

el Periódico del

Azulejo

DIRECTOR : ÁNGEL BÁEZ CALVO.
ABRIL Y MAYO DEL 2026

NÚMERO 295
www.elperiodicodelazulejo.es

Oasis

cerámicos

ESPACIO KAMALEOHM, DE VITERI-LAPEÑA EN CASA DECOR, CON MATERIALES DE GRESMANC GROUP YXTONE

Sumario

Especial Diseño

Páginas 4 y 5



El campo de 'pruebas' de **Casa Decor 2026**

Especial Diseño

Página 6

Entrevista a David Valverde, de **Ascale**

Especial Diseño

Página 12

'**Drac**', un tributo a Gaudí con cerámica

Industria

Página 19

Relevo en **Anffecc**

Colocación Cerámica

Página 22



Emac potencia su negocio internacional

Director: Ángel Báez Calvo. Coordinación y Redacción: Javier Cabrerizo. Diseño: José Martos. Fotografía: M. Nebot, G. Utiel, T. Losas y KMY Ros. Directora Comercial: Cristina Pastor. Ejecutivo de ventas: Javier Cabrerizo. Edita: Comunicación y Medios de Levante, SL. Página Web: www.elperiodicodelazulejo.es. E-mail: azulejo@elperiodico.com. Dirección: Carretera de 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, Casa Decor), tendencias, nuevos productos, diseño, maquinaria, distribución, interiorismo, arquitectura, colocación, reformas, baños y cocinas...



el Periódico del
Azulejo newsletter



www.elperiodicodelazulejo.es

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
SINTETICAS



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



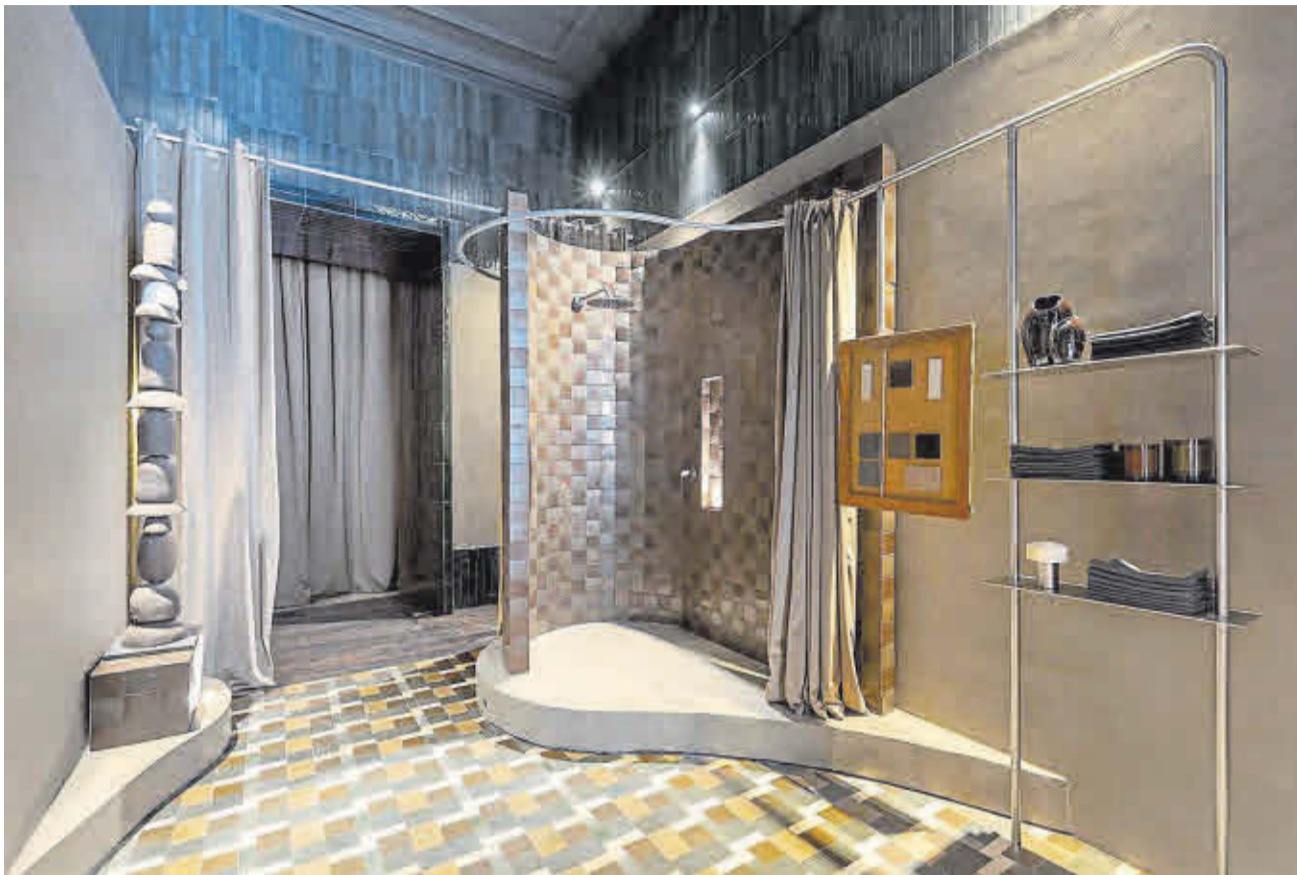
NUEVO

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



La cerámica de Nais, presente en 'Introspectio Suite'. A la derecha, dos de las colaboraciones de Gresmanc Group y su celosía O-Buit en 'Kamaleohm' y 'The Sound Club by Bang & Olufsen'.

Casa Decor abre paso a nuevas formas de habitar

La **cerámica** y la **pedra sinterizada**, protagonistas del interiorismo en espacios más versátiles y sostenibles

Casa Decor 2026 es ya, por méritos propios, el gran escaparate del interiorismo nacional. La muestra, que celebra su 61ª edición en el edificio situado en la calle San Agustín, 11, en pleno Barrio de las Letras de Madrid, puede visitarse hasta el 24 de mayo. En un inmueble de carácter histórico, cerca de medio centenar de espacios reinterpretan la arquitectura original desde una mirada contemporánea, en una edición especialmente marcada por la investigación material. Entre todos los lenguajes presentes, destacan con fuerza la cerámica y las superficies de piedra sinterizada, convertidas en dos de los grandes ejes del recorrido.

Junto a su papel tradicional como revestimiento, ambos materiales aparecen en Casa Decor como soluciones integrales capaces de definir la arquitectura, generar atmósferas y construir relatos. La cerámica se expande hacia la tridimensionalidad, la celosía y la pieza estructural; la piedra sinterizada, por su parte, se consolida como una superficie continua, resistente y altamente versátil que responde a las exigencias técnicas del interiorismo actual sin renunciar a una estética sofisticada. Casa Decor 2026 muestra estos materiales y los somete a



El espacio Neolith en el certamen, llamado 'Entre Superficies y Palabras', con el sello de PersonalK.

un ejercicio real de diseño, integrándolos en espacios complejos donde deben resolver función, emoción y durabilidad.

Uno de los espacios que mejor sintetiza esta evolución es *Kamaleohm*, el baño de Strohm Teka diseñado por el estudio Viteri | Lapeña. La propuesta plantea un universo circular y envolvente donde la percepción cambia a medida que lo hace

la luz. En este contexto, los materiales desempeñan un papel fundamental. Por un lado, los revestimientos porcelánicos de gran formato de Xtone aportan continuidad visual, eliminan juntas y refuerzan la sensación de amplitud. Por otro, la celosía cerámica extrusionada *O-Buit*, de Gresmanc Group, introduce ritmo, profundidad y una cualidad dinámica al

espacio, al filtrar la luz de manera cambiante. Esta combinación no es casual: responde a una tendencia clara en el interiorismo contemporáneo, donde la superposición de sistemas cerámicos permite construir espacios complejos desde una lógica material coherente.

La aportación de Gresmanc Group en esta edición resulta especialmente significativa. De hecho la celosía *O-Buit* también muestra su potencial en *The Sound Club by Bang & Olufsen*, de Virginia Albuja y en el espacio de Keinzo Interiores *De los sentidos al alma*.

UN SANTUARIO ÍNTIMO

El espacio Greco Gres, *The Beauty of the Unseen*, diseñado por Beatriz de Diego Granjo, plantea una de las aproximaciones más poéticas. El patio interior se convierte en un santuario íntimo, un lugar de calma donde la arquitectura se apoya en la luz y la naturaleza para construir una experiencia introspectiva. La cerámica adquiere aquí una condición casi escultórica. Su diseño modular introduce ritmo, textura y profundidad, generando una superficie viva que cambia según la incidencia lumínica. Además, la reutilización de piezas procedentes de proyectos anteriores refuerza una idea clave en el diseño actual: la belleza no depende únicamente de lo nuevo, sino también de la capacidad de los materiales para prolongar su vida útil.

Por su parte, en *Introspectio Suite*, de Estudio Querencia para Nais, el baño se

FOTOGRAFÍAS: CASA DECOR 2026



La depurada 'fisonomía' marcada y el lujo estético, señas de identidad del espacio Venux, diseñado por Viruta Lab.

reinterpreta como una estancia emocional, más próxima a una suite de hotel que a un espacio puramente funcional. La propuesta trabaja con superficies, volúmenes y texturas para crear una atmósfera envolvente, pensada para la desconexión y el reencuentro con los sentidos. La cerámica tiene un papel especialmente relevante no solo por su presencia estética, sino por su dimensión tecnológica: el uso de piezas producidas con cero emisiones de carbono en un horno eléctrico pionero introduce una lectura responsable del lujo contemporáneo. Este proyecto en Casa Decor demuestra que innovación, confort y sostenibilidad pueden formar parte de una misma estrategia de diseño.

UN SALÓN-BIBLIOTECA CÁLIDO

El espacio Neolith, *Entre superficies y palabras*, de PersonalK, se sitúa en una clave más doméstica y emocional. Concebido como un salón-biblioteca, invita a la pausa, la lectura y la conversación. Aquí, las superficies generan un conjunto cálido y habitable, dialogando con otros acabados diversos para generar contrastes táctiles y visuales. La luz y el color contribuyen a crear una atmósfera acogedora, alejada de la frialdad con la que en ocasiones se ha asociado a los materiales técnicos. Su enfoque sostenible, basado en la posibilidad de reutilizar revestimientos y mobiliario, añade una capa de responsabilidad al proyecto y plantea el interiorismo como un sistema adaptable, capaz de evolucionar más allá de una instalación temporal.

En *Al desnudo*, de Mayice para Nuet Ceramics, la cerámica se convierte directamente en arquitectura. La terraza se organiza como un patio longitudinal, articulado por una secuencia de pausas en la que las piezas cerámicas extruidas configuran muros, suelo y atmósfera. El proyecto destaca por su capacidad para trabajar con la luz y la sombra como materiales de diseño. Las celosías filtran la mirada, transforman la percepción del recorrido y culminan en la apertura hacia la vista de Madrid. La dimensión desmontable de la instalación, prevista para su reutilización en un campo de naranjos de la propia fábrica, refuerza una visión circular y profundamente



El patio interior 'The Beauty of the Unseen', con acabados cerámicos de la firma Greco Gres.

La cerámica aparece en lavabos, bañeras, encimeras, celosías, cocinas, pavimentos, revestimientos y piezas arquitectónicas

coherente del proceso constructivo.

En el restaurante *The Silent Chapel*, de Iris Ceramica Group, el diálogo entre material y arquitectura alcanza uno de sus puntos más sofisticados. Diseñado por Raúl Martins en la antigua capilla del edificio, el espacio utiliza superficies cerámicas de gran formato con acabados de apariencia pétreo para integrarse en la monumentalidad del entorno. Las soluciones de SapienStone en encimeras refuerzan esa continuidad material, aportando funcionalidad sin romper la

armonía del conjunto. Aquí, la cerámica actúa como un puente entre pasado y presente, respetando la esencia del espacio original mientras introduce una capa contemporánea.

UN OBRADOR SIMBÓLICO E HISTÓRICO

El espacio Venux, *El Obrador. Cocina, silencio y ritual*, diseñado por Viruta Lab, propone una lectura más histórica y simbólica. Inspirado en la transformación del antiguo Palacio del Marqués de los Vélez en convento en el año 1926, el proyecto convierte la cocina en una escenografía contemplativa. La piedra sinterizada de la marca de Grupo STN aparece en pavimentos, encimeras y revestimientos, estableciendo un diálogo entre lo cotidiano y lo ritual. La luz cálida, la proporción y la referencia a las tracerías textiles conventuales construyen una atmósfera de recogimiento. En este caso, el material no solo responde a exigencias de resistencia, higiene y durabilidad, sino que participa activamente en la construcción de una memoria espacial.

En una clave más experimental, el espacio *Manantial*, de Cosentino y dise-

ñado por Summumstudio, explora nuevas superficies minerales con alto contenido reciclado. Aunque se sitúa en la órbita de la piedra sinterizada, su enfoque va más allá de la funcionalidad. El proyecto utiliza la luz, la profundidad y la textura para generar una experiencia inmersiva en la que el material parece transformarse. Es una propuesta que apunta hacia el futuro del sector, donde la sostenibilidad y la innovación tecnológica se convierten en elementos centrales del diseño.

Asimismo, El Espacio Kaldewei: *Fuerza suave*, diseñado por Isabel López Vilalta, plantea una lectura equilibrada entre delicadeza y presencia material. La cerámica aparece en los revestimientos del lavabo y la bañera, con piezas de Cevica que aportan textura, profundidad y un carácter artesanal al conjunto. El proyecto juega con la idea de suavidad formal y fuerza expresiva, utilizando el material cerámico como recurso para construir una atmósfera serena, táctil y envolvente. Su uso en zonas vinculadas al agua refuerza, además, la capacidad de la cerámica para combinar funcionalidad, belleza y resistencia.

Junto a estos proyectos principales, la presencia de firmas como Harmony Inspire, Inalco, Mainz Cerámica o Museum Surfaces en la plataforma de interiorismo de Madrid confirma la diversidad de aplicaciones del material. La cerámica aparece en lavabos, bañeras, encimeras, celosías, cocinas, pavimentos, revestimientos y piezas arquitectónicas, demostrando una versatilidad que atraviesa escalas y usos.

En conjunto, Casa Decor funciona como laboratorio de tendencias donde la cerámica y la piedra sinterizada muestran su madurez técnica y expresiva. La sostenibilidad, la reutilización, la innovación productiva, la textura, el gran formato, la tridimensionalidad y la integración arquitectónica aparecen como líneas comunes. Los proyectos evidencian que el futuro del interiorismo no pasa solo por elegir materiales eficientes, sino por trabajar con aquellos capaces de aportar identidad, emoción y permanencia. En ese escenario, la cerámica se consolida como uno de los lenguajes más completos del diseño contemporáneo.

ENTREVISTA

David Valverde Responsable de Proyectos de Ascale

«Ascale reivindica las superficies como experiencia sensorial»



El responsable de Proyectos de Ascale, David Valverde, en la sede de la compañía en l'Alcora.

En su tercer año en el mercado, Ascale está ganando visibilidad en eventos como Marbella Design & Art y el Salone del Mobile de Milán. ¿Qué significado tiene para la marca participar en este tipo de convocatorias ligadas al diseño?

—Estar presentes en foros de esta relevancia confirma que Ascale está conectando con los profesionales, prescriptores y mercados que marcan tendencia en el sector. Este tipo de espacios nos permite mostrar no solo la calidad técnica y estética de nuestras superficies, sino también nuestra visión del diseño como una combinación de innovación, sostenibilidad y capacidad de inspiración para cualquier proyecto.

Además, participar en estas convocatorias nos ayuda a reforzar nuestro posicionamiento como firma global, generar relaciones de valor con arquitectos e interioristas y seguir escuchando de cerca las necesidades de un mercado en constante evolución. Es una manera de proyectar nuestra apuesta por el crecimiento y nuestro compromiso con la excelencia en diseño y producto. Ascale está reforzando un relato muy vinculado a la sensibilidad estética, la innovación y la experiencia del material.



Diseño y calidad son inseparables para nosotros»

—¿Cómo definiría hoy la identidad de la marca y de sus propuestas?

—Es una marca que entiende la superficie como experiencia sensorial, donde la innovación técnica y la sensibilidad estética conviven para dar lugar a materiales con fuerte capacidad expresiva. Queremos que nuestras propuestas transmitan carácter, emoción y autenticidad. Por eso trabajamos con atención la profundidad gráfica, el detalle de la veta y la riqueza visual de cada colección.

—En Marbella Design & Art presentaron lo que definieron como un auditorio sensorial. ¿En qué consistió esta propuesta?

—Consistió en la creación de un auditorio sensorial diseñado por Marisa Gallo. Un espacio elegante y de estética depurada, caracterizado por una paleta de colores neutros y planos. En él, la diseñadora logró integrar y trasladar de forma armónica los modelos icónicos de Ascale, generando una experiencia envolvente donde los materiales y las sensaciones eran los verdaderos protagonistas.

—¿Qué retorno obtuvieron de este certamen en forma de conexiones con prescriptores de la zona?

—El retorno de esta feria ha sido muy positivo, especialmente en términos de relación con los prescriptores. Han sido jornadas de gran valor para la comunicación directa, estrechar lazos y generar sinergias con los principales actores del mundo del diseño, arte y arquitectura.

—En el Salone del Mobile, ¿qué novedades o mensajes principales quisieron poner sobre la mesa en esta edición?

—En esta edición del Salone del Mobile de Milán quisimos poner el foco en la evolución de nuestros productos a través de nuevas texturas e imágenes renovadas de los modelos actualizados. Estas propuestas reflejan un diseño sofisticado y elegante, con una fuerte presencia contemporánea, pero manteniendo al mismo tiempo un carácter atemporal. El resultado es una colección que no deja indiferente y que transmite nuestra apuesta por la calidad estética y la I+D.

—¿Cómo fue la puesta en escena en Milán?

—Se planteó a partir de una cocina real, pensada para reflejar el uso cotidiano del espacio a través de un mobiliario funcional y cercano. Se buscó que las familias pudieran identificarse y visualizar cómo se integran tanto el diseño como las calidades en su día a día. En este contexto, la encimera ha sido una de las principales novedades, presentada como un elemento clave que destaca por su funcionalidad, estética y capacidad para convivir en un entorno doméstico real.

—¿Cómo ha evolucionado la propuesta de diseño de Ascale en los últimos años?

—Desde nuestros inicios hasta hoy, la evolución de nuestra propuesta de diseño ha sido constante. Hemos trabajado de forma continua en la optimización de los procesos productivos y en el perfeccionamiento de todo lo relacionado con

el desarrollo gráfico y el diseño de nuestras superficies. Todo ello, junto con la evolución de los tiempos y técnicas de fabricación, nos ha permitido alcanzar un resultado de altísimo nivel estético y técnico, con acabados que destacan por su naturalidad, profundidad visual y extraordinario realismo.

—¿Cómo convive ese esfuerzo por comunicar una propuesta más emocional con la necesidad de seguir poniendo en valor sus prestaciones técnicas?

—Entendemos que el diseño y la calidad no solo conviven, sino que son inseparables. Hoy el mercado demanda materiales cada vez más naturales, más auténticos y con una estética altamente cuidada, pero sin renunciar a las máximas prestaciones. En ese equilibrio es donde reside nuestro valor diferencial. Gracias al esfuerzo conjunto de todos los departamentos implicados en el desarrollo del producto, conseguimos llevar al mercado encimeras que combinan una imagen de gran naturalidad y riqueza estética con unos estándares de calidad y prestaciones técnicas del más alto nivel.

—A día de hoy, ¿cuáles cree que son las fortalezas de Ascale como marca?

—Hoy en día, una de las grandes fortalezas de Ascale reside en nuestra capacidad para ofrecer un producto que combina diseño, innovación, durabilidad y altas prestaciones técnicas dentro del segmento de superficies de gran formato. Nuestra propuesta destaca por la fiabilidad y resistencia de nuestras superficies y por una apuesta constante por la evolución del producto.

A ello se suma el respaldo de formar parte de un grupo sólido y de referencia como Grupo Pamesa, que nos aporta estructura, capacidad industrial y una visión estratégica de largo recorrido. Pero, por encima de todo, una de nuestras mayores fortalezas es el equipo humano que hay detrás de la marca: profesionales comprometidos y profundamente implicados en cada detalle, que trabajan cada día con la convicción y el orgullo de representar a Ascale.

—¿Qué novedades de producto han incorporado en 2026 a su catálogo?

—Este año hemos incorporado importantes novedades a nuestro catálogo con el lanzamiento de seis propuestas de gran valor estético y técnico, además de continuar perfeccionando y actualizando el resto de nuestras colecciones. Entre las principales incorporaciones destacan nuevos diseños como *Mystic*, *Silver*, *Foresta Blue*, *Apennino Golf* y *Savanna Terra*, propuestas que reflejan nuestra apuesta por superficies cada vez más sofisticadas, naturales y visualmente impactantes.

—¿En qué aspectos están trabajando ya para optimizar sus superficies de cara a los próximos años?

—Estamos centrando nuestros esfuerzos en el desarrollo de superficies más sostenibles y respetuosas con el entorno, apostando por procesos más limpios y por una selección de materias primas cada vez más cuidadas. Al mismo tiempo, seguimos evolucionando en el diseño, trabajando en gráficas más realistas que nos permitan alcanzar un nivel de naturalidad cada vez mayor dentro del mundo de la cerámica.

Grespania **redefine** nuevos exteriores

Ofrece **soluciones cerámicas** resistentes y versátiles para terrazas, fachadas, piscinas y espacios al aire libre



'Riverside' ofrece inspiración natural y acabados antideslizantes.



'Oslo' aporta la calidez de la madera con las prestaciones del porcelánico.

Los espacios exteriores han adquirido un papel protagonista en la arquitectura actual, concibiéndose cada vez más como una extensión natural del interior de la vivienda. En este contexto, la cerámica se consolida de forma progresiva como una solución idónea para zonas exteriores gracias a su durabilidad, baja absorción de agua, fácil mantenimiento y excelente comportamiento frente al uso intensivo y los agentes atmosféricos. Además, la evolución de los acabados y formatos permite crear proyectos de gran coherencia visual, conectando interior y exterior con una misma línea estética.

Grespania responde a estas necesidades con colecciones cerámicas diseñadas para aportar valor técnico y decorativo. Series de porcelánico como *Ribera* y *Riverside*, inspiradas en la naturalidad de la piedra, ofrecen superficies versátiles para zonas exteriores gracias a su acabado antideslizante. Además, *Ribera* cuenta también con una versión de 20 milímetros de espesor, especialmente indicada para su instalación en zonas de alto tránsito.



La serie 'Manises' reinterpreta la esencia decorativa de la cerámica artesanal en clave actual.

Estas dos series amplían su propuesta gracias a Coverlam, porcelánico técnico de gran formato especialmente indicado para fachadas y revestimientos arquitectónicos de exterior, con láminas de 1000x3000 mm en 3,5 mm de espesor y, en el caso de *Ribera*, también en 1200x2780 mm con 5,6 mm de espesor. Su resistencia y reducción de juntas contribuyen a crear superficies más limpias, modernas y duraderas.

La serie *Ribera* también está disponible para Coverlam Top en 12 mm de espesor, ideal para encimeras de cocina, islas y mobiliario exterior. Esta posibilidad refuerza la versatilidad de la colección, permitiendo crear espacios completos con un mismo diseño, desde pavimentos y fachadas hasta superficies de trabajo resistentes, duraderas y aptas para zonas al aire libre.

Junto a estas propuestas de inspiración natural, la cerámica también recupera lenguajes más tradicionales pero igualmente solventes. Por ejemplo, la serie *Manises* reinterpreta la esencia decorativa de la cerámica artesanal en clave actual, aportando personalidad y carácter a pavimentos exteriores con una

'Ribera', 'Riverside', 'Manises' y 'Oslo' resuelven proyectos con propuestas de estilos diferentes con una calidad común

estética estrechamente vinculada a la tradición mediterránea.

La madera porcelánica también adquiere protagonismo en las áreas exteriores. La serie *Oslo* aporta la calidez visual de la madera con las prestaciones técnicas del porcelánico: no requiere mantenimiento, no se estropea con el agua y ofrece una alta resistencia para terrazas, porches o zonas de paso, ofreciendo como resultado una solución resistente y de fácil mantenimiento. Esta propuesta ya se encuentra disponible en formato 26x160 y en 19,5x120 centímetros, este último también en acabado antideslizante, lo que permite crear ambientes naturales y seguros.

La cerámica de Grespania ofrece en la actualidad múltiples respuestas para diseñar exteriores más seguros, resistentes y visualmente atractivos, adaptados a las nuevas formas de habitar y de proyectar con estilo y carácter propio los espacios al aire libre.



Fachada: Coverlam Ribera blanco 120x278 cm / Encimera: Coverlam Top Ribera blanco
Pavimento: Ribera blanco anti-slip 120x120 cm + Ribera blanco 20MM

GRESPANIA

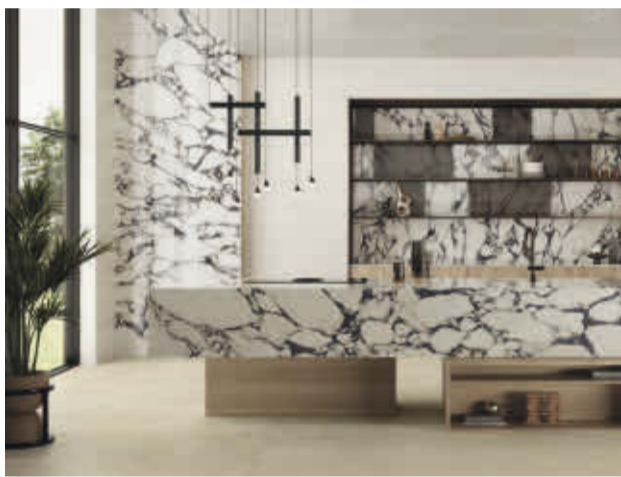
COVERLAM | COVERLAM | TOP | BELLACASA



grespania.com

Atlas Concorde **revela su** **nuevo ecosistema cerámico**

Exhibe en el **Salone del Mobile de Milán** la visión 'One Space', en el que superficies, mobiliario y complementos se fusionan en un lenguaje unitario



Desde la escala doméstica hasta la comercial, el sistema 'One Space' es capaz de crear una experiencia inmersiva que desafía los límites tradicionales del hábitat contemporáneo.

Atlas Concorde se presentó en la Milano Design Week con una propuesta de fuerte impacto proyectual, que interpretó de forma coherente la identidad de la marca y su enfoque del habitar contemporáneo. La visión *One Space* tomó forma tanto en el contexto de Rho Fiera Milano, dentro del prestigioso Pabellón 24, donde la empresa presentó su ecosistema cerámico en un espacio de 240 m², como en el corazón de Brera, en el Atlas Concorde Studio Milano, donde el mismo concepto se expresó en un entorno urbano.

One Space - The Atlas Concorde Ceramic Ecosystem representa el enfoque integrado de la marca, donde las superficies cerámicas, el mobiliario y los complementos se conectan en una visión proyectual coherente. Desde la escala doméstica hasta la comercial, el sistema *One Space* crea una experiencia inmersiva que desafía los límites tradicionales del habitar contemporáneo.

Las grandes placas de *Atlas Plan* dominaron volúmenes y revestimientos, poniendo en evidencia la versatilidad de los formatos de gran tamaño. Las superficies, reducidas al mínimo en sus juntas, se convirtieron en auténticos elementos

de mobiliario, creando una continuidad visual que realzó la pureza de las texturas cerámicas.

En esta propuesta, los complementos de Atlas Concorde Habitat y la colección *Tratto - The Signature Objects by Piero Lissoni* se integraron perfectamente en el ecosistema *One Space*, dialogando con materiales como la madera, el vidrio y el metal para lograr un resultado estético sin precedentes.

El concepto expositivo, diseñado por el estudio Piero Lissoni, se articuló en una *Concept Home* de generosas proporciones, donde cada ambiente formó parte de un sistema fluido de relaciones entre volúmenes, funciones y materiales. Cada espacio fue concebido para reflejar una casa contemporánea que fusionó estética y prestaciones.

El recorrido se abrió con dos ambientes de baño y una cocina de gran impacto escenográfico. En la pared izquierda, un ambiente de baño tono sobre tono tuvo como protagonista la colección efecto piedra *Nyra*, desarrollada en colaboración con Studio Alberto Apostoli. *Nyra* estuvo presente tanto en pared, con *3D Saddle*, elemento tridimensional caracterizado por relieves horizontales, como

en el lavabo monobloque *Armonia*.

En la pared frontal, un segundo ambiente de baño se presentó en un *total look Marvel T*. Realizada en colaboración con HBA, uno de los estudios de diseño más influyentes del mundo en el ámbito de la hospitalidad, la colección efecto mármol celebró la rica tradición de la piedra italiana. Completó la escena *Dialogo*, la colección de baño firmada por Mario Ferrarini, con dos lavabos murales combinados con un mueble suspendido con encimera en porcelánico.

Para completar el ambiente, los elementos de *Tratto - The Signature Objects by Piero Lissoni* se integraron perfectamente a nivel matérico y estético.

ACABADOS DE TENDENCIA

La cocina expresó el concepto de *One Space* gracias al uso de grandes placas efecto mármol para paredes, pavimentos y encimera. Las grandes placas efecto mármol *Marvel Epic Natural Roots*, elegidas para la encimera y el *backsplash*, se distinguieron por sus vetas blancas, avellana y doradas, que aportaron calidez y profundidad al fondo beige-avellana.

En armonía con el conjunto, para la pared y el pavimento se eligieron las pla-

cas *Travertino Navona White*, ideales para revestimientos y superficies de diseño sobrio y refinado. El fondo blanco cálido, recorrido por delicadas vetas tono sobre tono, confirió a la superficie un aspecto natural y armonioso.

La *Concept Home* se desarrolló después en dos áreas: un comedor y una sala de estar. En el comedor, las grandes placas *Marvel Epic* fueron las protagonistas en las paredes. *Marvel Epic Taj Mahal White*, con su fondo blanco cálido atravesado por delicadas vetas, exaltó la luz y la sofisticación, lo que la hizo ideal para ambientes atemporales. *Marvel Epic Taj Mahal Noisette* reinterpretó el mármol Taj Mahal en una versión beige cálida. En el centro del espacio, la mesa Brooklyn, de 300x100 cm, presentó un sobre en *Marvel Diva White Everest*.

En la sala de estar, la atención se centró en dos grandes placas murales de *Marvel Epic: Alpinus* y *Calacatta Viola*. En el pavimento, el formato tablón 20x180 de la colección efecto madera *Log Select*, en el color *Icon Pure*, aportó calidez y continuidad, conectando los espacios. El recorrido incluyó también un área exterior que subrayó el concepto de continuidad y *total look*.

LOSAS DE GRANDES FORMATOS, SIN PROBLEMAS.



Práctico  Fácil de manejar  100% Reciclable 

ATLAS CONCORDE PACK REVOLUCIONA EL TRANSPORTE DE GRANDES FORMATOS.

Atlas Concorde, actor destacado en el panorama mundial de las baldosas cerámicas con una gama completa de revestimientos y pavimentos, presenta Atlas Concorde Pack.

Este nuevo embalaje de cartón, patentado a nivel internacional, simplifica el transporte de losas de gran formato sin necesidad de maquinaria y permite comprobar la integridad de cada pieza durante todas las fases del transporte.

Todas las piezas de cartón son totalmente reciclables y están fabricadas con materiales con certificación FSC Mix.

Este innovador embalaje también reduce los costes operativos, ya que los paneles pueden ser manipulados con seguridad por tan solo dos personas.



Para más información, escanea el código QR o ponte en contacto con nosotros en: <https://www.atlasconcorde.com/es/contactos>

N-Class de Neolith **incorpora** **cuatro nuevos modelos**

La gama más accesible de **Neolith** crece con más propuestas de inspiración natural y dos nuevas texturas



Modelo 'Toscano'. 'N-Class de Neolith' mantiene la calidad, el diseño y las prestaciones que distinguen a Neolith, con un posicionamiento más accesible.

Neolith, referente global en superficies de piedra sinterizada, presenta cuatro nuevos modelos y dos nuevos acabados para su gama *N-Class de Neolith*. Estas incorporaciones refuerzan «una propuesta concebida para acercar el diseño de alto rendimiento al día a día.» Tras la llegada de *N-Class de Neolith* al mercado español, esta actualización consolida la vocación de la gama: ofrecer superficies con el prestigio y la fiabilidad que caracterizan a la compañía, en una selección diseñada con el objetivo de «responder a estilos y necesidades reales, al mejor precio».

Entre los nuevos modelos de la marca se incluyen *Colosseo*, con la presencia y el magnetismo de la piedra travertino; *Toscano*, que profundiza en la riqueza de los marrones con la calidez de la tierra italiana; *Nivola*, que introduce un blanco roto que ilumina con calma, pero con intención; y *Pasadena*, que recuerda a la calidez de la madera bañada por la luz de California.

MÚLTIPLES APLICACIONES

Desde la firma reseñan que son «cuatro nuevos modelos que, en conjunto, amplían las posibilidades de personalización de *N-Class de Neolith* para revestimientos, pavimentos y aplicaciones en interiorismo y cocina, siempre con el equilibrio entre estética y rendimiento que define a la marca».

La propuesta «evoluciona con una atención especial a las sensaciones que



'Colosseo', una de las nuevas propuestas de 'N-Class de Neolith'.

aporta cada superficie». Las dos nuevas texturas «enriquecen la experiencia visual y táctil, facilitando composiciones más cálidas y contemporáneas». El acabado *Matt*, con un tacto natural, ofrece una textura mate sutil que reduce reflejos y realza la profundidad del diseño. Por su parte, *Wood* incorpora un relieve inspirado en la madera natural que añade calidez, movimiento y una sensación orgánica al conjunto. Las nuevas texturas «permiten que cada modelo se perciba con más matices, reforzando la continuidad y la coherencia del conjunto, tanto en grandes superficies como en aplicaciones de interiores».

«Con la incorporación de estas novedades, *N-Class de Neolith* refuerza su promesa de poner al alcance de más proyectos tanto el diseño como las prestaciones que siempre definen a Neolith. Los nuevos modelos aportan más recursos para crear espacios coherentes, cálidos y actuales, sin renunciar a la fiabilidad, la durabilidad y el estándar de calidad que se espera de una marca líder», afirma Andreas Manero, *Group Marketing Director* de Neolith.

LAS MISMAS PESTACIONESTÉCNICAS

N-Class de Neolith nace para dar respuesta a una realidad creciente en el mercado: la de quienes buscan materiales con altas prestaciones, estética cuidada y la garantía de una marca reconocida, en una propuesta más accesible. El lanzamiento presentado hoy refuerza precisamente esa misión, incrementando el abanico de posibilidades sin renunciar a los atributos que han consolidado a Neolith como referencia global en el sector de las superficies arquitectónicas.

La gama mantiene la esencia de la piedra sinterizada Neolith: superficies duraderas, resistentes y fáciles de mantener, concebidas para acompañar el ritmo de la vida cotidiana y adaptarse a distintos usos y espacios. Esta combinación de diseño y funcionalidad convierte a *N-Class de Neolith* en un recurso de gran valor para interioristas, arquitectos, distribuidores y particulares, que buscan soluciones versátiles con la seguridad de elegir una marca líder.

DISEÑO ACCESIBLE CON COMPROMISO SOSTENIBLE

El enfoque de *N-Class de Neolith* se alinea con la visión de facilitar el acceso a superficies de alto rendimiento, al mejor precio. Al mismo tiempo, «mantiene nuestro compromiso con una producción responsable: la piedra sinterizada de Neolith se fabrica a partir de materias primas naturales y bajo criterios de eficiencia, en línea con los estándares medioambientales más exigentes de todo el sector».

Con la incorporación de *Colosseo*, *Toscano*, *Nivola* y *Pasadena*, *N-Class de Neolith* reafirma su apuesta por una «gama pensada para hacer del diseño un aliado cotidiano, ampliando las alternativas estéticas disponibles en España y reforzando una selección que combina prestigio, rendimiento y accesibilidad».

Vernís aporta su particular mirada sobre la cerámica

La compañía plantea **Vernissage**, una exposición en Onda con un recorrido por la materia, el diseño y el oficio que definen sus señas de identidad

En el mundo del arte, el *vernissage* es el momento previo a la apertura. El instante en que una obra recibe los últimos retoques y todo se prepara para ser mostrado. A partir de esa original idea, Vernís presenta en sus instalaciones ubicadas en Onda su propio Vernissage, un encuentro concebido para compartir sus novedades con clientes y colaboradores.

La iniciativa se celebra desde finales del mes de abril y hasta el próximo 15 de mayo y plantea un recorrido por la materia, el diseño y el oficio que definen la identidad de la compañía castellanense.

Con más de 50 años de acreditada trayectoria dentro del clúster español e internacional, Vernís forma parte de la evolución del sector cerámico desde su especialización en fritas, esmaltes y colores para la industria cerámica. Su actividad ha estado vinculada al desarrollo de nuevos materiales y aplicaciones capaces de responder a las necesidades técnicas y productivas de cada momento, siempre desde el corazón de Onda.

SELECCIÓN DE PROYECTOS

Durante tres semanas, la compañía abre sus puertas para presentar una selección de proyectos que ponen en valor su capacidad de desarrollo y su conocimiento del proceso cerámico. El recorrido reúne propuestas que combinan decoración digital, acabados de alta definición y aplicaciones orientadas a optimizar los procesos productivos.

Entre las líneas de trabajo presentes en el *showroom* de la compañía esmalte-



El 'showroom' de la esmaltera estará abierto a clientes y colaboradores hasta el 15 de mayo. Sobre estas líneas, algunos de los asistentes al estreno.

ra en Onda adquieren especial relevancia las aplicaciones digitales que permiten dotar a la superficie cerámica de efectos tridimensionales. Estos desarrollos hacen posible «generar espesores y coberturas de grandes dimensiones, con relieves definidos gracias al sincronismo gráfico». El resultado «son piezas con mayor textura al tacto y una mayor sensación de profundidad visual», explican desde la firma castellanense.

CENTRADO GRÁFICO

También tienen protagonismo los proyectos desarrollados con tinta estructural, diseñada para responder a uno de los grandes retos de la fabricación cerámica, el centrado gráfico. Esta aplicación

intensifica el color en los bajorrelieves con gran precisión y permite sincronizar, en una sola aplicación, relieve y decoración. Su uso en producción contribuye a simplificar procesos, aumentando la eficiencia mediante la optimización de tiempos y recursos.

EXIGENCIA TÉCNICA

Uno de los valores que ha definido la trayectoria de Vernís durante estas décadas ha sido su compromiso con la exigencia técnica en un contexto industrial cada vez más competitivo. En Vernissage, ese compromiso se expresa a través de la materia, el criterio profesional y una relación con clientes y colaboradores basada en la confianza.

En este contexto, el encuentro recupera algunos proyectos galardonados con los Alfa de Oro que entrega la Sociedad Española de Cerámica y Vidrio (SECV), como los desarrollos Alquimia y Oro Cerámico, actualizados a las nuevas realidades de las aplicaciones actuales. Además, Vernissage incorpora también una pequeña exposición fotográfica que ilustra la actividad diaria de la compañía y refleja un compromiso «que continúa más firme que nunca».

Así, la cita convierte las instalaciones de Vernís en «un espacio abierto a la conversación y el descubrimiento, desde otra mirada, más cercana y consciente orientada a conseguir aportar un valor real a nuestros clientes».

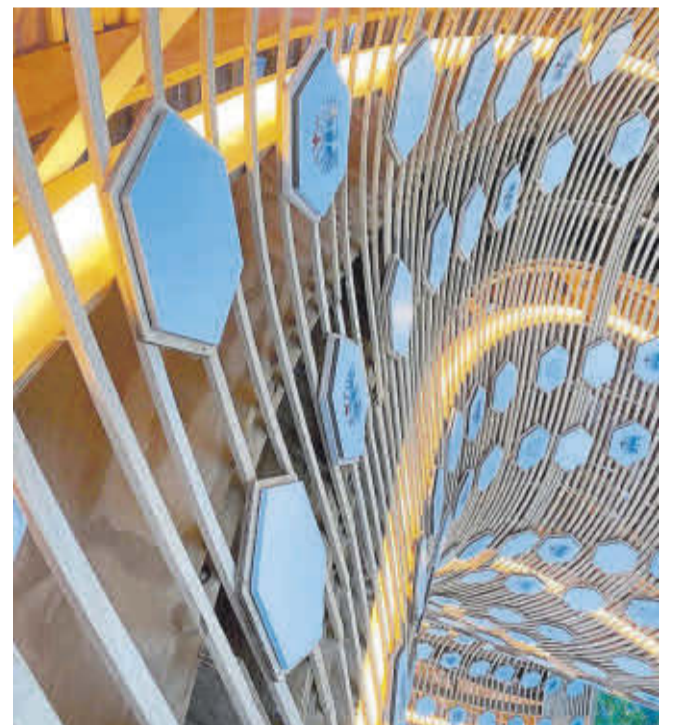
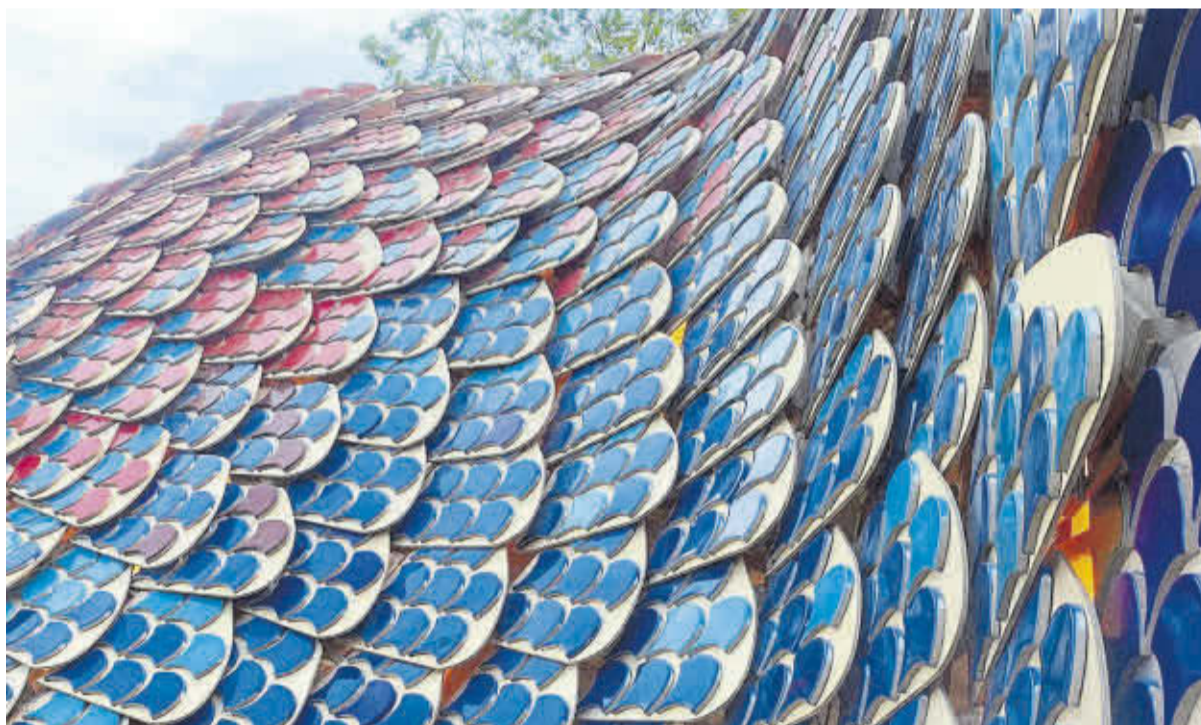


Imágenes de la inauguración oficial de Vernissage, la muestra que recopila los últimos desarrollos de la marca en el campo de los nuevos materiales cerámicos y las aplicaciones avanzadas del material.



Con un diseño geométrico orgánico y continuo, la estructura modular del proyecto, ensamblada de madera y cerámica, permite su itinerancia internacional, con Milán como próximo destino previsto.

Un 'dragón' como tributo a la arquitectura de Gaudí



La estructura de 150 metros cuadrados reinterpreta el método arquitectónico desarrollado por Antoni Gaudí para transformar el jardín del Instituto Cervantes de la ciudad alemana de Frankfurt.

La cerámica de **Natucer, Decocer y Cevica** brilla en 'Drac', proyecto de José R. Tramoyeres y Javier Cortina

ICEX España Exportación e Inversiones inauguró a finales de abril en Frankfurt la instalación arquitectónica llamada Drac, una estructura singular que representa la «capacidad creativa e industrial» del sector constructivo español en el marco de la Capitalidad Mundial del Diseño Frankfurt Rhein-Main 2026.

Con máximo protagonismo de los acabados cerámicos de Castellón, el proyecto está situado en el jardín del Instituto Cervantes de la ciudad alemana y nace

como un «ejercicio de diplomacia cultural y económica» para posicionar a las empresas españolas como referentes en soluciones sostenibles y tecnología avanzada, según ha informado ICEX en un comunicado.

La obra, que cuenta con una superficie de 150 metros cuadrados, rinde homenaje al arquitecto Antoni Gaudí coincidiendo con el centenario de su fallecimiento. Lejos de ser una interpretación literal, Drac propone una «lectura contemporánea de su legado», integrando

do naturaleza, técnica y sostenibilidad. «La instalación muestra internacionalmente la excelencia de los materiales españoles», han trasladado.

Diseñado por los arquitectos José Ramón Tramoyeres y Javier Cortina y ejecutado por la empresa valenciana Volúmenes y Vareta, el pabellón «destaca» por su diseño «geométrico orgánico y modular». La construcción ha contado con la colaboración de diversas empresas españolas, «mostrando» la «potencia del ecosistema industrial del país». Entre

ellas figuran Emedec (madera), Francisco Simó Pinturas (protección), Natucer, Decocer y Cevica (soluciones cerámicas), Idelightec (iluminación) y Lastra & Zorrilla (textil). La estructura ha sido fabricada combinando madera y cerámica, lo que permite que sea desmontable y reutilizable, con el objetivo de que funcione como un «embajador» de la cultura española y de la «capacidad transformadora del diseño español».

Durante el acto de inauguración, la consejera delegada de ICEX, Elisa Carbonell, ha subrayado que esta instalación «no es solo una pieza estética», sino «una herramienta estratégica para competir, crecer, generar valor reforzar el diálogo entre profesionales del diseño de España y de Alemania».



Bajo el concepto 'Materia en movimiento' la edición del certamen de cerámica y diseño de Onda convierte las instalaciones de Smalticeram España en un espacio de encuentro y diálogo técnico.

Smalticeram celebra el

SMALTIlab Worldwide Tour

Tras su paso por Roteglia, la gira internacional de Smalticeram Group llega a **Onda** hasta el 15 de mayo

Tras su paso por Roteglia (Italia) el pasado mes de marzo, SMALTIlab Worldwide Tour 2026 hace parada desde abril en Onda, en las instalaciones de Smalticeram España. La iniciativa, impulsada por Smalticeram Group, forma parte de una gira internacional que recorre distintas sedes del grupo en Italia, España, Estados Unidos, Turquía, Indonesia, Brasil e India, con «el objetivo de acercar sus últimas soluciones tecnológicas a los principales mercados cerámicos mundiales».

Bajo el concepto *Materia en movimiento*, la edición de Onda convierte las instalaciones de Smalticeram España en un espacio de encuentro y diálogo técnico. El proyecto nace «con la voluntad de trasladar la innovación al contexto real de cada mercado, mostrar sus aplicaciones de forma cercana y reforzar la relación con clientes y colaboradores desde una visión compartida de la cerámica industrial». En un sector cada vez más exigente, donde la sostenibilidad y la competitividad son factores decisivos, Smalticeram «refuerza su papel como socio tecnológico capaz de acompañar a sus clientes en el desarrollo de nuevas superficies».

La parada de Onda reúne una selección de soluciones que combinan la decoración digital con acabados de alta definición y aplicaciones orientadas a optimizar los procesos productivos.



Detalle de uno de los ambientes del evento.

La muestra exhibe cómo la tecnología sigue abriendo nuevas opciones para una industria cerámica más eficiente y competitiva

Entre ellas destaca *SJ-Water*, una serie de tintas digitales con formulación *water-based* desarrollada para avanzar hacia una decoración más sostenible. Esta gama reduce de forma notable las emisiones de carbono y la presencia de olores, e incluye acabados *glossy* y *mat*, una cuatricromía de alto rendimiento y una tinta estructurante aplicable antes del secado. Su propuesta combina precisión, versatilidad y respeto medioambiental sin renunciar a la calidad estética.

MÁS POSIBILIDADES EXPRESIVAS

Otra de las tecnologías presentes es *SJ-Klimb*, una aplicación digital que permite que la superficie cerámica adquiera volumen y materia. Su desarrollo hace posible generar espesores, coberturas y grandes dimensiones, con relieves definidos gracias al sincronismo gráfico. El resultado son piezas «con mayor textura al tacto, un contraste visual más intenso y una sensación de profundidad que amplía las posibilidades expresivas del diseño cerámico».

En SMALTIlab también se presentan proyectos desarrollados con *SJ-Space*, una tinta estructurante diseñada para responder a uno de los grandes retos de la fabricación cerámica, el centrado gráfico. Esta tecnología intensifica el color en los bajorrelieves con gran precisión y permite sincronizar, en una sola aplicación, relieve y decoración. Su uso en

línea contribuye a simplificar procesos, aumentar la eficiencia y optimizar tiempos y recursos, mejorando tanto la experiencia productiva como el acabado final de las piezas.

Por su parte, *SJ-Unik*, la nueva cola digital de Smalticeram para la aplicación de granillas, aporta una alta precisión uniforme en toda la pieza cerámica. Su formulación avanzada «minimiza las emisiones de carbono y elimina prácticamente cualquier olor». Diseñada para aplicaciones de alta definición, «garantiza uniformidad de capa, versatilidad en distintos soportes y formatos, y un poder adhesivo que estabiliza la deposición y mantiene los bordes nítidos». El resultado son «superficies de gran limpieza visual y un rendimiento constante dentro de producción».

Con estas soluciones, SMALTIlab Worldwide Tour pone en valor una manera de entender la innovación cerámica desde la aplicación real. Cada parada del recorrido «permite adaptar la visión global del grupo a las necesidades de cada mercado, generando un espacio donde se encuentran la tecnología y el conocimiento técnico a través del desarrollo de producto».

Después de Onda, donde el encuentro se celebra desde el pasado 28 de abril hasta el 15 de mayo, la gira continuará en las instalaciones de la firma en Tennessee, Eski ehir, Tangerang, Araras, Morbi y Bolonia. En suma, un recorrido que refuerza la dimensión global de Smalticeram Group y, al mismo tiempo, subraya la importancia de la proximidad. Estar cerca del cliente, del mercado y de los retos concretos de la industria.



Casa Castello, un apartamento concebido para entender el diseño a través de una secuencia continua de estancias, se ha incorporado de forma permanente al 'showroom' de Porcelanosa en Milán.

Porcelanosa trasladada su concepto de hogar a Milán

Ha participado en **Fuorisalone** con un apartamento conceptual y una agenda de encuentros profesionales

Porcelanosa Grupo se ha esmerado para destacar durante la Milan Design Week con un original abanico de propuestas. La multinacional española ha concentrado sus esfuerzos en la inauguración de Casa Castello, bajo el concepto *Tu hogar lejos de casa*, junto con un programa de actividades desarrollado durante estos días en los que la ciudad italiana se convierte en el epicentro internacional del diseño.

Casa Castello, inaugurada en el *showroom* de Porcelanosa en Milán, se ha incorporado de forma permanente en la instalación. Se trata de «un apartamento concebido para entender el diseño desde dentro, a través de una secuencia continua de estancias». El proyecto se articula en torno a los espacios propios de un hogar «en un itinerario fluido». «Cada elemento forma parte de un sistema coherente donde los materiales, las soluciones técnicas y el diseño mantienen una relación constante e integran a todas nuestras firmas», refieren desde el grupo empresarial.

UN ITINERARIO EN DOS PLANTAS

El itinerario de la instalación, en dos alturas, comienza en la planta principal, donde los espacios comunes se suceden de forma abierta con transiciones suaves entre cocina, comedor y zona de estar. Los materiales, la luz y las texturas construyen una atmósfera continua que acompaña el recorrido sin interrupciones. A medida que se asciende, «el ambiente cambia de *rítmico* y da paso a estancias más íntimas, pensadas para el



Detalle de la nueva Casa Castello en Milán.

descanso y el uso personal. De esta forma, se refuerza la sensación de estar en una casa, donde cada espacio responde a un momento distinto del día».

Más allá de la disposición, la propuesta busca generar una relación directa con los visitantes. No se trata solo de observar, sino de reconocerse en los espacios y percibir cómo se viven. El cierre del recorrido es un quiosco *vintage* revestido en cerámica *S-Tile* de L'Antic Colonial. En este punto, el visitante del local durante la Milan Design Week

podía elegir una postal de edición limitada y enviarla desde allí mismo, a su propia casa o a quien deseara. El acto de escribir y enviar esa postal desde su hogar lejos de casa establecía un vínculo tangible con Casa Castello. «El espacio dejaba de ser solo un lugar visitado y pasaba a formar parte de una experiencia que continuaba más allá del *showroom*», relatan desde Porcelanosa.

A lo largo de la semana, Casa Castello acogió un programa continuo de actividades. El evento *Opening Night* marcó el inicio de las acciones. Con un ambiente de carácter español, la gastronomía y la música acompañaron la velada, que reunió a profesionales del sector en un entorno distendido dentro del propio *showroom*.

En *Bubble Lounge*, el protagonismo fue para la grifería *I-Smart* de Noken, capaz de servir directamente agua con gas. A partir de esta tecnología, expertos mixólogos prepararon distintos cócteles para los invitados, mostrando nuevas formas de integrar el producto en el día a día. Otro de los encuentros fue el de la diseñadora Lorena Canals, quien compartió con el público los orígenes de su marca y su forma de crear, poniendo el foco en la artesanía y el valor de los procesos manuales en el diseño actual.

PRESENTACIÓN DE UNDORA

En el ámbito de producto, Porcelanosa celebró la presentación internacional de Undora, la nueva superficie mineral desarrollada y producida por Krion. El evento se escenificó como una *première*

cinematográfica, en la que se dio a conocer este material ecoresponsable, ligero y diseñado para adaptarse con facilidad a distintas geometrías.

La cocina también tuvo un papel destacado con *Live Cooking Experience*, un evento privado celebrado en el patio interior del *showroom*. La chef italiana Chez Martina preparó un menú en directo mientras realizaba una demostración de la *Smart Kitchen* con tecnología de inducción invisible. La sesión culinaria tuvo lugar sobre la cocina exterior *Offroad*, de Gamadecor, presentada con el acabado del porcelánico *Xtone Mallorca Caliza*.

Como complemento, los *Mornings at Casa Castello* generaron un ambiente más pausado, adecuado para la conversación y el intercambio de ideas entre profesionales, con desayunos privados celebrados durante toda la semana.

Todo el recorrido se enriqueció con la presencia de una cuidada selección de firmas españolas que aportaron un valor estético al conjunto. Desde el universo sensorial de Cereria Mollá, con sus velas y fragancias, hasta el enfoque funcional de Create o la visión del diseño *outdoor* de Gandía Blasco, las piezas se integran con naturalidad en los espacios.

A ello se sumaron propuestas vinculadas a la artesanía contemporánea, como las cerámicas de Inesita's, los objetos de inspiración atlántica de Heimat Atlantica o los textiles de Lorena Canals, con su calidez y texturas.

También estuvieron presentes, marcas que exploran la materia y el objeto desde diferentes perspectivas, como el calzado artesanal de Mybarks, las piezas de carácter atemporal de Rígido o las lámparas de Sally Hambleton, junto a propuestas de moda de Silbon y la iluminación de Terria.

Cerámica Cumella **deja su sello en la Sagrada Familia**

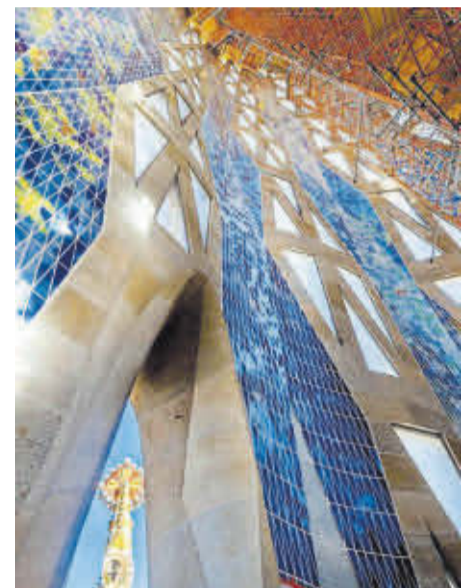
La empresa vuelve a demostrar su maestría en trabajos de talla mundial y rubrica un mural de **50.000 piezas** en el interior de la Torre de Jesucristo

La cerámica ha cobrado un protagonismo especial en uno de los avances más recientes y simbólicos de la Sagrada Familia. La firma Cerámica Cumella ha dejado su impronta con una singular intervención en el interior de la Torre de Jesucristo, donde se ubica un mural cerámico de dimensiones extraordinarias realizado íntegramente de forma artesanal en su taller.

Desde la empresa catalana expresan que «el interior de la Torre de Jesús de la Sagrada Familia presenta un mural cerámico de una escala sin precedentes». La compañía añade que para completar este trabajo creamos en nuestro taller mediante un proceso completamente artesanal más de 50.000 piezas pintadas a mano», lo que convierte esta actuación en un proyecto excepcional y en un nuevo icono dentro de la cerámica arquitectónica contemporánea.

La intervención adquiere aún más relevancia por el momento en el que se produce, coincidiendo con la culminación exterior de la Torre de Jesucristo, la más alta del conjunto monumental. En ese contexto, el trabajo desarrollado en el interior refuerza el papel de la cerámica no como un simple revestimiento, sino como un elemento esencial en la concepción espacial, lumínica y simbólica de la obra de Gaudí.

Desde la propia empresa destacan además la complejidad técnica y estética



Imágenes del proceso artesanal de creación de la cerámica, en el que el reconocido taller catalán ha preservado la esencia de Gaudí en su aportación.

del encargo. «Cada detalle, desde el color hasta la textura, fue cuidadosamente elaborado para seguir la compleja geometría de Gaudí e interactuar con la luz en el interior de la torre», señalan. Esa afirmación resume bien la importancia de la cerámica en la resolución final de uno de los espacios más singulares del templo: un material capaz de dialogar con la arquitectura, potenciar la luz y reforzar la dimensión espiritual del conjunto.

Cumella también pone el acento en el carácter extraordinario del proyecto y en su valor patrimonial. «Un proyecto de esta magnitud y significación es una oportunidad poco común para aplicar nuestro oficio», expresan desde la firma, que concluye mostrando su orgullo por haber podido contribuir «con nuestra experiencia a una obra de tanta visibilidad y simbolismo tanto histórico como arquitectónico».

La aportación del taller catalán evidencia que el último impulso de la Sagrada Familia no se explica solo desde la ingeniería o la monumentalidad de sus estructuras, sino también desde la pervivencia de oficios artesanos de alta especialización. En una obra donde materia, luz y simbolismo forman parte del mismo lenguaje, «la cerámica vuelve a situarse con eficacia y solvencia en el centro del relato arquitectónico».

Cifre recibe el iF Design Award por su estand en Cersaie

Galardón por su puesta en escena

La propuesta de Cifre Cerámica en la última edición de Cersaie ha sido reconocida con el iF Design Award 2026, uno de los galardones internacionales más prestigiosos del diseño. Bajo el concepto *Kumo*, *Shaping the Space*, el proyecto convirtió su estand expositivo en Bolonia en «una experiencia serena, inmersiva y coherente, inspirada en el minimalismo japonés». La firma ha logrado este reconocimiento gracias a una puesta en escena

que va más allá de la mera exhibición de producto. *Kumo* planteó una arquitectura efímera capaz de trasladar «al visitante a un entorno de calma dentro de una feria tan competitiva como Cersaie, a través de un recorrido que transitaba desde la escala arquitectónica hasta el detalle más expresivo».

El proyecto expositivo en Cersaie 2025 se articuló sobre una estrategia dual. Por un lado, Cifre Cerámica mostró su visión más global, estructural y técnica, con



Parte del equipo de Cifre Cerámica, tras la distinción otorgada por su presentación en la última edición de la feria internacional boloñesa.

soluciones de gran formato y vocación arquitectónica. Por otro, Brick&More exploró la dimensión más sensorial y creativa del material mediante el color, la textura y los pequeños formatos. Ambas áreas «formaron parte de un mismo universo conceptual y visual, pensado para ofrecer al visitante una lectura completa de la marca».

Uno de los rasgos más destacados del estand fue su «capacidad para construir una atmósfera coherente a través de los materiales y la luz. La madera, las celosías, los tejidos ligeros, la vegetación de inspiración oriental y los acabados artesanales reforzaron esa idea de ligereza y movimiento asociada a la nube, significado de la palabra japonesa *Kumo*». El resultado fue «un espacio concebido para la contemplación, el diálogo profesional y una experiencia de visita más pausada».

La propuesta de Cifre también incorporó un planteamiento claro de sostenibilidad y bienestar. El diseño partía de «un sistema modular y reutilizable, pensado para alargar la vida útil de sus componentes y reducir residuos tras la feria». Además, «priorizaba materiales naturales y de bajo impacto».



Detalle de Lagomar, con cerámica de APE Grupo, una de las propuestas más destacadas de la muestra impulsada por el ICEX en el Palazzo Castiglioni, máximo exponente del modernismo milanés.

El diseño español exhibe 'músculo' en Fuorisalone

Appartamento Spagnolo ha estado integrado este año por una selección de piezas de 22 firmas del hábitat



Varios de los ambientes planteados por Arianna Lelli y Chiara Di Pinto, fundadoras de Studiopepe, para la original instalación de arquitectura efímera.

En coincidencia con la Semana del Diseño de Milán y Fuorisalone, una constelación de más de mil complementarios a la feria de Milán, ICEX organizó la tercera edición de la exposición Appartamento Spagnolo, comisariada por la revista italiana Elle Decor Italia y el estudio de arquitectura Studiopepe. Esta muestra ha estado integrada por una selección de piezas de 22 empresas españolas de hábitat en el Palazzo Castiglioni, exponente del modernismo milanés.

Las firmas participantes fueron Agora, Alexandra, Arturo Alvarez, APE

Grupo, Arkoslight, Bover, Cevica, Coordonne, Cosentino, Crevin, Decocer, Gandia Blasco, Hisbalit Mosaico, Isimar, Kriskadecor, Maroa Cerámicas, Mobalco, Mobbli, Roca, Sancal, Skld Studio y Martinez Cardona.

El objetivo principal de esta acción fue mostrar al mundo las excelencias del diseño para el hábitat español en el evento internacional más relevante del hábitat y del diseño de este año, al que acuden las principales empresas, prescriptores y referentes del diseño para el hábitat de los cinco continentes. Desde la organización de la muestra explican que

«hemos buscado un impacto de imagen de que España es un referente de diseño para el hábitat a nivel global.

Con esta exposición, se ha reforzado la imagen conjunta del sector y del diseño español, y se ha apoyado el esfuerzo individual comercial de las empresas que participan. El recorrido expositivo, comisariado por Studiopepe, interpreta el hábitat contemporáneo a través del principio del descubrimiento: *pods* orgánicos y envolventes definen el salón, el dormitorio, el baño y la cocina, transformando cada ambiente en una microarquitectura para ser recorrida.

El montaje entrelaza cromatismos vibrantes y texturas estratificadas, construyendo una atmósfera íntima, pero de fuerte personalidad. Las excelencias españolas del mobiliario y de las superficies dialogan con el encanto atemporal del Palazzo Castiglioni, que se transforma en un marco escenográfico capaz de realzar y amplificar la visión proyectual.

Arianna Lelli Mami y Chiara Di Pinto, fundadoras de Studiopepe comentan sobre la instalación: «Hemos concebido un apartamento contemporáneo como una auténtica 'casa dentro de la casa', capaz de afirmar su propia identidad y autonomía con respecto al contexto decorativo del palacio».

En la muestra sobresalía Lagomar, con una posición central dentro del recorrido. Situado en la Sala del Pavone, el espacio que representaba el *living* de la vivienda contenía un mural cerámico que actuaba como clave de lectura de todo el proyecto: en una sola pared convergía la paleta cromática, la suavidad de las formas y la tensión entre lo manual y lo arquitectónico que atravesaba cada estancia. «La idea de trabajar sobre una superficie amplia, como un lienzo continuo, nos permitió alejarnos de la modularidad típica de la cerámica y adoptar un enfoque más artístico», explican Arianna Lelli Mami y Chiara Di Pinto.

Desarrollado sobre una base cerámica existente de APE Grupo, Lagomar materializa el potencial del concepto Canvas, que permite trasladar cualquier diseño a la superficie cerámica con total libertad de escala, formato y composición. Y en este caso lo hizo inspirado en referencias que abarcan desde la arquitectura de Ricardo Bofill hasta lenguajes simbólicos ancestrales, con un diseño que construía un imaginario propio donde mar, vegetación y materia mineral generaban un lenguaje de formas estilizadas.

Once souvenirs cerámicos en el gran escaparate de Milán

Tile of Spain ha propuesto un ‘bodegón’ que reinterpreta iconos culturales y objetos cotidianos del diseño español con cerámica de **15 azulejeras**



Con esta propuesta, Tile of Spain ha reivindicado un cambio de mirada sobre la cerámica española en un momento de especial efervescencia creativa como es la Semana del Diseño de Milán.

Spanish Design as a Souvenir es el evocador nombre de la última instalación de Tile of Spain en el Fuorisalone de Milán, diseñada por Coodo Studio. La muestra «redefinía la condición de la cerámica española, que abandonaba su rol tradicional como revestimiento o pavimento para afirmarse como cuerpo, volumen y unidad autónoma de diseño en la principal cita internacional del sector».

La instalación partía de una pregunta central: ¿puede el diseño español expresar la identidad de un territorio y convertirse en un recuerdo material? La cerámica respondía «como lenguaje narrativo, dando forma a un bodegón de souvenirs a escala arquitectónica que reinterpretaba iconos culturales y objetos cotidianos del diseño español», revestidos con cerámica de 15 marcas de Tile of Spain: Apavisa, Arcana, Argenta, Cevica, Colorker, Cristacer, Decocer, Dune, El Barco, Estudio Cerámico, Gayafiores, Harmony, Tau, Vidrepur y Vives.

Situada en las galerías perimetrales del histórico claustro de La Statale, la instalación configuró un recorrido expositivo donde arte y diseño convergían, invitando al visitante a adentrarse en la escena y explorar el potencial de la cerámica como material contemporáneo. La pro-



Coodo Studio ha firmado esta intervención en el histórico claustro de La Statale de Milán.

puesta se articulaba mediante una estructura lineal transitable de 10x1,50 m que acogía once objetos cotidianos reinterpretados, cuyas dimensiones (pesos entre 44 y 247 kilos y alturas de 20 a 250 centímetros), enfatizaban su condición volumétrica y escultórica.

DISEÑO, CULTURA E INDUSTRIA

Lejos del cliché turístico y bajo el lema *Materiae* de la revista *Interni*, la instalación proponía una colección de piezas

concebidas para «perdurar y viajar más allá del Fuorisalone, instalándose en la memoria material y emocional de los asistentes». Convertidos en tótems contemporáneos, los once objetos configuraban un «sistema de referencias donde el diseño, la cultura y la producción se entrelazan: el salvamanteles, vinculado al tablao flamenco, las castañuelas como extensión del cuerpo, el plato y el aceite como arquetipos domésticos, el cenicero Copenhagen —diseñado en los años 60

por Jørgen Haugen Sørensen—, la camiseta como souvenir universal, la Milán 430 como icono escolar, la bota de vino como símbolo popular, la pajarita de Miguel de Unamuno, el imán como recuerdo turístico y el beso, inspirado en el sofá Dailips de Salvador Dalí».

Con esta propuesta, Tile of Spain reivindicaba un «cambio de mirada sobre la cerámica española en un momento de especial efervescencia creativa en la Semana del Diseño de Milán». *Spanish Design as a Souvenir* planteaba una «reflexión contemporánea sobre el diseño español y la cerámica como material identitario».

INFLUENCIA ‘SETENTERA’

Fundado en el año 2019 en el barrio madrileño de Lavapiés por los arquitectos José David Costa y Sergio Ortiz, Coodo Studio es un estudio multidisciplinar que aborda la arquitectura, el diseño, el interiorismo y la dirección creativa desde una perspectiva experimental. Su trabajo se caracteriza por una estética vibrante de influencia *setentera*, donde los colores vibrantes, la iluminación expresiva y la experimentación espacial se usan para construir entornos de singulares, concebidos «para generar impacto y permanencia en la memoria».



Mainer y Keeltek son dos de las compañías destacadas adheridas al colectivo de Asebec, la Asociación Española de Fabricantes de Maquinaria y Bienes de Equipo para la Industria Cerámica.

Asebec aguanta el tipo a pesar del contexto incierto

La asociación eleva un **4,3% su actividad** y gana empleo, aunque alerta de la falta de inversión en el sector

La maquinaria cerámica española, uno de los pilares industriales vinculados al clúster cerámico de Castellón, ha logrado cerrar 2025 con un crecimiento contenido del 4,3% (con unas ventas totales de 376 millones de euros), según los datos provisionales que ha ofrecido en abril Asebec (Asociación Española de Fabricantes de Maquinaria y Bienes de Equipo para la Industria Cerámica). Sin embargo, la percepción entre buena parte de las empresas asociadas dista de ser plenamente positiva, ya que la mejora no se traslada de forma homogénea al conjunto del colectivo y sigue muy condicionada por la debilidad de la inversión en la industria azulejera, según destacan fuentes del colectivo.

Tras varios ejercicios marcados por la crisis energética y la fuerte inestabilidad de los mercados, el balance del pasado deja un «sabor agri dulce», en palabras del presidente de Asebec, José Miquel. Desde la asociación se admite que el incremento de la actividad puede estar muy influido por las «grandes inversiones realizadas por los grupos de mayor tamaño», mientras que entre muchas de las pequeñas y medianas azulejeras «continúa dominando la prudencia». De hecho, aunque el empleo ha repuntado en torno a un 3% (ha pasado de 1.641 empleados a 1.690 trabajadores) persiste el temor a que sigan cayendo empresas azulejeras y a que «esa contracción termine afectando más al volumen de trabajo de los fabricantes de maquinaria».

El diagnóstico del sector es claro por parte de José Miquel: «Para poder hablar de una recuperación sólida hacen falta más inversiones». Las compañías adhe-

das a Asebec echan en falta un mayor dinamismo dentro del propio sector cerámico, donde, según advierten, solo los grandes grupos mantienen proyectos de cierto calado. Esa falta de impulso está «obligando a muchas empresas a intensificar la búsqueda de clientes en el exterior y a trabajar con márgenes cada vez más ajustados».

LA 'REACTIVACIÓN' DE ARGELIA

En este contexto, el mercado argelino ha supuesto un balón de oxígeno. La reactivación de las relaciones comerciales con Argelia ha generado «una inyección de facturación que el sector sitúa en al menos 40 millones de euros después de dos años de bloqueo, una cantidad que ha servido para aliviar parcialmente la presión sobre las empresas y abrir nuevas expectativas en exportación».

Pese a ello, las previsiones siguen rodeadas de incertidumbre. La patronal reconoce que el comportamiento de 2025 y las perspectivas para 2026 quedan a expensas de «la evolución geopolítica, con especial preocupación por las tensiones internacionales y su posible impacto sobre la energía y la demanda». A ello se suma otra amenaza de fondo: el coste de las emisiones de CO2, un factor que, según advierten, puede penalizar severamente a la industria si no llegan ayudas suficientes para afrontar el proceso de descarbonización.

A las dificultades estructurales se añaden otros problemas ya cronificados, como la falta de personal cualificado. Las empresas siguen reclamando «perfiles técnicos y comerciales especializados, capaces de entender el producto y de venderlo en mercados cada vez más compe-

titivos». Al mismo tiempo, muchas firmas aseguran que desde 2023 «están manteniendo e incluso bajando precios para conservar relaciones comerciales, en un escenario de recorte generalizado de costes».

Ante esta coyuntura, el presidente de Asebec, José Miquel, insiste en que la respuesta pasa por «redoblar la apuesta por la diversificación desde nuestras empresas». La asociación sostiene que abrir nuevas líneas de negocio será clave para sostener la actividad en los próximos años. En esa línea, la patronal está a punto de formalizar un estudio, que liderará el Instituto de Tecnología Cerámica, para determinar las capacidades tecnológicas de las compañías de la asociación e identificar en qué otros campos y actividades pueden trabajar más allá del negocio tradicional ligado a la cerámica.

INTERNACIONALIZACIÓN

La internacionalización es, de hecho, una de las grandes prioridades estratégicas. El cambio de modelo de Cevisama ha afectado especialmente al colectivo de la maquinaria cerámica, que ha visto cómo se reducía una de sus principales plataformas comerciales. Ante la contracción del mercado nacional, desde Asebec «hemos intensificado nuestras misiones comerciales en países como Argelia, México o Colombia, con el objetivo de ganar peso en exportación y compensar la debilidad interna», repasan desde el colectivo tecnológico.

Sobre el actual escenario ferial y congresual, Asebec mantiene una posición de neutralidad ante el distanciamiento entre Qualicer y el nuevo congreso Ignite por falta de entendimiento de la Cámara

de Comercio y el Colegio de Ingenieros. La asociación subraya que, si finalmente conviven dos certámenes, no puede decantarse por ninguna de las dos iniciativas técnicas.

NUEVO CLÚSTER DE LA CERÁMICA

Entre los proyectos inmediatos para 2025, la patronal sitúa en primer plano la digitalización y la inteligencia artificial, dos ámbitos en los que espera avanzar para mejorar competitividad y eficiencia. Además, desde la patronal de la maquinaria cerámica anticipan que en breve quedará formalmente constituido el Clúster de la Cerámica, una nueva herramienta de vertebración sectorial promovida por Ascer, Anffecc, Asebec e ITC. La iniciativa, que ya ha sido presentada en el registro de la Generalitat Valenciana, nace con la vocación de aglutinar a las principales organizaciones y agentes de referencia del ecosistema cerámico para reforzar la coordinación entre todos ellos y actuar con una sola voz ante los principales desafíos que afronta la industria.

El objetivo pasa por ganar capacidad de interlocución institucional, impulsar estrategias compartidas y dirigirse de forma conjunta a las distintas administraciones públicas para defender los intereses del sector, reclamar medidas de apoyo y reforzar la competitividad de una actividad clave para la economía de la provincia de Castellón.

Con todo, el mensaje que traslada la maquinaria cerámica es de «resistencia, pero ni mucho menos de satisfacción, ya que el sector ha logrado crecer mínimamente a lo largo del 2025, ha conseguido ganar algo de empleo y ha encontrado oxígeno en el exterior, pero sigue pendiente de que regresen las inversiones, de que se despeje el horizonte geopolítico y de que la transición energética no termine lastrando aún más al sector», resume José Miquel.

Relevo en Anffecc en una etapa de «grandes retos»

Vicente Bagán asume la presidencia de la asociación en una coyuntura marcada por la descarbonización

Las empresas pertenecientes a la Asociación Nacional de Fabricantes de Fritas, Esmaltes y Colores Cerámicos, Anffecc, han celebrado en abril su asamblea general, en la que se ha formalizado el nombramiento de Vicente Bagán como nuevo presidente de la entidad. La asamblea ha ratificado la propuesta de renovación de la presidencia, cargo que se renueva cada cuatro años y habitualmente va rotando entre las distintas empresas miembro.

Asimismo, el colectivo ha aprobado la composición de la junta de gobierno para el nuevo periodo, que queda integrada por Fernando Fabra (Esmaltes) como vicepresidente, Joaquín Font de Mora (Vidres) como tesorero, Gonzalo Trilles (Colorobbia) y Ángel Navarro (Coloronda), que renuevan como vocales y Francisco Nácher (Esmalglass-Itaca) y Francisco Ruvira (Torrecid), que permanecen como vocales.

Vicente Bagán es doctor en Ciencias Químicas por la Universidad de Valencia y actualmente ejerce como vicepresidente de Altadia Group, grupo del que ha sido CEO durante 16 años. Cuenta con más de 30 años de experiencia en el sector, con una trayectoria vinculada al desarrollo industrial, la innovación y la proyección internacional de la industria de fritas, esmaltes y colores cerámicos.

Con este nombramiento, Bagán asume la presidencia de Anffecc en una



Los participantes en la asamblea general de Anffecc en la que se aprobó su nueva junta de gobierno.

etapa clave para el sector, «condicionada por la evolución de la demanda internacional, el impacto de los costes energéticos y de materias primas, y la creciente exigencia normativa vinculada a la descarbonización y a la competitividad industrial europea», expresan fuentes del colectivo.

Durante la asamblea general, además del relevo en la presidencia, se han presentado las cuentas anuales, el presupuesto y la Memoria de actividades de la asociación, y se han repasado las principales líneas de trabajo abordadas en los últimos meses. Entre ellas, destacan los proyectos y actuaciones vinculadas a la

descarbonización y transición energética, así como los principales retos técnicos, ambientales y regulatorios que afectan al sector.

En el plano sectorial, Anffecc ha subrayado que «el sector mantiene su liderazgo internacional basado en la innovación, la internacionalización, la calidad y el servicio al cliente, pero afronta un entorno especialmente exigente. La combinación de volatilidad de costes, incertidumbre geopolítica y marco regulatorio en transformación obliga a las empresas a redoblar esfuerzos para preservar la competitividad y continuar avanzando en soluciones tecnológicas que permitan reducir emisiones sin comprometer la actividad industrial».

En sus primeras palabras como presidente, Vicente Bagán ha agradecido la confianza depositada en su persona para asumir la presidencia de Anffecc y ha señalado que encara esta etapa «con sentido de la responsabilidad y con la voluntad de reforzar el papel de la asociación como espacio de apoyo a las empresas y defensa de la competitividad, en un momento de grandes retos».

En este sentido, ha destacado la importancia de mantener una interlocución fluida con las administraciones y con el conjunto de instituciones vinculadas al clúster cerámico «para que la transición energética y el marco regulatorio europeo avancen de una forma realista, con unos tiempos razonables y sin penalizar a la producción industrial tanto en España como en Europa». Igualmente ha agradecido la labor del presidente saliente, Fernando Fabra, al frente de la institución durante los últimos cuatro años.

ABK Group incorpora a José Luis Ramón a su consejo directivo

Nuevo 'fichaje' del grupo **italiano**

ABK Group, uno de los principales fabricantes italianos de superficies cerámicas, ha anunciado el nombramiento del español José Luis Ramón como nuevo miembro de su consejo de administración, con efectos inmediatos. Desde esta nueva responsabilidad, Ramón apoyará la dirección estratégica del grupo, con especial atención al impulso del crecimiento y al desarrollo del segmento de tablas cerámicas y superficies de gran formato.

La compañía, participada por Cleon Capital y las familias fundadoras, integra marcas como ABK, ABKStone, Flaviker, Materia y Gardenia&Ariana. Con una capacidad productiva superior a los 13 millones de metros cuadrados, el grupo cuenta con más de 600 empleados, una superficie construida de más de 200.000 metros cuadrados y presencia comercial en más de 120 países.

«Estamos encantados de dar la bienvenida a José Luis a ABK Group en un



El español José Luis Ramón ya es miembro del consejo de administración de ABK Group.

momento clave para nuestro desarrollo», ha señalado Stefano Soggi, CEO de ABK Group. «Su profundo conocimiento del mercado global de superficies, unido a una trayectoria acreditada en liderazgo e innovación, será fundamental para reforzar nuestra orientación estratégica y respaldar nuestras ambiciones a largo plazo», ha agregado.

Con más de dos décadas de experiencia ejecutiva internacional en la industria de las superficies premium, Ramón cuenta con una destacada trayectoria en liderazgo, visión estratégica y generación de valor. Ha ocupado cargos de alta responsabilidad en algunas de las compañías más relevantes dentro del sector, entre ellos el de CEO de Neolith Group y Corporate COO de Cosentino Group.

Además, Ramón también ha estado vinculado a empresas de base tecnológica como son Veegoo Technology y Electronics for Imaging (EFI), lo que refuerza su perfil en la «intersección entre materiales, diseño e innovación industrial». En ABK Group, su cometido se centrará en fortalecer la estrategia general de la compañía, además de prestar apoyo al equipo de ABK para impulsar el crecimiento diario del negocio.

«ABK Group ha construido durante los últimos años una plataforma notable, con una sólida cartera de marcas y una oferta de producto muy atractiva, especialmente en el ámbito de las tablas. Estoy muy ilusionado por contribuir a su próxima fase de desarrollo, apoyando las prioridades de crecimiento del grupo», ha afirmado José Luis Ramón.



El proyecto ha consistido en la instalación de una línea de embalaje 'Stretch Hood' en su nueva planta en Macael, integrándola en el flujo logístico de la fábrica y conectándola con la estación de paletizado.

Innova equipa la nueva planta de Chemical Building

'Stretch Hood' optimiza el embalaje automático y aporta mayor estabilidad, protección y eficiencia logística

Cómo se puede conseguir la protección total del producto químico? ¿Qué sistema de embalaje garantiza estanqueidad frente a agentes externos? Para dar respuesta a estos desafíos, Chemical Building ha apostado por sistema *Stretch Hood* para el final de línea de su nueva planta de producción. Con el objetivo de contar con unas instalaciones de vanguardia, la compañía ha confiado en Innova Group para implementar una solución que garantiza la máxima protección de la carga y una presentación impecable.

El proyecto ha consistido en la instalación de una línea de embalaje *Stretch Hood* en su nueva planta de producción en Macael (Almería), integrándola en el flujo logístico de la fábrica y conectándola directamente con la estación de paletizado. Una solución eficiente, sostenible y alineada con los estándares de calidad que exige el mercado actual.

Chemical es en la actualidad un referente dentro del sector químico, en concreto está especializado en la fabricación de soluciones de alta calidad para la construcción y con más de 20 años de experiencia dentro del sector. En línea con sus objetivos estratégicos, la instalación de Innova permite a la compañía «optimizar su embalaje final, garantizando que cada palet sea un reflejo de su compromiso con la calidad y con el máximo respeto por el medio ambiente».



La tecnología de Innova asegura la máxima protección de las cargas reduciendo el uso de plásticos.

El objetivo principal de Chemical con este proyecto era equipar su nueva planta con un sistema de embalaje de palets que garantizara mayor protección de sus cargas. La compañía buscaba una solución que «mantuviera la carga protegida e impermeable por sus cinco caras, y que proporcionara una presentación profesional, transparente y sin pliegues para potenciar la visibilidad de su marca».

LÍNEA DE ÚLTIMA GENERACIÓN

Para responder a las necesidades concretas de su *partner*, Innova diseñó una línea de embalaje de última generación

compuesta por los siguientes elementos:

1. Sistema *Stretch Hood*. El sistema *Stretch Hood* instalado responde a todas las exigencias de Chemical. Esta tecnología aplica un *film* tubular que se adapta perfectamente a la carga, cubriéndola por todas sus caras y hasta la base del palet. Esto, además de garantizar la protección del producto, elimina la necesidad de aplicar capas de *film* extra o *cover* superior para protegerlo, logrando un acabado impecable y reduciendo significativamente el consumo de plástico.

2. Línea de transporte de entrada y salida. Con el objetivo de optimizar la

cadena logística de Chemical, se ha instalado una línea de transporte de entrada que conecta directamente con el sistema de paletizado, con una entrada auxiliar para la entrada de los vehículos de carga. Además, también cuenta con una línea de salida por gravedad con acumulación y recogida de los palets ya enfundados.

Con la puesta en marcha del sistema *Stretch Hood*, Chemical «ha conseguido alcanzar los objetivos de protección y estanqueidad que necesitaban sus cargas químicas, garantizando que sus productos lleguen en perfectas condiciones al cliente final».

Más allá de la eficiencia técnica conseguida, la instalación de Macael se alinea con los objetivos de sostenibilidad de la empresa. «Al utilizar únicamente la cantidad de *film* estrictamente necesaria para cada carga, la compañía optimiza el uso de materiales y minimiza la huella de carbono de su proceso logístico, reforzando su compromiso con una industria más responsable», expresan desde Innova, al tiempo que relatan que «desde Chemical nos han transmitido su satisfacción con el proyecto, destacando el nivel de protección que han conseguido en sus cargas con *Stretch Hood*, así como un acabado de calidad superior y un embalaje alineado con sus estándares de sostenibilidad medioambiental».

Para Innova es «un orgullo poder trabajar con uno de los grandes referentes del sector químico, proporcionándoles una solución de final de línea que cumple con sus altos estándares de protección. Este proyecto refleja nuestro compromiso compartido por la innovación, la calidad y la sostenibilidad».

Vinpro', perfiles para integrar con los vinilos

Schlüter-Systems comercializa una gama específica para recubrimientos vinílicos

Schlüter-Systems, compañía que comercializó en el año 1975 el primer perfil para recubrimientos cerámicos, continúa evolucionando su gama de soluciones para adaptarse a las nuevas tendencias en los sectores de la construcción y las reformas. La firma ofrece en la actualidad cinco perfiles diferentes desarrollados de forma específica para recubrimientos vinílicos y otros materiales de bajo espesor. Con esta gama de producto, la compañía permite que los arquitectos e instaladores también puedan recurrir a la profesionalidad y a la calidad de la empresa especializada en perfilería para recubrimientos de diseño.

La serie *Schlüter-Vinpro-S*, responde a esta necesidad. Creada *ex profeso* para recubrimientos vinílicos, ofrece una protección segura de los cantos en el remate de pavimentos vinílicos con otras superficies. Además, el perfil se puede utilizar como remate elegante para rodapiés.

Dentro de esta gama se encuentra el perfil *Schlüter-Vinpro-T*, que se instala posteriormente a la puesta en obra del pavimento y crea una transición continua entre dos recubrimientos diferentes de bajo espesor al mismo nivel. Por su parte, el perfil *Schlüter-Vinpro-U* resuelve fácilmente las transiciones entre un recubrimiento vinílico instalado sobre un pavimento existente.

Otra propuesta del catálogo de Schlüter-Systems es *Vinpro-Step*, diseñado para la utilización en peldaños de escaleras. Este perfil de forma rectangular protege los cantos de los recubrimientos y es antideslizante, gracias a su zona de pisada acanalada. La gama se completa con *Vinpro-Ro* para la formación de esquinas en



El perfil 'Schlüter-Vinpro-T' es capaz de crear una transición continua al mismo nivel entre dos recubrimientos diferentes de bajo espesor.

paredes. Con su geometría redonda recuerda al conocido perfil de cantonera *Schlüter-Rondec*.

Todos los perfiles de la serie *Vinpro* están basados en los conocidos perfiles para cerámica de Schlüter-Systems y adaptados a las exigencias especiales de los recubrimientos vinílicos. Con su aspecto fino y sus acabados atractivos en aluminio cromado, titanio y bronceado cepillado, «combinan con este tipo de recubrimiento tan versátil como popular».



'Schlüter-Vinpro-U' resuelve las transiciones entre un recubrimiento vinílico instalado sobre un pavimento existente.



Soluciones completas Schlüter®-Systems

El diseño de un baño atractivo, elegante y funcional es clave para el confort diario y el valor del hogar. Un espacio bien diseñado combina belleza y practicidad, optimizando cada metro disponible. Y en Schlüter-Systems como expertos en la construcción de espacios de baño con sistemas de impermeabilización, plomo de ducha a nivel de suelo y sistemas de canalización, tenemos productos de color negro no se ven, pero se sienten.

La correcta impermeabilización garantiza la durabilidad, evita humedades y protege la inversión a largo plazo. Un piso de ducha a nivel de suelo aporta accesibilidad, continuidad visual y estilo contemporáneo. Completar el conjunto con accesorios a juego, como por ejemplo, sistemas de diseño y homogeneos iluminados, como armarios, refuerza la estabilidad del diseño y transforma el baño en un espacio de bienestar.





La innovación tecnológica en el desarrollo de soluciones para la construcción es clave para la firma española. Arriba, el espacio de Emac Grupo en Coverings 2025, en EEUU, uno de sus mercados prioritario.

Emac eleva al 40% el peso de su negocio internacional

La firma **crece un 8,5%**, se acerca a los 12 millones de facturación e impulsa su expansión en Estados Unidos

Emac Grupo ha reforzado su perfil internacional hasta el punto de que la actividad exterior ya supone el 40% de su facturación total. La empresa valenciana, especializada en soluciones técnicas para la construcción, cerró 2025 con unos ingresos cercanos a los 12 millones de euros, lo que representa un incremento superior al 8,5% respecto al ejercicio anterior.

La compañía, con sede en Quart de Poblet, consolida así su crecimiento en un contexto global marcado por la incertidumbre política y la presión arancelaria. En este escenario, uno de los principales impulsores de su evolución sigue siendo Estados Unidos, un mercado que gana cada vez más relevancia dentro de su estrategia exterior. De hecho, Emac America registró un avance de más del 23%, según destaca la propia firma.

La CEO del grupo, Emi Boix, subraya que estos resultados «reflejan la fortaleza del modelo de negocio de la empresa». A su juicio, la evolución del área internacional confirma que la compañía «está afianzando su presencia en mercados considerados estratégicos para su desarrollo a medio y largo plazo».

Fundada por Juan José Boix, Emac Grupo ha acompañado este crecimiento con un refuerzo de su estructura interna. En el último año, la plantilla aumentó un 10%, un dato con el que la firma busca consolidar su capacidad operativa y responder a una actividad cada vez más diversificada. Hoy, la multinacional tiene presencia en más de 100 países y posee filiales propias en enclaves estratégicos como Estados Unidos e Italia.



Emi y Nuria Boix, las CEO de Emac Grupo en la sede de la compañía en Quart de Poblet (Valencia).

En paralelo a su expansión exterior, la empresa mantiene una posición destacada en el mercado nacional, donde se presenta como especialista en soluciones técnicas y de diseño para pavimentos y revestimientos. La compañía vincula esta evolución a «una estrategia basada en la especialización, la I+D continua y el desarrollo de productos de alto valor añadido, con la calidad, la accesibilidad y la sostenibilidad como ejes de actuación».

Dentro de esa hoja de ruta, la filial Emac Italia sigue avanzando en su consolidación en el mercado europeo, en línea

con el objetivo del grupo de crecer de forma rentable y sostenible sin perder la flexibilidad y la proximidad propias de una empresa familiar.

PRIMERA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD Otro de los hitos de la compañía durante el último ejercicio ha sido la publicación de la primera Memoria de Sostenibilidad de la compañía, un paso con el que Emac busca integrar de forma más decidida los criterios ambientales en su modelo de negocio y ganar transparencia en la medición de su impacto.

En este terreno, la firma ha impulsado Declaraciones Ambientales de Producto en soluciones de aluminio, PVC y en materiales propios como MAXI y ASTRA. Con ello, pretende responder a los requisitos de los proyectos internacionales más exigentes, en los que certificaciones como LEED, BREEAM o VERDE se han convertido en condiciones prácticamente indispensables.

ACCESIBILIDAD UNIVERSAL

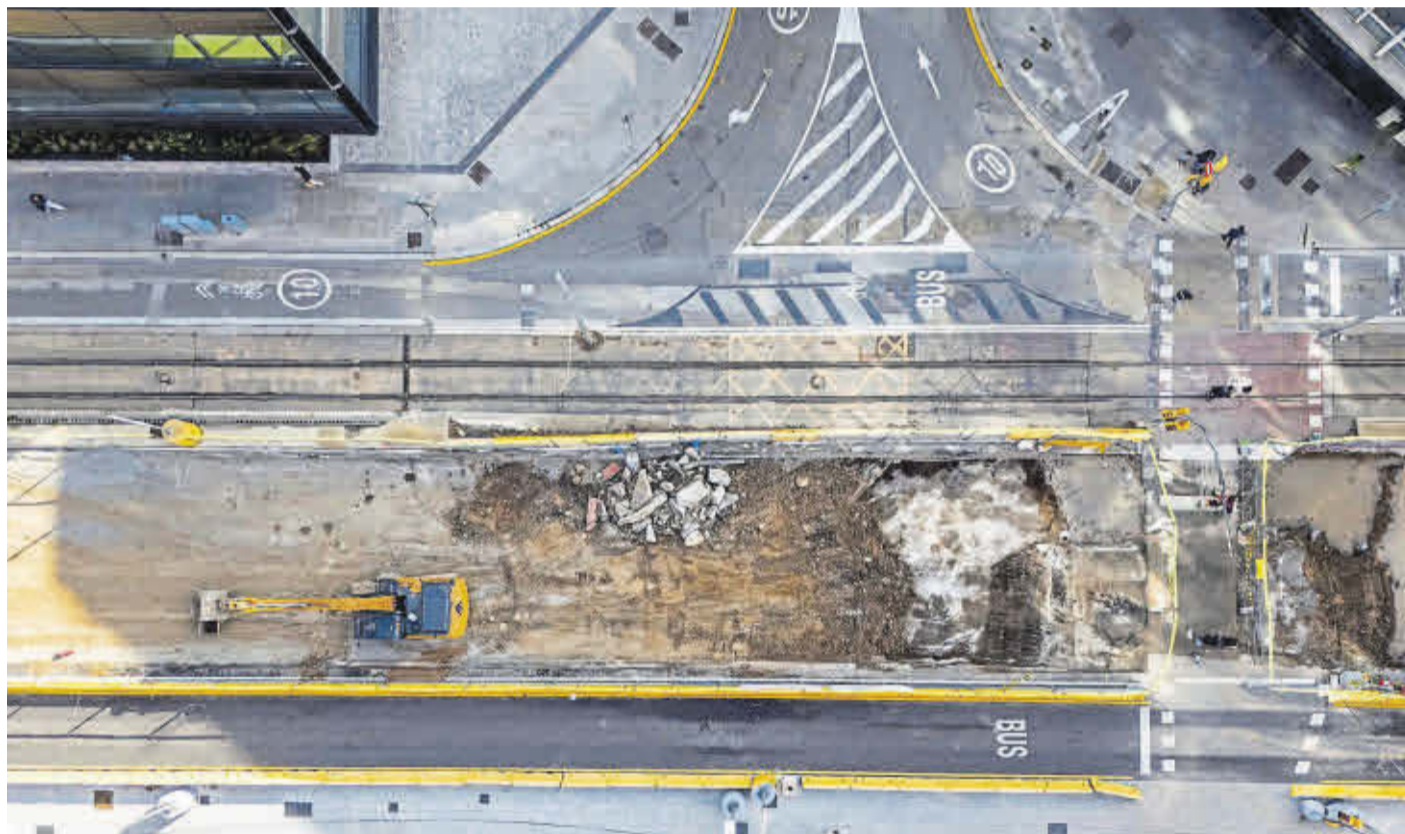
La accesibilidad universal es otra de las líneas estratégicas que la empresa quiere reforzar. Más allá de la normativa, Emac asegura que trabaja en soluciones orientadas a mejorar la experiencia de las personas en los espacios construidos. En esta línea, ha estrechado su colaboración con Fundación ONCE y cuenta con la campeona mundial y medallista paralímpica Alba García Falagán como embajadora de accesibilidad. La CEO de la compañía, Emi Boix, destaca que «esta nueva incorporación permite avanzar hacia propuestas más seguras, inclusivas y funcionales, además de contribuir a trasladar a la sociedad una visión más práctica de lo que supone diseñar espacios sin barreras».

La innovación tecnológica completa los pilares sobre los que se apoya el grupo. Entre sus desarrollos recientes figuran soluciones avanzadas como *Novovierteaguas Eclipse XS* para fachadas y *BuildingEye*, un sistema aplicado a juntas estructurales que permite la monitorización del estado de los edificios y anticipar posibles patologías.

A ello se suma la digitalización de su catálogo para adaptarse a las nuevas formas de proyectar y construir. La firma pone a disposición de los prescriptores modelos BIM y archivos 3D descargables desde su web para optimizar los proyectos y mejorar la toma de decisiones.

Molins, ganadora del reto La sección de calle del siglo XXI

El proyecto **RePavimenta** transforma aceras y calzadas de **Barcelona** hacia modelos de baja huella de carbono



RePavimenta ha sido distinguida por ofrecer una nueva solución con capacidad para reducir las emisiones de CO₂ y el consumo de recursos naturales.

Molins, Romero Polo y Leitat han sido las firmas ganadoras del reto urbano La sección de calle del siglo XXI, impulsado por el Ayuntamiento de Barcelona y la Fundació BIT Hàbitat. El proyecto, que forma parte de la estrategia del Plan Clima, tiene como objetivo «transformar el diseño de las calles de la ciudad mediante soluciones innovadoras, sostenibles y alineadas con los objetivos climáticos municipales para 2030».

La propuesta ganadora, denominada RePavimenta, «plantea una transformación integral de aceras y calzadas mediante el uso de materiales innovadores de baja huella de carbono, altos porcentajes de áridos y componentes reciclados, mezclas asfálticas semicalientes, áridos siderúrgicos y morteros de baja emisión». El proyecto «integra un enfoque completo de circularidad, que contempla desde el diseño estructural hasta la completa reutilización de los materiales al final de su vida útil».

RePavimenta ha sido distinguida por ofrecer «una solución inexistente actualmente en el mercado, con capacidad para reducir de manera significativa las emisiones de dióxido de carbono y el consumo de recursos naturales, mejorar la durabilidad estructural de los firmes y avanzar en la mitigación del ruido y la temperatura superficial del espacio urbano». La iniciativa destaca además por su



El calendario prevé la ejecución del pilotaje en vía pública a partir del próximo mes de octubre.

«viabilidad técnica, operativa e industrial, lo que la convierte en una propuesta escalable para su implantación en la red viaria local y potencialmente replicable en otras ciudades».

Los trabajos de investigación aplicada ya se han puesto en marcha estos primeros meses de 2026 y el calendario prevé la ejecución del pilotaje en vía pública entre octubre de 2026 y diciembre de 2027. Durante este periodo, las tres entidades colaborarán estrechamente «con el objetivo de validar la solución en condiciones reales y evaluar su comportamiento ambiental y funcional en los diferentes escenarios urbanos».

NUEVAS SOLUCIONES CONSTRUCTIVAS

Jordi Altet, director de calidad e I+D+i del negocio de Concrete & Aggregates y Circular Economy de Molins, subraya que «RePavimenta nos permite avanzar en nuevas soluciones constructivas que reducen de forma significativa el impacto ambiental de las infraestructuras urbanas. La elección de nuestra propuesta por parte del Ayuntamiento de Barcelona refuerza nuestro compromiso con la innovación sostenible y con la transformación del modelo urbano hacia criterios de circularidad y menor consumo de recursos».

Por su parte, Jaume Gasia, responsable de I+D+i de Romero Polo, destaca que «RePavimenta representa un paso adelante en la manera de concebir y ejecutar la obra civil urbana, integrando criterios de sostenibilidad, circularidad y rendimiento técnico desde la fase de diseño hasta la puesta en servicio. Para Romero Polo, participar en este proyecto supone consolidar nuestro compromiso con la innovación aplicada y con la colaboración público-privada como palanca para transformar el espacio urbano hacia modelos más resilientes, eficientes y alineados con los objetivos climáticos de la ciudad de Barcelona».

Daniel Checa, investigador senior del área de sostenibilidad de Leitat, afirma que «RePavimenta basa su evaluación ambiental mediante un Análisis de Ciclo de Vida realizado conforme a las normas ISO 14040, ISO 14044 y al estándar europeo EN 15804 para productos de construcción. Estas metodologías permiten cuantificar con rigor los impactos ambientales del sistema y verificar con criterio la reducción lograda gracias al uso de materiales reciclados, de proximidad y de baja huella de carbono. La aplicación de estos estándares, junto con una posterior validación experimental en condiciones reales, garantiza que la mejora ambiental vaya acompañada de una plena demostración de la funcionalidad y la idoneidad de la solución».

En suma, la selección de RePavimenta «evidencia el papel estratégico de la colaboración entre industria, empresa constructora y centro tecnológico para acelerar la transición hacia modelos urbanos más resilientes», manifiestan desde las tres entidades participantes.



FLEXISTENCIA



Cuando la belleza y la flexibilidad se unen magistralmente a la resistencia se crea entonces la **flexistencia**.

Novojunta ASTRA® Maui ofrece un encuentro perfecto y de alto rendimiento para tu espacio, combinando la durabilidad del polímero **ASTRA®** con la belleza de los materiales naturales.

El secreto del excepcional rendimiento de esta junta de dilatación es **Flexi--Space**, un sistema patentado que facilita la instalación y absorbe los movimientos del pavimento. Mientras Flexi--Space trabaja desde dentro, a la vista solo queda un acabado estriado que evoca la belleza natural. Y con una amplia selección de colores estables y duraderos en el exterior, **Novojunta ASTRA® Maui** armoniza con cualquier entorno.

Novojunta ASTRA® Maui, la combinación perfecta de flexibilidad y resistencia.



AIDIMME
INSTITUTO TECNOLÓGICO



2000 COOPERATIVO

Club
Cámara
VALENCIA

EMAC®
EL TOQUE FINAL
EMAC® GRUPO | ESPAÑA | USA | ITALIA |

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