Un diseño que se cerró con la grifería *Square* (acabado Finish Studio Cobre Cepillado) y el inodoro *Essence C Blanco Mate* de Noken y los modelos *Savannah Topo*, *Deco Savannah Topo*, *Diamond 3D Roble* y *Vertice Savannah Topo* de Porcelanosa.

GALARDONES

Asimismo el 25 de mayo se otorgaron los premios Asprima-SIMA. Los galardones, patrocinados por Porcelanosa, reconocieron los mejores proyectos e iniciativas en 13 categorías, entre más de 120 candidaturas. El director comercial de la multinacional, Héctor Colonques García-Planas, fue el encargado de entregar el premio a la Mejor Startup Inmobiliaria, que recayó en Vivendea.

Porcelanosa Partners es un programa dirigido a promotores inmobiliarios compuesto por 12 ventajas que refuerzan la comercialización de sus viviendas, incluyendo los acabados de las diferentes firmas del grupo empresarial y aportando un elevado valor añadido a su cliente final. Gracias a este programa, la compañía ha afianzado su posición en el sector residencial como empresa de diseño, servicios y asesoramiento técnico. Porcelanosa Partners espera cerrar 2023 con la ejecución de 366 obras, llegando a construir 14.645 viviendas en España, Gibraltar, Andorra y Portugal.

«Para Porcelanosa Grupo, la participación en Sima es obligatoria. Como empresa española consideramos que debemos dar apoyo en la visibilidad de los mejores proyectos e iniciativas del sector que se están llevando a cabo», afirma Héctor Colonques García-Planas.

Coverlam Top, encimeras para cocinas de vanguardia



'Iceberg', un elegante mármol caracterizado por un fondo blanco surcado por vetas negras.



'Nero Zimbabwe' está inspirada en el granito negro africano y ofrece una estética atemporal.

Grespania amplía su catálogo de encimeras con múltiples acabados inspirados en la naturaleza

Grespania ha puesto en marcha su nueva línea para gran formato en Moncofa. Con esta inversión, el fabricante duplica la capacidad de producción de Coverlam, centrándose especialmente en la gama de producto orientada al canal de encimeras de cocina. Así, la firma añade a su amplio catálogo de placas para encimeras de cocina una nueva colección de múltiples acabados inspirada en la naturaleza.

La naturalidad toma la delantera y se impone como la opción predilecta para esta temporada con el fin de crear atmósferas más confortables y naturales.

ALTA RESISTENCIA CON 'JUNGLA'

Jungla es la nueva serie de piedra sinterizada que consigue acercar la estética de la madera a los ambientes de cocina. Presenta una superficie de gran calidez y realismo que se inspira en la madera natural de diferentes bosques del planeta, respetando la originalidad que tiene la madera vivida y recuperada. Está disponible en color ciprés, roble e iroko y



'Cuarzo Reno', de Coverlam Top, un mármol blanco alterado por ricos matices en tonos cálidos.

resulta ideal para proyectos que busquen la elegancia y la naturalidad de la madera, pero añadiendo un alto grado de resistencia al rayado, al impacto, al calor y fuego; además resulta fácil de limpiar y es impermeable.

Coverlam Top presenta la versión *Book* de la serie *Iceberg*, un atemporal pero muy versátil y elegante mármol caracterizado por un fondo blanco puro surcado por vetas negras.

Por su parte, *Cuarzo Reno*, un már-

mol blanco enriquecido con ricos matices cálidos, incorpora ahora un nuevo acabado natural.

'NERO ZIMBABWE', LA BELLEZA DEL NEGRO

Otra novedad de Coverlam Top es *Nero Zimbabwe*, inspirada en el granito negro africano. Su apariencia, uniforme en color y agradable textura pétrea, proporciona a esta serie un aspecto atemporal que hace que sea fácil incorporarlo a cualquier proyecto de diseño, aportando gran intensidad y homogeneidad a cualquier superficie, ya sea en una cocina tradicional o en una contemporánea de líneas elegantes y aspecto minimalista. Es ideal para crear elegantes contrastes, al usar su superficie con otros materiales como maderas o cementos o al combinarse con blancos, cremas o colores vibrantes para proyectos más atrevidos.

'BIANCO SUPREME', PUREZA Y ARMONÍA

Coverlam Top también presenta *Bianco Supreme*, con la pureza del blanco en acabado mate, que se conjuga en un sutil relieve pétrea. Atemporales, luminosas y versátiles, las encimeras para cocinas blancas son una de las grandes apuestas del interiorismo, en el que la importancia estética se fusiona con el aspecto más higiénico y funcional.



COVERLAM TOP
TECHNICAL STONE

COVERLAM TOP es un innovador producto fabricado con materias primas naturales que ofrece unas propiedades mecánicas y estéticas superiores a las de cualquier material de encimeras convencional.

GRESPANIA
coverlambygrespania.com





Imagen de la mesa redonda de especialistas organizada por APE Grupo y, a la derecha, la foto de familia de los responsables de la compañía castellanense con los colaboradores del estudio de tendencias.

APE Grupo anticipa las claves de futuro del diseño

La firma presenta en Madrid el estudio **'The New Habitat 24-25. Así cambian los espacios que habitamos'**

Desde la pandemia, el mundo del diseño se encuentra en un momento de cambio de paradigma. Los recursos y la energía son finitos, pues la población en los núcleos urbanos sigue creciendo. Los comercios se enfrentan a la escasez; las ciudades buscan ser más saludables y las viviendas, autosuficientes. El diseño de interiores debe ser capaz de adaptarse y convertirse en una herramienta de cambio.

Y así es. Según el 66,6% de los profesionales, un buen diseño de interiores mejora la salud de las personas de forma crucial convirtiéndose en uno de los pilares fundamentales a la hora de crear los espacios; más de un 98% de los diseñadores de interiores lo tiene en cuenta.

Además de que el bienestar se mantiene como el gran valor tras la pandemia, el impacto medioambiental gana valor a pasos agigantados. De hecho, el porcentaje de profesionales que aplica criterios de sostenibilidad a sus diseños ha pasado del 66% en 2021 al 80,9% este año.

Estas son algunas de las principales conclusiones de la tercera edición del estudio *The New Habitat 24/25: así cambian los espacios que habitamos*, que ha presentado en mayo APE Grupo en Madrid. En la investigación ha participado la consultora Futura y han colaborado el Consejo de Colegios Oficiales de Decoradores y Diseñadores de Interior, Casa Decor, la Fundació del Disseny de la Comunitat Valenciana y Strabe.

A la investigación cualitativa del informe se han sumado las conclusiones de una encuesta realizada a más de 400 profesionales del interiorismo, la arquitectura y el diseño de producto en España y las reflexiones de un panel de expertos formado por diez interioristas de renombre.



La presentación del informe congregó a numerosos profesionales vinculados con el diseño.

En su intervención, José Miguel Pellicer, CEO de APE Grupo, destacó que este estudio «no solo trata de conocer de la mano de arquitectos y diseñadores las últimas tendencias en diseño de interiores, sino también cómo transformar el presente y mejorar el futuro de los espacios que habitamos».

SOSTENIBILIDAD Y EFICIENCIA ENERGÉTICA

Mientras que en 2022 la tendencia en los hogares era hacia la apertura al exterior, este año hay un cambio hacia la sostenibilidad y la eficiencia energética, siendo este último un factor clave para el 32,5% de los profesionales, en comparación con el 15% del año anterior. Una de las principales demandas actuales en cuanto a diseño de hogares es la inclusividad, que se espera que sea norma para el año 2030. Esto implica un enfoque más amplio de la diversidad humana, lo que abre oportunidades para el desarrollo de espacios y productos más inclusivos.

En la actualidad se está produciendo un cambio en el juego de poder entre los hoteles y los clientes. Los hoteles están adoptando un enfoque más centrado en el consumidor. Los diseñadores tienen el desafío de ayudar a los hoteles a abandonar su visión cortoplacista y ampliar su oferta de servicios en función de los gustos y las preferencias de los clientes. Esto incluye modelos de afiliación, como clubes exclusivos para socios y espacios amigables con las mascotas, por ejemplo.

Otro dato importante que refleja el estudio *The New Habitat* es que, según el 34% de los profesionales, la inversión en diseño de interiores en hoteles se duplicará en el próximo año. No en vano, el interiorismo aporta hasta un 63% de los ingresos de un hotel.

LA EVOLUCIÓN DE LAS OFICINAS

La forma de trabajar está evolucionando a gran velocidad. El impacto del teletrabajo y la irrupción de la inteligencia arti-

ficial son solo algunos de los cambios más significativos. Para los profesionales del diseño de interiores, el principal reto es convertir la oficina en un espacio atractivo, según *The New Habitat*. La luz natural y la flexibilidad son las prioridades, y la ergonomía ha ganado importancia, lo que permite mejorar la productividad: un buen diseño de interiores mejora en un 75% el rendimiento en las oficinas.

COMPRAS 'EXPERIENCIALES'

En cuanto al mundo del *retail*, las marcas y tiendas deben ofrecer una experiencia única a sus clientes en diferentes niveles e innovando en los entornos comerciales. Ya no se trata de vender productos, sino de crear espacios simbólicos y ofrecer una gama de experiencias. El estudio de APE Grupo revela que el 40% de los profesionales considera que este aspecto es la cuestión más importante a la hora de diseñar un espacio comercial.

PANEL DE RECONOCIDOS EXPERTOS

Después de la presentación del informe de la firma cerámica en Madrid, Marta Martínez, secretaria general del Colegio Oficial de Decoradores Diseñadores de Interior de Madrid, moderó una mesa de debate en la que participaron con sus experiencias Alfonso Merry (Merry Design Studio); Paula Rosales (More & Co); Rosa Urbano (Urbano by U); y Ricard Trenchs (Trenchs Studio).

Los cuatro profesionales han formado parte del panel de expertos del estudio de APE Grupo junto con Carlos Frejo, de Ideas Interiorismo; Borja García, de Made Studio; Natali Canas del Pozo, de El Equipo Creativo; Patricia von Arend, de Denys & von Arend; Sergio Sánchez, de PimPam Studio, y Andrea Caruso Dalmas, de Ciszak Dalmas.



Escanea este código QR para consultar el informe completo de APE Grupo



Jean Porsche, interiorista de prestigio internacional, ha creado 'Baño Hollywood' para Neolith en la última edición de Casa Decor, inspirado en los baños de las suntuosas mansiones de Beverly Hills.

Neolith, la opción al alza para la aplicación en baños

Las **superficies** de la marca brillan en Casa Decor 2023, el mayor escaparate de tendencias e interiorismo

Neolith ha sido una de las marcas de referencia en la edición 2023 de Casa Decor, la muestra de tendencias para el hábitat que se ha desarrollado en Madrid hasta el 28 de mayo. Alrededor de 40.000 personas han visitado la convocatoria y han comprobado los atributos de las superficies de Neolith como una excelente opción para la aplicación de baño.

Un magnífico ejemplo de ello ha sido en Casa Decor el espacio *Baño Hollywood*, la estancia planteada por Jean Porsche para Neolith en línea con su estilo y con las nuevas necesidades del interiorismo emocional. El resultado ha sido un ambiente que se inspira en la estética de un baño de una de las grandes mansiones de Beverly Hills.

Jean Porsche realizó una meticulosa selección de piedra sinterizada en tonalidades blancas con marcadas vetas y negros elegantes de la colección *The New Classtone*, la gama de Neolith inspirada en los mejores mármoles del mundo, en la que los modelos *Colorado Dunes* y *Niagara* dan vida a las paredes, suelos, bañera, ducha, muebles y otros elementos decorativos.

El espacio contó con dos cabinas de baño, una ducha doble y una llamativa bañera. También con dos tocadores de *Neolith Strata Argentum*. Los lavabos de pedestal monolíticos hechos a medida con Neolith Niagara también aportaban un toque de distinción. Todos estos elementos se combinaban con muebles actuales y antiguos en tonalidades *warm sand*, entre los que destacó una gran mesa de madera con una pieza de Neolith muy especial de la serie *Neolith Iconic Design: Estatuario Oro Blanco*.



Los acabados del catálogo de Neolith brillaron en paredes, suelos, bañeras, duchas y muebles.



También sobresalió *Victoria*, otra novedosa propuesta de tonalidades negras y una marcada veta blanca, que se puede apreciar en los revestimientos de pared de la ducha. Ambos combinan el lujo y la elegancia con el diseño más clásico implementado con la última tecnología de impresión 3D de Neolith.

MATERIALES MÁS SOSTENIBLES

En *Baño Hollywood* se utilizaron materiales que fomentan el reciclaje, la reutilización y la optimización de los recursos. Bajo la convicción de construir un mundo mejor con espacios bellos para ser habitados, Neolith aboga por la belleza sostenible como superficie arquitectónica respetuosa con el entorno con porcentajes únicos en la industria, ya que son naturales el 100% de las materias primas utilizadas en su composición.

Junto con *Baño Hollywood*, las superficies de Neolith también estuvieron presentes en Espacio Uecko, de Disak Studio, y en el Espacio Zavan Studio.

Arkais consolida su alianza con estudios de referencia

La compañía de Vila-real deja huella en Casa Decor 2023 mediante dos disruptivas propuestas diseñadas por **Summumstudio y Estudi {HAC}**



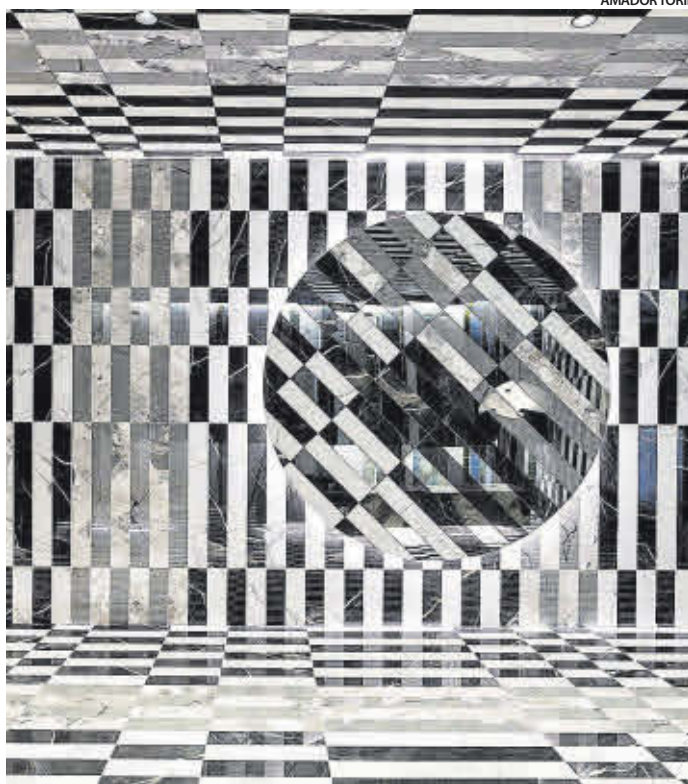
Vista general del espacio llamado 'Home sweet home', de Summumstudio en Casa Decor 2023.



'Geodazzle', de Estudi{HAC}, un área embellecida por las texturas cerámicas contrastadas.

Arkais | Llac afianza su alianza con despachos de interiorismo y profesionales del diseño referentes dentro del sector. Su última y destacada doble colaboración se ha materializado con la realización de dos proyectos singulares que han visto la luz en Casa Decor 2023, la plataforma de interiorismo, diseño, tendencias y estilo de vida por excelencia que se ha celebrado un año más en Madrid.

Uno de los proyectos que Arkais | Llac desarrolló en la muestra fue de la mano de Summumstudio, relevante despacho de diseño gráfico e interiorismo ubicado en Castellón, con el que trabaja de forma habitual en las principales ferias del sector cerámico como Cevisama o Coverings. La propuesta arquitectónica sorprendente y disruptiva presentada en Casa Decor, denominada *Home sweet home*, destacaba por su originalidad y por dar una vuelta a las reglas tradicionales del interiorismo. De esta forma, los visitantes participaban en una experiencia inmersiva en un universo de fantasía en el que los recubrimientos cerámicos gozaban de un papel protagonista gracias a las estructuras realizadas y montadas por el equipo de Arkais.



'Home sweet home' replantea las reglas convencionales del interiorismo.



Estudi{HAC} creó uno de los ambientes más originales de la muestra.

MARIDAJE ARTÍSTICO Y ARQUITECTÓNICO

El segundo proyecto en el que intervino Arkais en Casa Decor llegó de la mano de Estudi{HAC}, despacho de diseño radicado en Valencia. Bajo el concepto *Geodazzle*, este espacio buscaba la convivencia de texturas cerámicas contrastadas para alcanzar el punto de unión con una perspectiva artístico-arquitectónica.

La trama gráfica de un gran mosaico cerámico, diseñado a medida, se aplicaba sobre suelo y paredes, generando una sensación de movimiento y efecto óptico. Para lograr un resultado estético sorprendente fue fundamental todo el trabajo previo de corte, composición y montaje de múltiples colecciones cerámicas, capaces de mostrar una jerarquía de

combinaciones infinitas, que se encargó de realizar Arkais | Llac.

Arkais | Llac es una empresa familiar y de prestigio dentro del sector cerámico que acredita una trayectoria con más de 25 años de experiencia en el ámbito del *retail* y promoción cerámica. Con sede en Vila-real está especializada en el diseño, fabricación y montaje de tiendas,

showrooms, estands, expositores y equipamiento comercial. Desde la compañía revelan que «nuestra prioridad es conseguir la máxima satisfacción para el cliente en todos los proyectos que acometemos, no solo mediante la creación de soluciones expositivas totalmente personalizadas sino también con proyectos singulares como *showrooms*».

Levantina, toques exóticos y naturaleza en interiores

Las superficies de tendencia de la compañía enriquecen las propuestas de **Ximo Roca, Noema Estudio, Guille García-Hoz y Sandra Antón**



La encimera 'Ferox', de Techlam, en el ambiente Antalia en Casa Decor.



El colorista espacio Jacob Delafon, creado por Guille García-Hoz, con el pavimento 'Mosaico' de 'Mediterranean Stone'.

Levantina Group ha vuelto a vestir los interiores de Casa Decor con sus exclusivas propuestas de piedra natural y piedra sinterizada, inspiradas en la exuberancia de la naturaleza y la sobria elegancia de los materiales más nobles. De esta manera, la compañía traslada sus mármoles, granitos y revestimientos de piedra sinterizada a los interiores diseñados por Noema Estudio, Guille García-Hoz, Sandra Antón y Ximo Roca.

La imaginación de los estudios de interiorismo participantes ha conseguido que brillara la versatilidad de las piedras naturales y revestimientos de piedra sinterizada Techlam desarrollados por la firma, que se convierten en elementos distintivos de cada espacio. Así pues, las diferentes líneas de materiales de la compañía han servido para crear encimeras de cocina con tonos azulados que evocan el flujo del agua, dormitorios de lujo revestidos de mármol travertino, baños con suelos que irradian calidez mediterránea o mesas que atrapan todas las miradas con su sugerente combinación de madera y piedra.

Estas tendencias en el uso de la piedra natural y la piedra sinterizada en el diseño de interiores han podido verse en Casa Decor en los espacios Mobalpa, Delafon, Estudio Sandra Antón y Antalia.

1. Espacio Mobalpa. Un espacio evocador para los amantes de la gastronomía. Esta cocina, diseñada por Noema Studio, aprovechaba la belleza de la encimera *Tauca* de Naturamia. Con su toque exótico dotaba de máxima personalidad a la



La propuesta de Sandra Antón con el mármol 'Travertino Vallanca'.



La encimera 'Tauca' y el suelo de mármol de Levantina, en el área Mobalpa.

estancia. En contraposición, el suelo de mármol *Crema Marfil Mediterranean Collection* aportaba luminosidad y serenidad. Esta combinación incidía en el concepto que hay detrás de Mobalpa: la unión de piedra, madera y agua para crear un ambiente natural que recordara a las montañas y sus ríos.

2. Espacio Jacob Delafon. En el baño diseñado por Guille García-Hoz se respiraba una modernidad atemporal, gracias al contraste entre las tendencias más actuales y un futurismo de aire retro muy personal. En este ambiente, el pavimento *Mosaico* de *Mediterranean Stone* reforzaba la sensación de dualidad e irradiaba calma con tonos neutros en marcada contraposición a los estallidos de color de otros elementos. Las líneas futuristas y las texturas naturales de la piedra marcaban

la esencia de este espacio, uno de los más *instagrameados* de Casa Decor.

3. Espacio Estudio Sandra Antón (ESS). Lujo y exclusividad convivían en la propuesta de *suite* de la diseñadora Sandra Antón. Este espacio representaba el frontal del Auditorio Nacional de Madrid, tomando como inspiración el órgano principal de su Sala Sinfónica. Una composición que no dejaba indiferente al

La firma ha impreso su sello en 4 espacios de Casa Decor 2023

visitante y que usaba el mármol *Travertino Vallanca* de *Mediterranean Stone* para revestir la habitación. Un uso del mármol que retrotraía a la grandiosidad y el clasicismo de palacios, basílicas o templos, pero con un toque moderno.

4. Espacio Antalia Cocinas. Finalmente, el espacio de Ximo Roca resolvía con elegancia la tensión entre estética y funcionalidad, gracias a su concepto abierto con protagonismo de los tonos negros y la madera. En este interior, la encimera creada con piedra sinterizada *Ferox* de Techlam era el eje central de la habitación. Toda una pieza de minimalismo en piedra y madera que encaja a la perfección en interiores modernos y marcados por el uso polivalente como el propuesto dentro del Espacio Antalia Cocinas en Casa Decor.

APOYOS PARA PAVIMENTO FLOTANTE

MATERIAL RECICLABLE

Visite nuestro catálogo técnico
PRESTO www.lizabar.com

MODELOS
PATENTADOS

PARA USO EN:

- TERRAZAS ACCESIBLES
- FALSOS SUELOS TRANSITABLES
- CUBIERTAS PEATONALES
- AZOTEAS
- REHABILITACIONES, ETC.



SECTOR CONSTRUCCIÓN



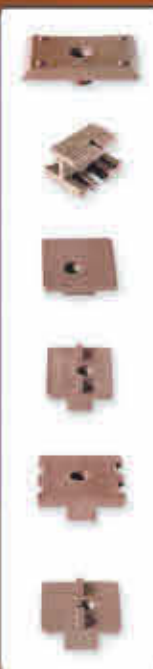
SECTOR ENTARIMADOS

Columnas gran altura regulables
Resistencia 1.000 kg
Alturas ilimitadas

GRAPAS
OCULTAS PARA
ENSAMBLAJE
DE TARIMAS
NATURALES Y
SINTÉTICAS



Separación entre lamas: sólo 3mm.
Cabeza de tornillo: no visible



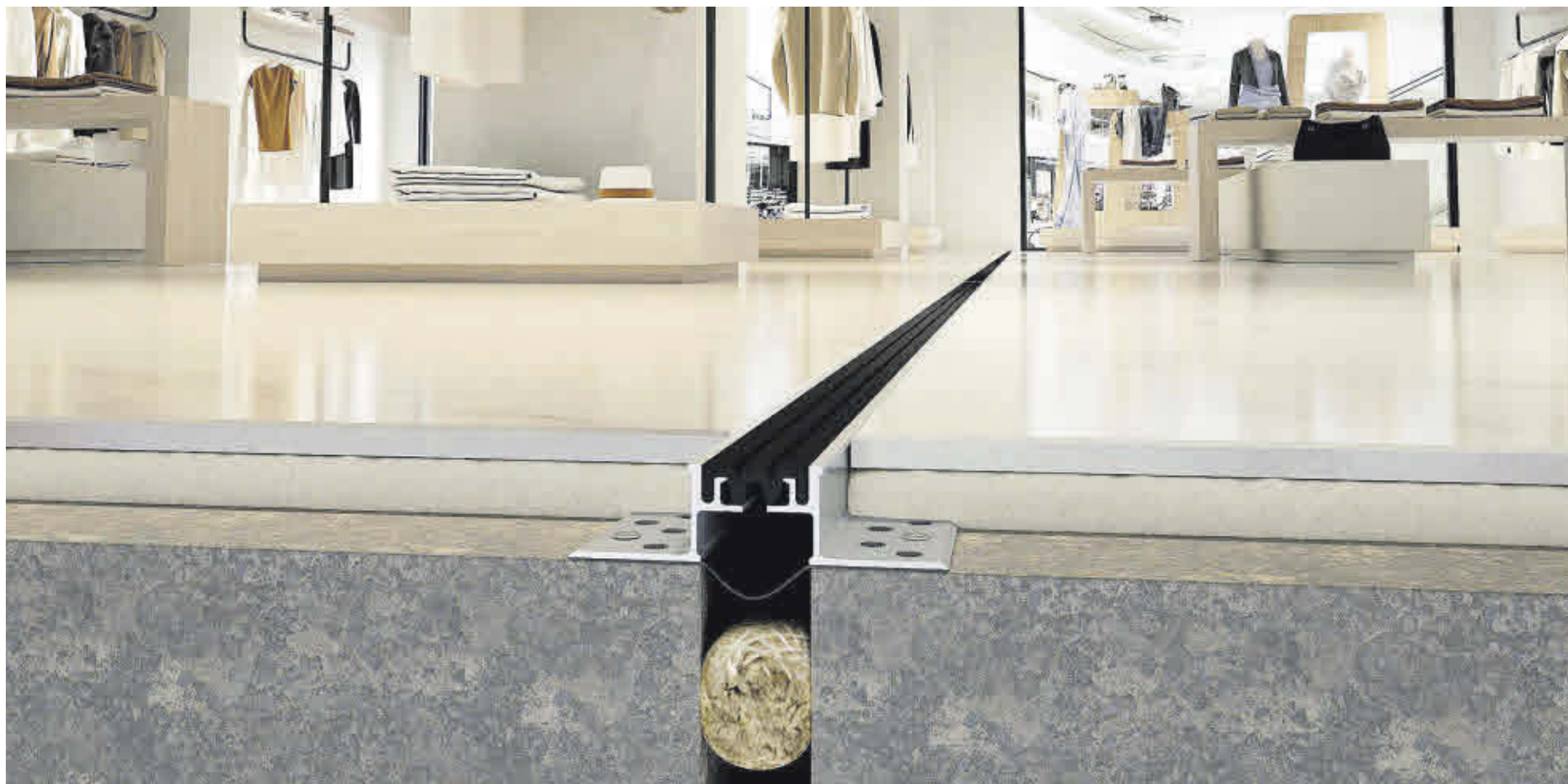
NUEVO

LIZABAR
PLASTICS s.l.



C/ Binefar, 37 | Local 26-28
08020 Barcelona
Tfno. / Fax: 93 305 63 61
e-mail: lizabar@lizabar.com

www.lizabar.com



'Novojunta Pro Aluminio Plus' es un perfil para junta de estructura fabricada en aluminio y EPDM, para colocación durante la obra. Ofrece alta capacidad para admitir movimientos multidireccionales.

Emac incorpora nuevos modelos de junta estructural

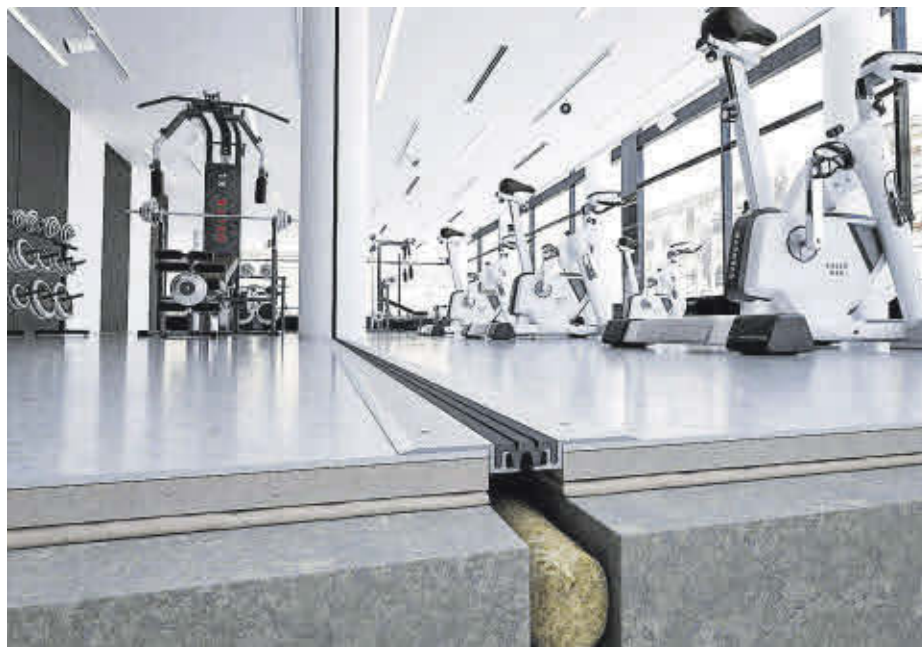
Los sistemas están integrados por una junta estructural, 'Novomembrana EPDM' y un **'Cordón Cortafuegos'**

Emac, dentro de su constante compromiso con la I+D a la hora de aportar soluciones técnicas al mercado, presenta nuevos modelos para su *Sistema para junta estructural*. Con ello, el fabricante valenciano ofrece una propuesta que aporta una solución integral a los requerimientos de las juntas de dilatación de estructura.

Este desarrollo es un conjunto diseñado para su colocación en las juntas de dilatación de estructura compuesto por tres elementos independientes: en primer lugar, un perfil para junta estructural (*Novojunta Pro*), *Novomembrana EPDM* y el *Cordón Cortafuegos*.

Su función es «resolver las juntas de manera que se integren en el edificio permitiendo el tránsito seguro, absorban los movimientos de la estructura con seguridad y protejan la instalación frente a humedad y paso de fuego en caso de incendio», detallan desde Emac. Solucionar la junta de estructura con un perfil apropiado «es una buena solución técnica que facilitará que el edificio se mueva libremente previniendo la aparición de patologías».

Sin embargo, el paso de humedad y vapor o el paso de llamas y humo en caso de incendio pueden causar patologías graves o, incluso, afectar a la salud de los



El sistema con el modelo 'Novojunta Pro Aluminio Plus Superpuesta' con 'Cordón Cortafuegos'.

ocupantes. No contemplar todos estos factores puede hacer que el perfil más técnico no cumpla con su función.

Por todo ello, «es recomendable plantear un *Sistema para junta estructural* completo desde el inicio, un paso que

ayudará al cumplimiento de las normativas de seguridad en caso de incendio y que preservará en el tiempo el estado de la instalación, lo que evitará elevados costes de intervención o mantenimiento una vez finalizada la obra.

Un modelo de junta estructural que presenta Emac en su nuevo catálogo es *Novojunta Pro Aluminio Plus*. Fabricado en aluminio y EPDM e ideado para su colocación durante obra está formado por perfiles de aluminio reforzados, perforados en su base y un cuerpo central de EPDM de altas prestaciones.

Gracias a ello tiene capacidad para admitir movimientos multidireccionales, además de excelentes propiedades

Sus diseños

evitan la aparición de patologías, entre otras funciones

mecánicas y resistencia a la intemperie y a los rayos UV. La junta se sirve sin montar e incluye las fijaciones. Las gomas son reemplazables.

El otro nuevo modelo de junta de estructura es *Novojunta Pro Aluminio Plus Superpuesta*, diseñado para su colocación postobra, de forma superpuesta. Está formada por perfiles de aluminio reforzados agujereados y un cuerpo central de EPDM de altas prestaciones. Se sirve sin montar e incluye las fijaciones. Las gomas son reemplazables. El cordón cortafuegos y la membrana está disponible según modelos.



'Grohe Professional' está compuesta por los 'bestsellers icónicos' de la firma como 'Grohe Eurosmart', la familia de termostatos 'Grohtherm' o nuevos sanitarios ocultos 'Rapido SmartBox' o 'Rapido SLX'.

Grohe, más cerca de los instaladores profesionales

La línea '**Grohe Professional**' incluye en su oferta grandes clásicos y 'bestsellers' de la compañía alemana

La industria sanitaria se encuentra en un punto donde hay una creciente demanda de mejora inmobiliaria por las preocupaciones ambientales y el cambio demográfico. Los consumidores buscan mayores expectativas de diseño y funcionalidad respecto a sus hogares y, además, los productos son más completos y pueden ser cada vez más complejos a la hora de instalar.

Aunque debería ser un motivo de alegría para el sector sanitario, resulta ser un dilema: de media, el 65% de las empresas instaladoras pierde proyectos debido a la escasez de mano de obra. Esto da como resultado carteras de pedidos repletas e instaladores que no pueden satisfacer esta creciente demanda.

Aquí entra en juego *Grohe Professional*, la oferta de Grohe, firma alemana líder en equipamiento sanitario y grifería de calidad, que se adapta a las necesidades de los instaladores con un solo objetivo en mente: simplificar el trabajo diario de los instaladores.

Grohe Professional es una gama de productos cuidadosamente seleccionados que incluye grandes clásicos y *bestsellers* como *Grohe Eurosmart* o sistemas empotrados fáciles de instalar como *Grohe Rapido SmartBox*, en combina-



ción con un concepto integral de servicio y formación, en el corazón de los cuales se encuentra el nuevo programa *Give*. Un apoyo a los socios de la firma para mantenerlos un paso por delante de la competencia y preparar el camino hacia el futuro de la industria.



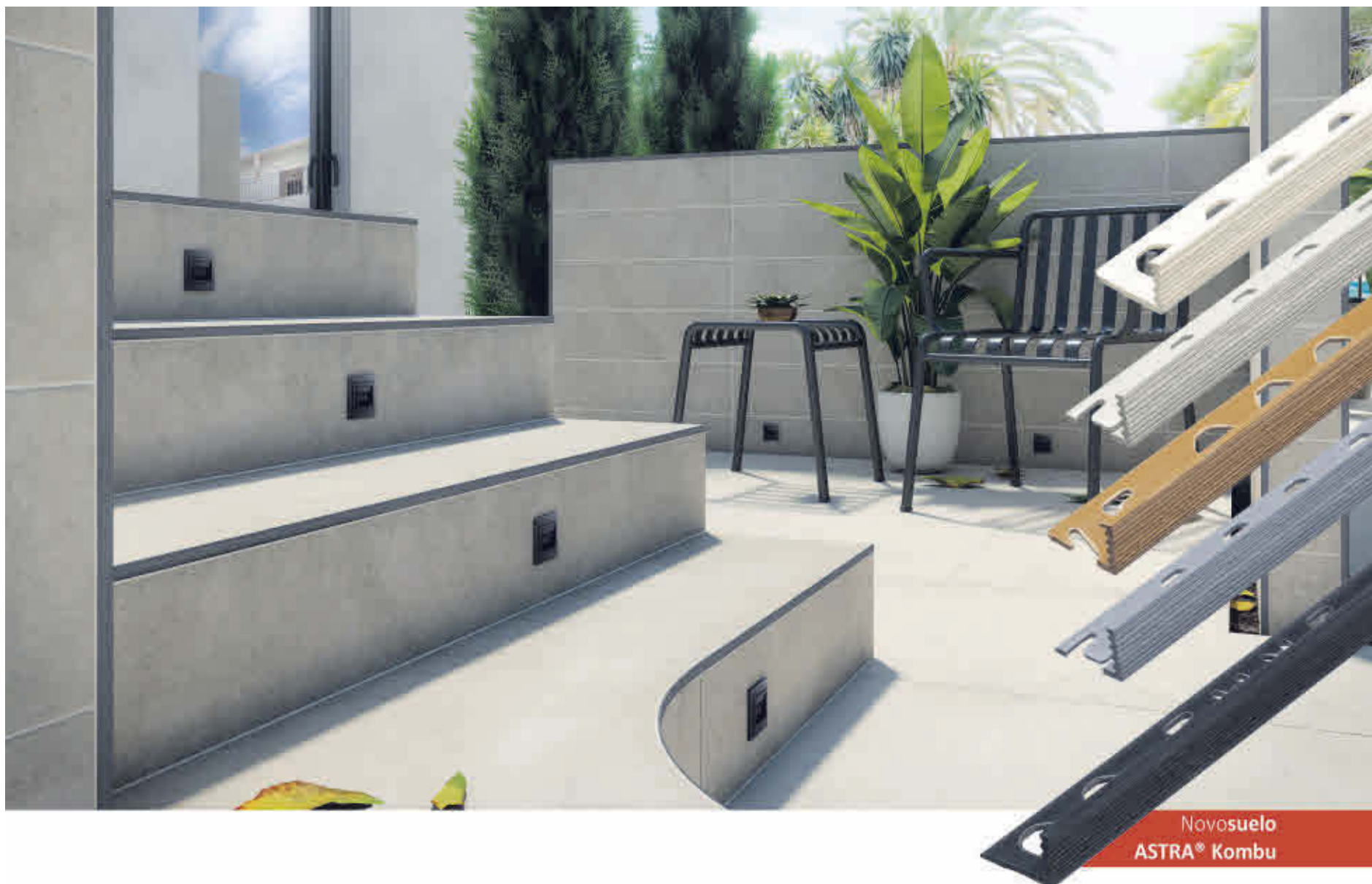
El nuevo programa formativo '*Give*' constituye un incentivo más para los instaladores que habitualmente trabajan con Grohe.

Según comenta Jonas Brennwald, máximo responsable de Lixil Emena, «con *Grohe Professional*, acentuamos el compromiso con nuestros socios profesionales. Basándonos en nuestra experiencia y en los conocimientos adquiridos, hemos reunido una amplia gama de productos y servicios para ofrecer a la industria sanitaria soluciones para los retos de hoy y del mañana. Los instaladores son la columna vertebral de nuestra industria, por lo que para nosotros, como socios de confianza, es una cuestión de rutina ayudarles en su ajetreado día a día de la mejor manera posible».

GAMA DE PRODUCTOS

Para que el trabajo diario de los instaladores sea más fácil y eficiente, *Grohe Professional* les echa una mano con *bestsellers* icónicos de la firma como *Grohe Eurosmart*, la familia de termostatos *Grohtherm*, o nuevos sanitarios ocultos *Grohe Rapido SmartBox* o *Grohe Rapido SLX*. Todos estos productos, valorados por expertos de todo el mundo, se basan en cuatro valores de marca: calidad, diseño atemporal, tecnología innovadora pero fácil y rápida instalación y, por último, la sostenibilidad desde la fase de producción hasta la de uso.

Otra ventaja es que también ayuda a las empresas a crecer en el enfoque *perfect match*: soluciones de diseño integrales que se adaptan a la forma y la función de todas las categorías de productos. Esto no solo simplifica el proceso de consulta, sino que también ofrece oportunidades de venta, para ampliar un proyecto y crear una experiencia de cocina o baño completamente nueva.



PODERES EXTRA RESISTENTES



Extra resistente, curvable, duradero, sumergible, antideslizante... Estos son algunos de los poderes extraordinarios del nuevo polímero extra resistente de **EMAC®**. **ASTRA®** posee poderes sobrehumanos, más propios de la ficción, que hacen de él todo un superhéroe. **ASTRA®**, el polímero extra resistente que es súper poderoso en tierra, mar y aire.

ASTRA®, el exclusivo polímero extra resistente de **EMAC®**, está dotado de súper poderes para hacernos la vida más fácil.

Novosuelo ASTRA® Kombu es la nueva solución de **EMAC®** para pavimentos y revestimientos de diferentes espesores y materiales. Un perfil polivalente que puede instalarse como remate de revestimientos, separador de pavimento, remate de encimera, peldaños y para proteger y decorar tus proyectos constructivos en el interior, exterior o incluso sumergidos.

Material exclusivo **ASTRA®**, propiedades que son de otro planeta.



Tel.: (+34) 961 532 200 | info@emac.es | www.emac.es | ESPAÑA | USA | ITALIA