

Imprese d'autore - 28/04/2023

GEBERIT CERAMICA

INTRECCI D'ARTE

La ceramica, protagonista di un viaggio lungo trecento anni.

Quando arte e gusto si incontrano, nascono manufatti di grande stile per l'arredo. Estetica ed ergonomia diventano una filosofia imprenditoriale.

Qui si parla di storia, di un passato dove ricercatezza e stile hanno lasciato un'impronta.

Due marchi che si sposano e parlano di creatività.

Pozzi-Ginori e Geberit insieme nel panorama dei manufatti di ceramica, a ritroso nel tempo per proporre una visione unica e tutta nuova nell'arredo degli ambienti.

Il bagno in particolare, che i due marchi storici dell'impresa della ceramica fanno diventare una vera e propria stanza da abitare.

Una visione che già a metà del Settecento aveva avviato il marchese Carlo Ginori, chiamando a raccolta i maestri ceramisti viennesi dell'epoca per realizzare con la ricercatissima ceramica una produzione di manufatti raffinati ed aristocratici.

Ma l'arte di arredare l'ambiente bagno diventa caratteristica della Pozzi-Ginori ai tempi nostri. Negli anni Novanta, funzionalità e semplicità sono le caratteristiche fondamentali della filosofia aziendale dove viene dato ancor maggior risalto all'estetica dei prodotti, al wellness e all'utilizzo quotidiano, autentiche parole chiave del nuovo millennio per questa azienda sempre in continua evoluzione e leader nella produzione dei componenti per le sale da bagno.

Qui si potrebbe parlare di un vero e proprio artigianato artistico.

E se trecento anni prima si ricorre ai maestri ceramisti del tempo, oggi la storia si ripete e nell'azienda con sede a Gaeta, le firme su quelle ceramiche diventano d'autore con Giò Ponti, Antonia Campi, Antonio Citterio e altri famosi designer che riscrivono l'ambiente bagno con interpretazioni di nuova concezione.



ARMONIA

“Alla base di ogni mia idea c'è lo sforzo di lavorare non tanto sul prodotto quanto sulla tipologia: lavoro pensando a come le persone possono utilizzare un prodotto, non ad un suo dettaglio specifico”

“Da sempre ho posto l'accento sulla complessità dell'ambiente bagno, come luogo fatto di elementi, di componenti che dialogano tra di loro. L'importanza della complessità e della componentistica in luoghi pensati per chi li deve usare”.

progettazione industriale e firma di alcuni dei prodotti di maggiore successo dell'azienda.

MATRIMONI

Il 2015 è un anno imprenditoriale determinante.

Dopo aver acquisito Pozzi-Ginori, Geberit entra con il suo brand e dal 2020 firma i sanitari assumendo un ruolo leader nella progettazione dei bagni. Per anni la nota azienda svizzera si era occupata principalmente di tutto ciò che si trova dentro alle pareti.

L'ingresso ufficiale nel mondo della ceramica apre la strada a Geberit a tutto ciò che invece si trova anche fuori dal muro.

L'azienda si è sempre distinta per aver creato modelli diversi e varie tipologie di sanitari anche perché il materiale con cui vengono costruiti permette la realizzazione di prodotti di diverse dimensioni: a fare la differenza in questo caso è il Fine Fire Clay (FC), utilizzato per prodotti di grandi dimensioni e che si aggiunge alla Vetrochina (VC), materiale più adatto ai volumi ridotti.

PROCESSI

“Noi siamo la storia – spiegano dall'azienda di Gaeta - la recente aggiunta di Geberit è determinante per dare una nuova spinta alla storia della ceramica”

Il connubio con Geberit ha portato sicuramente valore aggiunto non solo nella produzione, ma anche sul fronte della semplificazione dei processi produttivi, del rinnovamento degli impianti e delle infrastrutture.

Gli obiettivi aziendali sono stati interamente raggiunti nel 2019 con il traguardo dei 350mila pezzi prodotti l'anno mentre si guarda già al futuro dei 400mila.

La formazione e l'aggiornamento sono un valore importante. Ogni giorno l'azienda propone corsi per installatori, per architetti e progettisti, per personale di vendita di showroom e grossisti.

Sono oltre trecento i dipendenti dello stabilimento in provincia di Latina; tanta forza lavoro esperta che ha maturato una lunga esperienza nell'azienda. Un fattore questo che denota fedeltà e fiducia, oltre ad un grande senso di appartenenza.

Poi ci sono i clienti e i curiosi: tutti soddisfatti nei percorsi di visite proposte regolarmente per far conoscere un'azienda che merita di passare alla storia.

Allegati

» 01

» 02

» 03

» 04

» 05