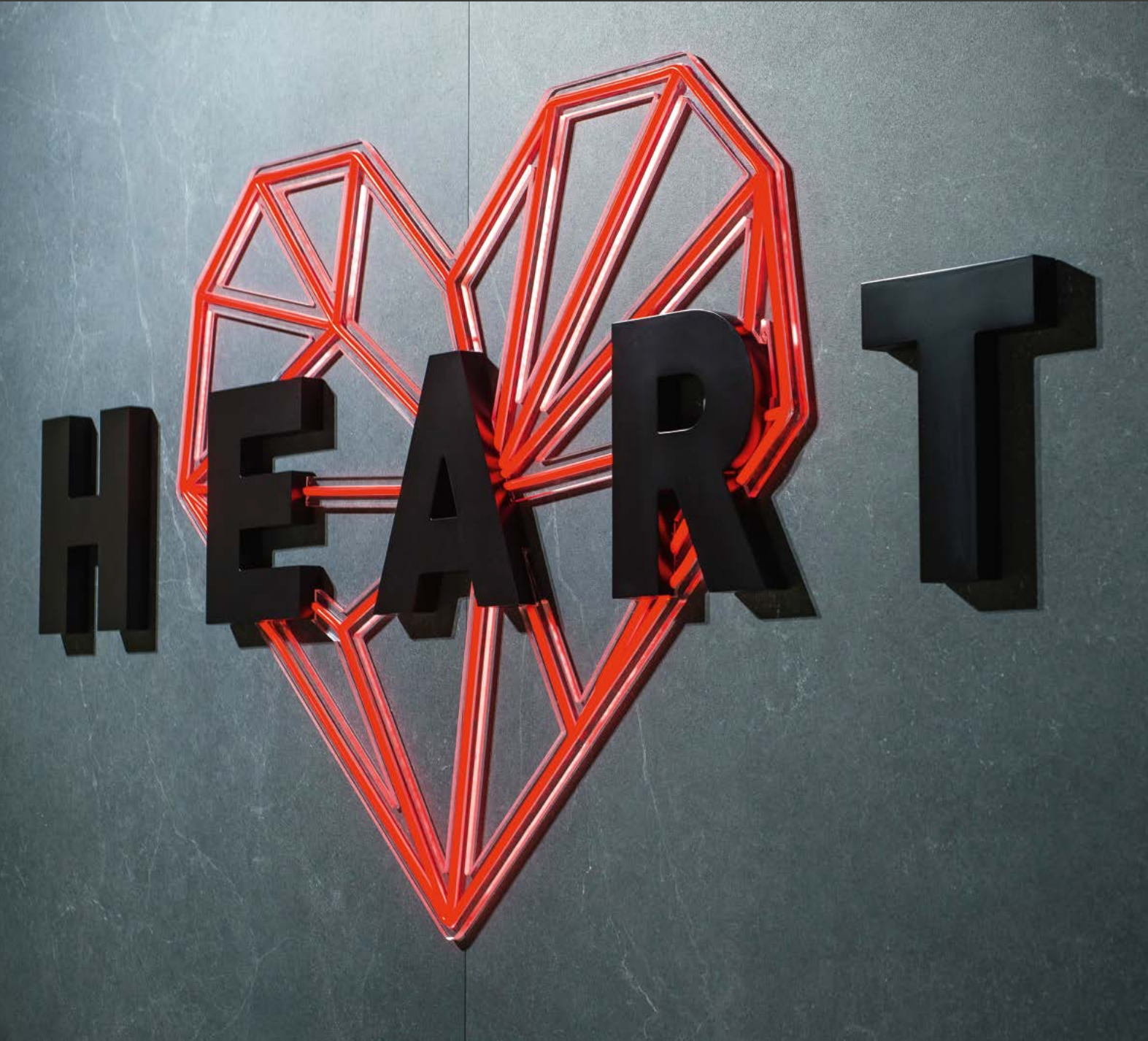
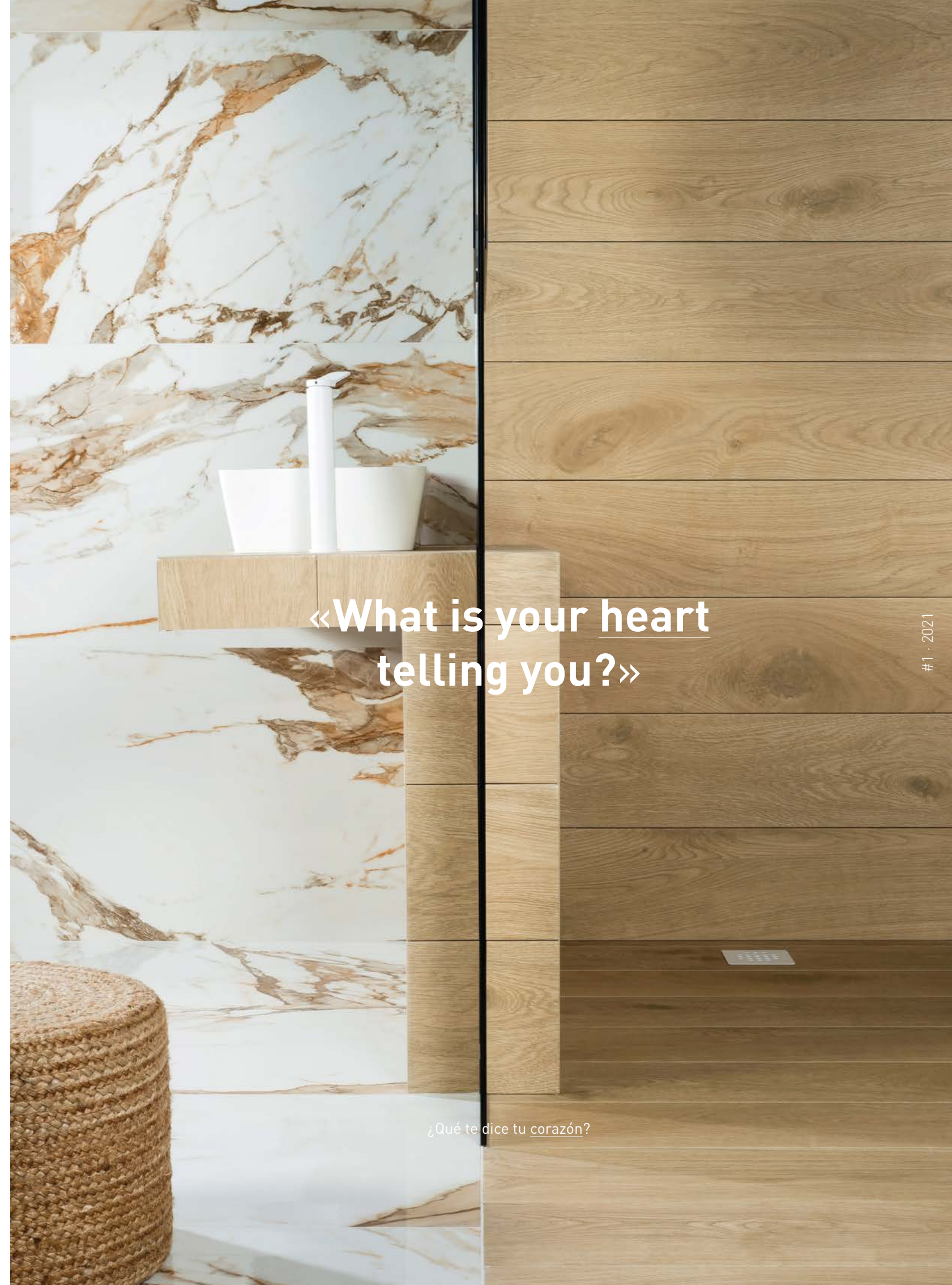


# Inside the Heart

#1 · 2021



**ARGENTA**  
We ♥ friendlytile



«What is your heart  
telling you?»

¿Qué te dice tu corazón?

#1 · 2021





The human capacity for communication has always come in the form of gestures, looks, actions and words ... we communicate live, through video calls, e-mails and social networks. We spend all day in contact with others but: do we take time to talk to ourselves? Noise, stress and everyday life distract us from what is truly important and we gradually lose the ability to listen to ourselves ...

At Argenta, we have always thought that the customer comes first. Our 'friendlytile' approach has allowed us to get to know one another better and communicate with you, understand you and offer you the perfect solution in every moment, the solutions you need and ask for with your "more rational self". But what would happen if we communicated straight to your heart?

And so we created Heart, Argenta's showroom, a place where you can find out about ceramics in a way you have never seen before, and where we put body and soul into listening to you, with a direct line to your heart to offer you the best solutions.

What more could you ask for? This has led us to go even further and offer you Heart in magazine format so you can relive your experience with us. Inside the Heart is a space for innovation and trends, a piece of Heart to take home with you. In these changing times, Argenta is determined to innovate and move forward.

Welcome to *Inside the Heart*, direct from the heart of Argenta.

**Alejandro Navarro**  
CEO · Gerente

La capacidad del ser humano para comunicarse siempre ha ido de la mano de gestos, miradas, actos, palabras... nos comunicamos en vivo, por videollamada, correo electrónico, redes sociales, pasamos el día en contacto con los demás pero, ¿dedicamos tiempo a hablar con nosotros mismos? El ruido, el estrés, el día a día nos distraen de lo verdaderamente importante y, poco a poco, estamos perdiendo la capacidad de escucharnos...

En Argenta, siempre hemos pensado que el cliente es lo primero, nuestro enfoque 'friendlytile' nos ha permitido conocernos mejor y comunicarnos con vosotros, entenderos y ofreceros la solución perfecta para cada momento, las que necesitáis, las que nos pedís con vuestro "yo más racional". Pero, ¿qué pasaría si nos comunicásemos directamente con vuestro corazón?

Así nace Heart, el showroom de Argenta, un espacio para conocer la cerámica como nunca antes la habíais visto y, en donde, nos esforzaremos en cuerpo y alma en escucharos, con línea directa a vuestro corazón para ofreceros las mejores soluciones.

¿Qué más se puede pedir?

Ésto nos ha llevado a ir más allá y ofreceros Heart en formato revista para que podáis revivir la experiencia con nosotros. *Inside the Heart* pretende ser un espacio de innovación y tendencias, un pedazo de Heart para llevar a casa. Y es que, en estos tiempos de cambios, en Argenta hemos tomado la determinación de innovar y seguir adelante.

Os doy la bienvenida a *Inside the Heart*, directamente desde el corazón de Argenta.

«A new way to connect  
with ceramic tiles»

Una nueva manera de conectar con la cerámica

# Summary

Sumario

8

The Heart of ceramics

Heart, el corazón de la cerámica

16

A talk with Summumstudio

Una charla con Summumstudio



EL ALMA  
DE ARGENTA  
REVIVE



19

In love with...

Enamorados de...

20

Trends that make your heart beat

Tendencias que hacen latir tu corazón

24

More Heart

Más Heart

## ARGENTA

**Argenta Cerámica S.L.**

Carretera Viver-puerto de Burriana, km. 61

12540 Vila-real

964 324 003 · marketing@argentaceramica.com

© Argenta Cerámica S.L. 2021

Follow us



# THE SOUL OF HEART ARGENTA REVIVES

Heart is a living, changing and evolving space where visitors can discover the collections they connect with the most emotionally, beyond reason and preconceived ideas.

Heart es un espacio vivo, cambiante y en evolución donde el visitante podrá descubrir las colecciones que más le conectan emocionalmente, más allá de la razón y de ideas preconcebidas.

# The Heart of ceramics

Heart, el corazón de la cerámica



One of Argenta Cerámica's missions is to develop ceramic products that lend trust, emotion and feeling to spaces and give them quality, functionality and aesthetic value.

Our friendlytile DNA is a philosophy that has always characterised Argenta and with which we identify. At a time such as this, we have gone further and created a place to pause, look inside ourselves and reconnect with our feelings, impulses and hunches.

And so we have created the Heart of ceramics, at Argenta Cerámica's facilities in Vila-real. A new showroom different to any other, the result of bringing together the thousands of hearts that beat in Argenta Cerámica's team of people. It invites you to choose with your heart, not your mind, because ... what could be better than that which motivates us from within?

At Heart you will find more than 1,500 square metres of passion, enthusiasm and creativity. A different place that you can experience with all five senses, where you can interact and feel ceramics like you have never felt them before. Heart is the best stage to present our latest collections and trends.

Una de las misiones de Argenta Cerámica es desarrollar productos cerámicos que transmitan confianza, emoción y afecto a los espacios, los doten de calidad, funcionalidad y estética.

Argenta, bajo nuestro ADN friendlytile, una filosofía que siempre nos ha caracterizado y con la que nos sentimos identificados —y en un momento como el actual—, hemos ido más allá y hemos creado un espacio para detenernos, para mirar a nuestro interior y reconectar con nuestros sentimientos, nuestros impulsos y nuestras corazonadas.

Así nace Heart, el corazón de la cerámica, en las instalaciones de Argenta Cerámica en Vila-real. Un nuevo showroom distinto a los demás, producto de la unión de los miles de corazones que conforman el equip humano de Argenta Cerámica, que invita a escoger con el corazón y no solo con la mente, porque... ¿qué hay mejor que aquello que nos mueve por dentro?

En Heart encontrarás más de 1.500 metros cuadrados de pasión, entusiasmo y creatividad. Un lugar diferente en donde experimentar con los cinco sentidos, donde interactuar y sentir la cerámica como nunca la habías sentido. Heart es el mejor escenario para presentar nuestras últimas colecciones y tendencias.

“At Heart you will find [...] a different place that you can experience with all five senses, where you can interact and feel ceramics like you have never felt them before.”

«En Heart encontrarás [...] un lugar diferente en donde experimentar con los cinco sentidos, donde interactuar y sentir la cerámica como nunca la habías sentido.»





**HEART IS MUCH MORE THAN A SHOWROOM**

At Argenta we are no strangers to the advances being made in the sector and we apply ourselves to ensuring that our products are more cutting-edge and better suited to our customers' needs every day. So, at Heart, we have created a space to open a window to ceramics, paying attention to every little detail, with extensive exhibition spaces and a structure in which our product catalogue is presented accessibly and efficiently. It is a living space that is constantly evolving.

Adapting to global changes and anticipating new social needs continues to be our greatest challenge as a company.

**HEART ES MUCHO MÁS QUE UN SHOWROOM**

En Argenta no vivimos ajenos a los avances del sector y nos aplicamos para que nuestros productos sean cada día más punteros y adaptados a las necesidades de nuestros clientes, por eso, en Heart hemos creado un espacio en el que asomarse a la cerámica prestando atención a cada detalle, con espacios expositivos amplios y con una estructura en la que se presenta nuestro catálogo de productos de forma accesible y eficiente. Un espacio vivo y en constante evolución.

Adaptarnos a los cambios globales y anticiparnos a las nuevas necesidades sociales sigue siendo nuestro mayor reto como empresa.



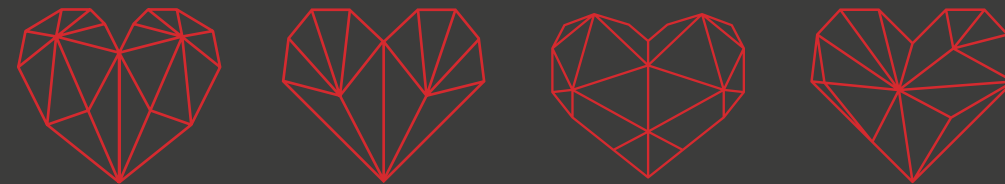
“Adapting to global changes and anticipating new social needs continues to be our greatest challenge as a company.”

«Adaptarnos a los cambios globales y anticiparnos a las nuevas necesidades sociales sigue siendo nuestro mayor reto como empresa.»



«Heart is a space where every heart finds its place. A unique heart, the centre of ceramics, where our visitors will feel appreciated.»

«Heart es un espacio donde cada corazón encuentra su lugar. Un corazón único, el centro de la cerámica, en el que nuestros visitantes se sentirán reconocidos.»



«One of Argenta Cerámica's missions is to develop ceramic products that lend trust, emotion and feeling to spaces and give them quality, functionality and aesthetic value.»

«Una de las misiones de Argenta es desarrollar productos cerámicos que transmitan confianza, emoción y afecto a los espacios, los doten de calidad, funcionalidad y estética.»



#1 · 2021





# Summumstudio

Una charla con Summunstudio

It has a sober and elegant style, where the respectful, purist use of materials stands out. Ceramic lovers by vocation and from birth, this Castellón studio has been selected by Argenta Cerámica to create the brand's new space: Heart. We spoke to Jose María Gimeno about his vision for design and the project they have created for Argenta at its head offices in Castellón.



Su estilo es sobrio y elegante, y destacan por un trabajo respetuoso y purista de los materiales. Amantes de la cerámica por vocación y cuna, el estudio castellonense ha sido seleccionado por Argenta Cerámica para crear el nuevo espacio de la marca: Heart. Hablamos con Jose María Gimeno sobre su visión del diseño y el proyecto que han creado para Argenta en las oficinas centrales de Castellón.

SUMMUMSTUDIO.ES

**'Design that makes a difference' is your motto, a veritable declaration of intent. How do you see the role of design in the business environment and society in general? How do you put this motto into practice in your everyday work?**

Design is "creativity in its pure state", however much people try to label it. It is not a discipline, it is a way of confronting life and solving the challenges that arise with agility and personality. Challenges of all kinds, personal and professional.

In our case, design is also a vocation, which gives us indescribable sensations that reach their maximum expression when they are shared with customers.

Each project is unrepeatable and unique, although the design philosophy is common to all of them. This way of confronting challenges, which is an essential part of our brand's DNA, is a non-negotiable trait, with which we seek to take all projects to the limit, getting out of our "comfort zone" in order to create truly unique pieces.

Milestones are experiences and at each of them you learn lessons that make you grow as a professional. And when you add the variables of environment

and localisation, they are exponentially enriched. So, solely for their experiential side, I would highlight the projects we have developed abroad in New York (USA), Patras (Greece), Kuala Lumpur (Malaysia), Bali (Indonesia), Jeddah (Saudi Arabia) and Rabat (Morocco).

**Your work stands out for a very purist use of ceramics, where you elevate them to the rank of a refined material. What has your experience of this material been like? What is it that fascinates you so much about ceramics?**

**'Design that makes a difference' es vuestro lema, una declaración de intenciones en toda regla. Para vosotros, ¿cuál es el papel del diseño en el entorno de la empresa y la sociedad en general? ¿Cómo ponéis en práctica este lema en vuestro día a día?**

El diseño es "creatividad en estado puro", aunque muchos traten de etiquetarlo. No es una disciplina, es un modo de afrontar la vida y de resolver con agilidad y personalidad los retos a los que nos somete. Retos de todo tipo, personales y profesionales.

En nuestro caso, además, el diseño es vocación, lo cual nos lleva a experimentar sensaciones indescriptibles que alcanzan su máxima expresión cuando son compartidas con los clientes.

Cada proyecto es irrepitible y singular, aunque la filosofía proyectual sea común para todos. Este modo de afrontarlos, parte esencial de nuestro ADN como a marca, es un rasgo innegociable, con el cual tratamos de llevar todos los proyectos al límite, sacándolos fuera de la "zona de confort" con el objetivo de crear piezas realmente únicas.

Los hitos son experiencias, y en cada una de ellas acumulas vivencias que te hacen crecer como a profesional. Si a ello le incorporamos la variable del entorno y la localización, se enriquecen de modo exponencial. Por ello destacaría, únicamente por su parte experiencial, los proyectos que hemos desarrollado más allá de nuestras fronteras como en Nueva York (USA), Patras (Grecia), Kuala Lumpur (Malasia), Bali (Indonesia), Jeddah (Arabia Saudí) o Rabat (Marruecos).

**Vuestro trabajo destaca por un uso muy purista de la cerámica, donde la elevais a un rango de material noble. ¿Cómo ha sido vuestra experiencia con este**



Ceramics have undergone a metamorphosis in recent years that has brought them closer to the concept of a refined material. Although it appears to be rigid and inert, it is a material with unparalleled "plastic" and transformative potential.

It has switched from fulfilling secondary, supporting functions such as being a "cover material" to being reinvented to become a material capable of providing differentiation and value to architectural spaces.

**Now that we cannot travel or discover new spaces, where do you find inspiration?**

We have always thought that ideas are not created by seeing spaces or places that can be easily related to the project you have underway at that moment. Instead, they arise from insignificant details, from "accidents" or information that builds up in your subconscious and that, at a particular moment, connects with reality.

**Let's speak a bit about the Heart project for Argenta. What is the starting point for this space? What is the intention?**

The project developed for Argenta should not be seen solely as a "good interior design project". It is a veritable declaration of intent, through which we seek to bring about a qualitative leap based on adding value to the product in order to reposition the brand. Although it is a completely new space, the origins of the project and the strategic plan were established in September 2018, when Argenta commissioned us to design and develop the largest stand built in Cevisama. An ambitious temporary architectural project with a floor area of 1,100 m<sup>2</sup> with which the brand sought

**material? ¿Qué es lo que os fascina tanto de la cerámica?**

La cerámica ha experimentado una metamorfosis en los últimos años que la ha aproximado al concepto de materia noble. Aparentemente rígida e inerte, es un material con un potencial "plástico" y transformador sin parangón.

Ha pasado de cumplir funciones secundarias y nada protagonistas como "cover material" a reinventarse para convertirse en el material capaz de aportar diferenciación y valor a los espacios arquitectónicos.

**Ahora que no podemos viajar ni descubrir nuevos espacios, ¿dónde encontráis la inspiración?**

Siempre he pensado que las ideas no se generan viendo espacios o lugares fácilmente relacionables con el proyecto que en ese momento llevas entre manos. Surgen más bien de detalles insignificantes, de "accidentes" o a partir de información acumulada en tu subconsciente y que en un momento determinado conecta con la realidad.

**Hablemos un poco del proyecto para Heart de Argenta, ¿cuál es el punto de partida de este espacio? ¿Cuál es la intención?**

El proyecto desarrollado para Argenta no debe concebirse únicamente como un "buen proyecto de Interiorismo". Es una declaración de intenciones en toda regla, mediante la cual pretendemos provocar un salto cualitativo fundamentado en la aportación de valor al producto en pro del reposicionamiento de marca.

Lo cierto es que, a pesar de ser un espacio completamente nuevo, el origen del proyecto y su plan de estrategia se establecieron en septiembre del 2018,

to change the course of its brand strategy. After being awarded the second prize in the Stand Design Competition, the project set course for Cersaie, consolidating the change with an equally unique stand that no-one could fail to notice, and then a year later work started on developing the project to revitalise their headquarters.

#### What was the greatest challenge for this space?

During the course of this major project, there were many challenges: architectural and operational. When you have to design and carry out a project covering more than 2,000 m<sup>2</sup> in which more than 100 people work, without getting in the way of the operations of any of the departments, and complete it in 4 months, it feels like you are living in a constant challenge.

When it comes to purely architectural matters, there is no doubt that the old concrete structure of the stairs in the original buildings was another

momento en el cual Argenta nos encarga el diseño y el desarrollo del mayor stand construido en Cevisama. Un ambicioso proyecto de arquitectura efímera con una superficie de 1.100 m<sup>2</sup> con el que la marca pretendía dar un golpe de timón a su estrategia de marca. Tras ser galardonados con el segundo premio en el Concurso de Diseño de Stands, el proyecto puso rumbo a Cersaie consolidando el cambio con un stand igualmente singular que no dejó a nadie indiferente, para un año después comenzar a desarrollar el proyecto de revitalización de su sede.

#### ¿Cuál fue el mayor reto de este espacio?

Durante el transcurso de este gran proyecto, retos han habido muchos: arquitectónicos y operativos. Cuando tienes que diseñar y ejecutar un proyecto de más de 2.000 m<sup>2</sup> en el que trabajan más de 100 personas, sin coartar la operatividad de ninguno de los departamentos y finalizarlo en 4 meses, te parece vivir en un reto constante.

«Ceramics [...] have been reinvented to become a material capable of providing differentiation and value to architectural spaces.»

«La cerámica [...] ha pasado a reinventarse para convertirse en el material capaz de aportar diferenciación y valor a los espacios arquitectónicos.»

challenge. What was initially seen as a clear obstacle to any proposal to revitalise the showroom, had to be reconceived to make it an imposing sculpture capable of being the facility's backbone and main communication hub. It was transformed into an invigorating element that could bring the facility together and make it unique.

#### And what is your favourite place in Heart? At what point did you think: 'Here is something unique and different' or 'we have overcome a great challenge'?

Without a doubt, the space capable of conveying and projecting all of the architectural and brand values that make this project unique is the lobby. It is an imposing, forceful and impactful space, which dominates the facility. It is capable of combining multiple uses and organising movement, framed within sober and rational architecture in which ceramics flow naturally, creating volumes and defining spaces.

Si nos referimos a lo puramente arquitectónico, no hay duda de que la antigua estructura de hormigón que conformaba la escalera de las oficinas originales fue otro. Lo que inicialmente se vislumbraba como un claro obstáculo para el planteamiento de cualquier propuesta de revitalización del showroom, tuvo que reconceptualizarse, para convertirla en una imponente escultura capaz de vertebrar y servir como principal eje de comunicación de la instalación, transformándola en un elemento dinamizador capaz de articular y singularizar la instalación.

#### ¿Y vuestro lugar preferido de Heart? Y el punto del pensasteis: 'Aquí hay algo único y diferente', o 'hemos superado un gran reto'...

Sin lugar a dudas, el espacio capaz de transmitir y proyectar todos los valores arquitectónicos y de marca que hacen único a este proyecto es el lobby. Un imponente espacio, rotundo e impactante desde el cual se domina la instalación. Capaz de aunar múltiples usos y de ordenar circulaciones, todo ello pautado por una arquitectura sobria y racional donde la cerámica fluye de manera natural creando volúmenes y definiendo espacios.

#### Heart ends with the recreation of a complete home. At these times of radical changes in homes, what is the role of ceramics and how can it help interior designers and architects adapt to the new trends?

Ceramic is a material with inherent technological content, which is constantly evolving and has great design potential. It is the perfect tool for architects and interior designers to create and experiment.

#### And finally, which of Argenta's collections was 'love at first sight' and conquered your heart?

Storm is a collection that we identify very closely with. It is perfectly balanced and well-created. Inspired by nature; sober and timeless. It has minimal veining and a robust chromatic range, capable of lending elegance and forcefulness to any space.

#### Heart acaba en la recreación de una casa completa. En estos momentos de cambios radicales en las viviendas, ¿cuál es el papel de la cerámica y cómo puede ayudar a los interioristas y arquitectos a adaptarse a las nuevas tendencias?

La cerámica es un material con una inherente carga tecnológica, en constante evolución y con un gran potencial estético. Es la herramienta perfecta para arquitectos e interioristas con la que crear y experimentar.

#### Ya para acabar, ¿cuál es la colección de Argenta con la que tenéis un 'flechazo', la que os ha conquistado el corazón?

Storm es una colección con la que nos sentimos muy identificados. Perfectamente equilibrada, y bien resuelta. Inspirada en la naturaleza, de carácter sobrio y atemporal. Con una beta mínima y una grama cromática sólida, es capaz de imprimir elegancia y rotundidad en cualquier espacio.

## In love with...

Enamorados de...

WWW.OAXORIGINAL.COM

The OAX Original mescal brand unveils its first limited-edition collection in ceramic bottles that stand out from traditional packaging to create a ceramic offer filled with poetry and beauty. The bottle is inspired by Mexican architecture with a triangular neck, a typical feature of buildings with a minimalist, geometric style seen in Latin America. By using ceramics instead of a more usual material such as glass, the packaging is intended to enrich the moment of consumption, creating a sensory experience. Discover more at [oaxoriginal.com](http://oaxoriginal.com) and [@oaxoriginal](https://twitter.com/oaxoriginal).

La marca de mezcal OAX Original desvela su primera colección de edición limitada, guardada en botellas de cerámica que huyen de los envases tradicionales para hacer una propuesta cerámica llena de poesía y belleza. La botella se inspira en la arquitectura mexicana al incorporar un cuello triangular, típico de los edificios de estilo geométrico y minimalista que se ven en América Latina. Utilizando cerámica en lugar de un material más usual como el vidrio, el envase pretende enriquecer el momento de consumo creando una experiencia sensorial. Descubre más en [oaxoriginal.com](http://oaxoriginal.com) y [@oaxoriginal](https://twitter.com/oaxoriginal).



# Trends that make your heart beat

Tendencias que hacen latir tu corazón

## HOME SANCTUARY

In 2020, the way in which we as people interact with our homes changed forever. That will have a lasting impact on everything, from product and interior design, through the activities we perform at home, to technology ... The home has become the only place where we feel safe and that can be seen in interior design that seeks minimalism with warm and comforting touches.

## LA CASA COMO SANTUARIO

El año 2020 ha cambiado para siempre la forma en que las personas interactuamos con nuestros hogares. Esto tendrá un impacto duradero en todo, desde el diseño de productos e interiores, las actividades que realizamos dentro de la casa, la tecnología... El hogar se ha convertido en el único lugar donde nos sentimos seguros, y esto se percibe en un diseño de interiores que busca un minimalismo con toques cálidos y reconfortantes.



The public-health crisis and a year of lockdown has made people assess their emotional and physical condition with a new understanding of how they are both interrelated and contribute to their health and general well-being. Interior design has taken a leading role as we now spend more than 85% of our time in enclosed spaces. But now we are more aware of the impact this has on our mood.

So interior designers are going for products, materials and finishes that help improve the emotional health of those who live in the space. The home operates as a sanctuary, a centre and space of healing, and we are starting to see product-related issues that were previously invisible, sensory elements such as colour, texture and reflection of light that allows to recreate settings for the particular moment.

La crisis sanitaria y un año de encierro ha hecho que las personas evalúen su estado emocional y físico con una nueva comprensión de cómo ambos están interrelacionados y cómo contribuyen a su salud y bienestar generales. El diseño de interiores ha tomado mayor protagonismo, ya que pasamos más de 85% de nuestro tiempo en espacios cerrados. Pero es ahora cuando somos más conscientes del impacto que este tiene sobre nuestro estado de ánimo.

En esta línea los diseñadores de interiores apuestan por productos, materiales y acabados que ayuden a mejorar la salud emocional de los habitantes del espacio. El hogar funciona como un santuario, un centro y un espacio de curación, y apreciamos cuestiones antes invisibles relacionadas con el producto, como los elementos sensoriales como el color, la textura o como el reflejo de la luz nos permite recrear ambientes en función del momento.

1.



**THE BEDROOM IS A SANCTUARY OF PEACE** — The bedroom is taking up more space in the home, becoming a true personal place of refuge. Bathrooms fitted out like small spas to relax, space to do exercise, and connecting space with natural light are issues we are prioritising. According to the Market Research Future study of the home bedding sector, it will not stop growing until 2025. This is a sign that we want warmer and more carefully designed bedrooms.

**EL DORMITORIO COMO SANTUARIO DE PAZ** — El dormitorio gana espacio a la casa, para convertirse en el verdadero refugio personal. Baños integrados a modo de pequeños spas para relajarse, espacio para poder realizar ejercicio, y conexión del espacio con la luz natural directa son cuestiones que estamos poniendo por delante. Según un estudio de Market Research Future el sector de la ropa para cama no dejará de crecer hasta el 2025. Una señal de que queremos dormitorios más cálidos y cuidados.

2.



1-2. Serie Storm



**WARMING NEUTRALS, MIX & MATCH** — The coronavirus pandemic has changed consumers' relationship with colour and they are seeking tones that are restorative and energetic.

The trending chromatic range is neutral tones, resistant to passing fashions, but with warm nuances, to create comfortable and pleasant spaces.

Warm wood with softened yellow and orange tones are combined with the neutral shades of cement or stone in grey tones. An interplay of contrasts that seeks a simple, calming result. Mix and match materials and you will get it right.

**WARMING NEUTRALS, MIX & MATCH** — La pandemia de coronavirus ha cambiado la relación de los consumidores con el color y buscan tonos que sean reconstituyentes y energéticos. La gama cromática de tendencia apuesta por tonos neutrales, resistentes a las modas pasajeras, pero con matices cálidos, para recrear espacios confortables y amables.

Maderas cálidas y con tonos amarillos y anaranjados muy suavizados se combinan con los neutros del cemento o la piedra en tonos grises. Un juego de contrastes que persigue un resultado sencillo y calmante. Mezcla materiales y acertarás.

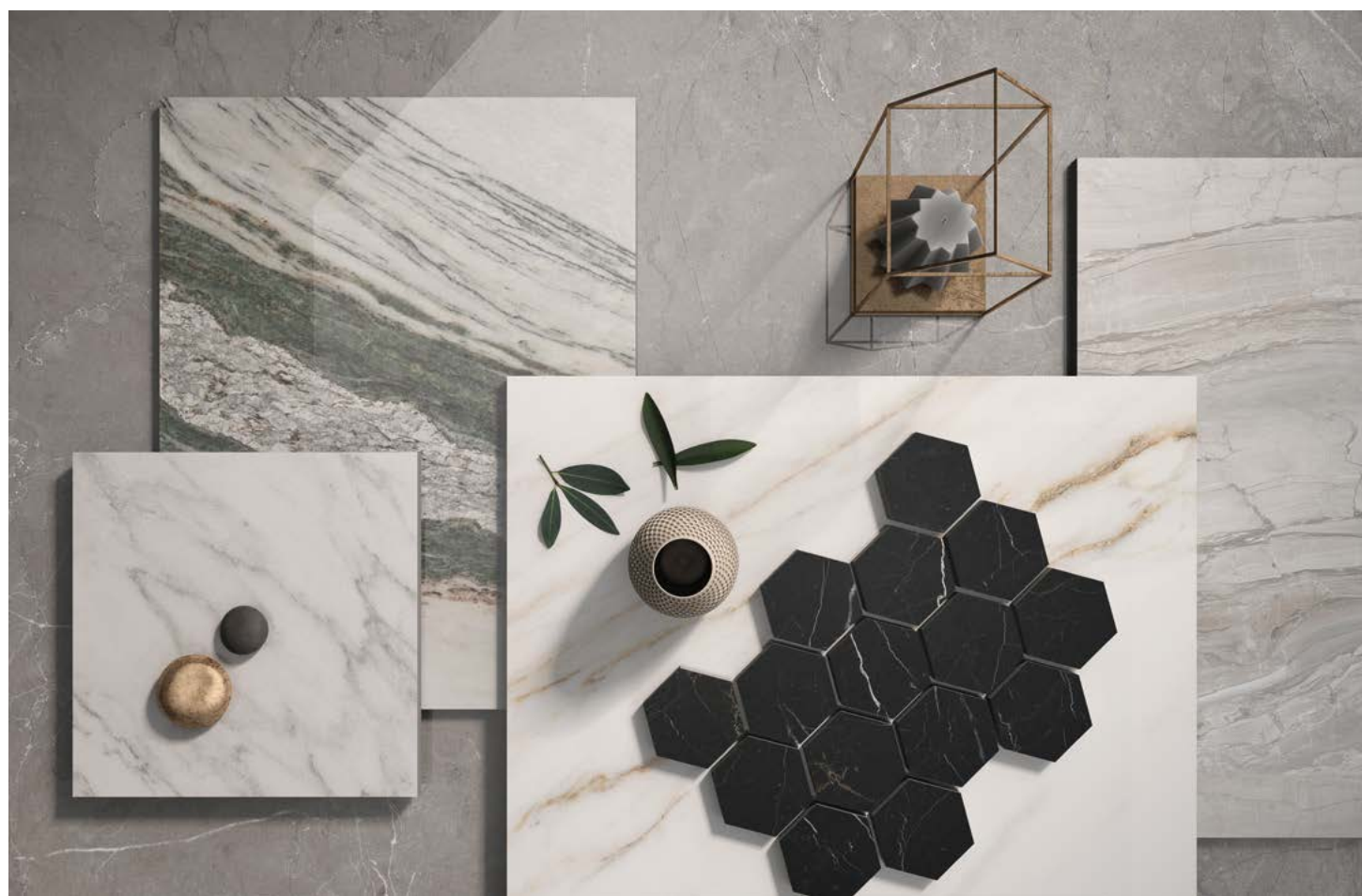
3.



3. Serie Berry 4. Mix and Match



4.



Earth tones are the great inspiration in the home: clay, terracotta and stones and marbles with soft nuances, which create a chromatic connection with nature. A way to bring the outdoors indoors with rich, warm earth tones that have a timeless quality.

Los tonos de la tierra son la gran inspiración dentro de la vivienda: arcilla, barro cocido y piedras y mármoles con matices suaves, que realizan una conexión cromática con la naturaleza. Una forma de traer aire libre al interior con tonos tierra ricos y cálidos que tienen una calidad intemporal.



5.

**OH MY GARDEN!** — The concept of paradise has changed. Suddenly, balconies, terraces and gardens have become the true treasures of our homes. The trend blurring the line between the interior and exterior of the home indoors and outdoors is increasing, creating living rooms, recreational courtyards and open-air offices. These new oases are here to stay.

In 2020 the open air became an escape valve for consumers. Key to mental health and relaxation, open spaces offer both aloneness and socialisation and act as an additional room or private area that is very necessary for many people. Materials such as ceramics help create that coordinated setting, between inside and outside, thanks to the benefits the material offers. A technical and design solution in keeping with new home trends.



6.

**OH MY GARDEN!** — El concepto de lo que es el paraíso ha cambiado, de repente balcones, terrazas y jardines se han convertido en los verdaderos tesoros de nuestras casas. La tendencia difumina la línea entre el interior y el exterior de la vivienda sigue avanzando, creando salones, patios de recreo y oficinas al aire libre. Estos nuevos oasis han llegado para quedarse.

El aire libre se convirtió en 2020 en una vía de escape para los consumidores. Clave para la salud mental y la relajación, los espacios al aire libre ofrecen tanto soledad como socialización y actúan como una habitación adicional o área privada muy necesaria para muchos. Materiales como la cerámica ayudan a crear ese ambiente coordinado entre dentro y fuera, gracias a las prestaciones que ofrece el material. Una solución técnica y estética que responde a las nuevas tendencias del hogar.



7.

5. Serie Etienne 6. Serie Terre 7. Serie Core



CA

TECHNICAL  
SHAPE

HEALTHY HOME,  
THE HOUSE TAKES  
CARE OF YOU

Now that stricter hygiene measures have become standard, designers are turning to solutions that help us care for people. They are targeting materials from natural sources, such as ceramics, as a way of ensuring a healthy home.

Creating a home is also thinking about people's health. We are increasingly concerned with the source and hygiene of the materials we are provided with. So, interior design is committing to the use of natural, controlled-manufacture products, such as ceramics. The Made in Europe label has become a way of guaranteeing the quality of products over alternatives.

Ceramic is the material of reference due to its high technical performance: it is easy to clean and does not absorb dirt, so it helps create healthy and safe spaces. It is also a material from natural sources that, thanks to production innovations, is adding new hygiene benefits.

HOGAR SALUDABLE,  
TU CASA  
CUIDA DE TI

Ahora que se han normalizado las medidas de higiene más estrictas, el diseño vuelve la mirada a soluciones que nos ayudan a cuidar de las personas. Los materiales de origen natural, como la cerámica, se ponen en el punto de mira, como una forma de asegurar una casa saludable.

Crear un hogar es también pensar en la salud de las personas. Cada vez estamos más preocupados por el origen y la higiene que los materiales nos proporcionan. Por eso, el diseño de interiores apuesta por productos de origen natural y fabricación controlada, como la cerámica. El made in Europe se ha convertido en una forma de asegurar la calidad de los productos, frente a otras alternativas.

La cerámica es el material de referencia gracias a sus altas prestaciones técnicas: es fácil de limpiar y no absorbe la suciedad, por lo que ayuda a crear espacios saludables y seguros. Además se trata de un material de origen natural que, gracias a las innovaciones de fabricación, introduce nuevas prestaciones higiénicas.

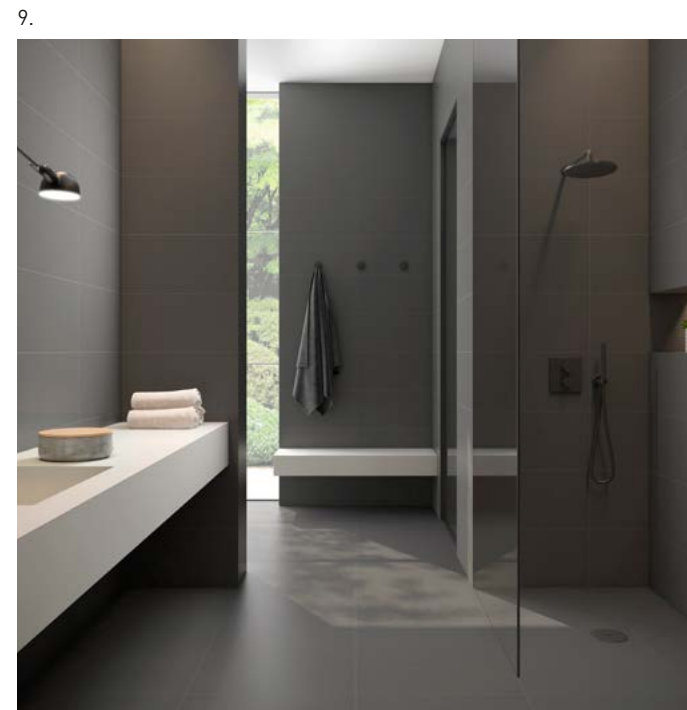
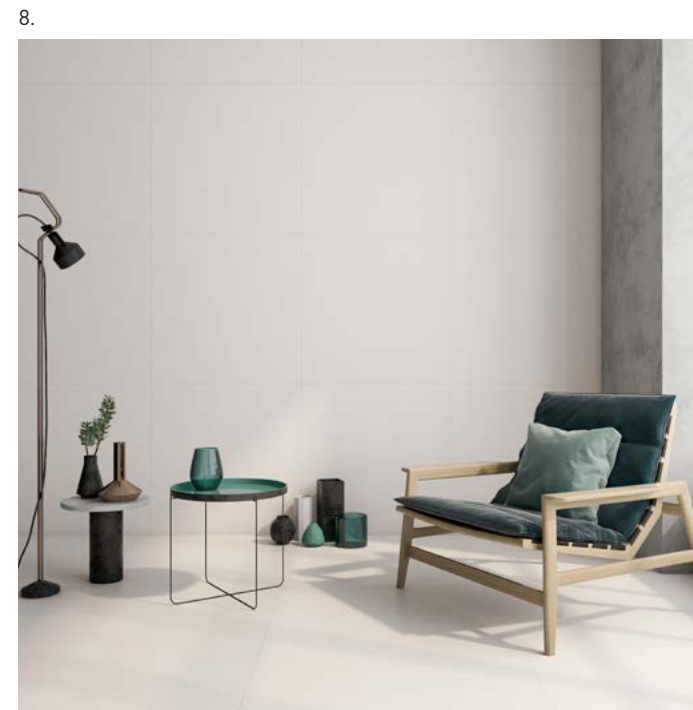


10.

**MATERIALS THAT FIGHT AGAINST BACTERIA** — Advanced materials offer engineering solutions that add major benefits to natural raw materials. A kind of improved nature thanks to meticulous laboratory and manufacturing work, which puts people's safety first. That is why Argenta has developed Carpenter. Carpenter tiles have been treated to give them antibacterial properties that prevent the proliferation of bacteria and eliminate any that may appear. These properties make this series the perfect ally for spaces that have strict hygiene requirements: homes and public buildings such as libraries, clinics and hospitals, among others.

**MATERIALES QUE LUCHAN CONTRA LAS BACTERIAS** — Los materiales avanzados ofrecen soluciones de ingeniería que añaden altas prestaciones a las materias primas naturales. Una suerte de naturaleza mejorada gracias a un trabajo de laboratorio y fabril minucioso y que pone la seguridad de las personas por delante. Para ello Argenta ha desarrollado Carpenter. Las baldosas de Carpenter han sido tratadas para otorgarles propiedades antibacterianas que evitan la proliferación de bacterias y eliminan las que puedan aparecer. Estas propiedades convierten a la serie en el aliado perfecto de aquellos espacios que requieren mayores exigencias higiénicas como pueden ser los hogares o edificios públicos como escuelas, bibliotecas, clínicas u hospitales, entre otros.

11.



8-9-10-11. Serie Carpenter



#1 · 2021

**FEEL LIKE HOME** — We traditionally associate hygiene products with the aesthetics of hospitals: cold, pure white materials and surfaces with an unfriendly finish. Thanks to new ceramic digital manufacturing technologies, this has changed and we have access to products with high hygiene benefits but with a warm and comfortable appearance. It is not a matter of simply creating a healthy home, but doing so in a beautiful and pleasant way.

**POLISHES, MATERIALS THAT DO NOT ABSORB IMPURITIES** — Interior designers choose non-porous materials to ensure better hygiene. Ceramic is clearly a coating that meets this design requirement. Especially polished tiles. These create surfaces with a mirror appearance that combine the beauty of shine with high hygiene requirements.

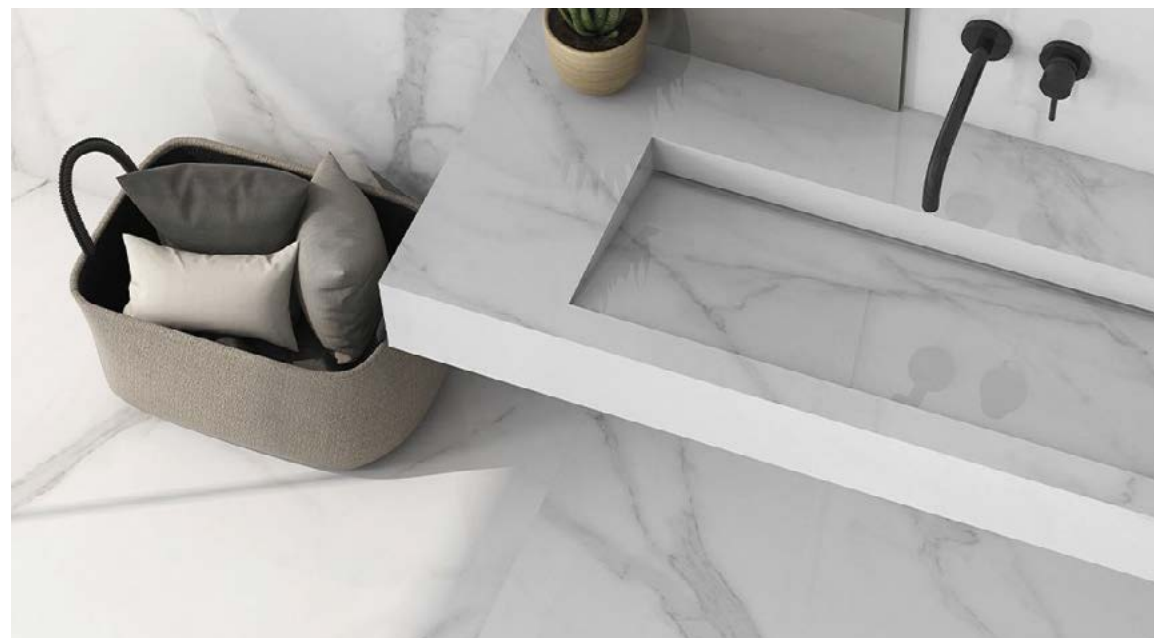
**FEEL LIKE HOME** — Tradicionalmente asociamos los productos higiénicos con estéticas propias del mundo hospitalario: superficies y materiales fríos, en blanco puro y con un acabado poco amigable. Gracias a las nuevas tecnologías de fabricación digital cerámica esto ha cambiado y tenemos acceso a los productos con altas prestaciones de higiene, pero con un aspecto cálido y confortable. No se trata de crear una casa únicamente saludable, sino de hacerla hermosa y agradable.

**PULIDOS, MATERIALES QUE NO ABSORBEN IMPUREZAS** — El diseño de interiores se decanta por materiales no porosos, que aseguran una higiene mayor. La cerámica es claramente un recubrimiento que cubre esta premisa de diseño. Más aún cuando hablamos de pulidos. Gracias a ellos se consiguen superficies de aspecto espejado que combinan la belleza de los brillos con los requerimientos de un producto de alto valor higiénico.

12. Serie Palco 13. Serie Tholos

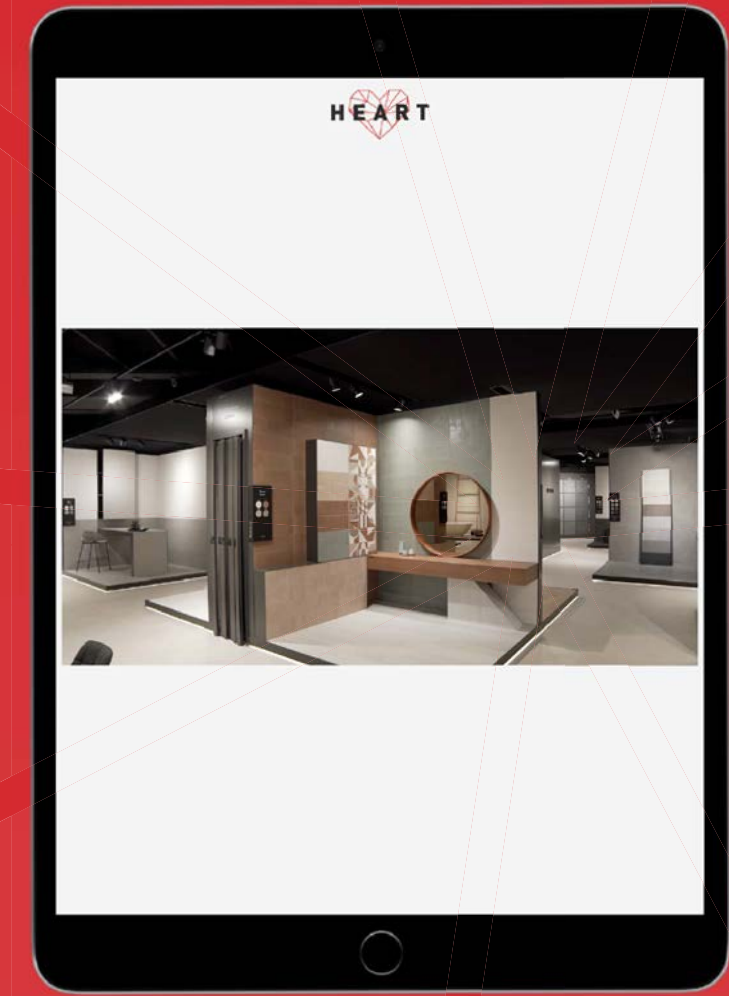


12.



13.

# + Heart



If you enjoyed the experience, be sure to visit the Heart website, where you can relive your experience through the virtual tour we have prepared for you, and find out all the news about the heart of ceramics.

Si te ha gustado la experiencia, no dudes en visitar el sitio web de Heart, donde podrás revivir tu visita mediante el recorrido virtual que hemos preparado para ti, además de conocer todas las novedades relacionadas con el corazón de la cerámica.



Scan to access the website  
Escanea para acceder a la web

ARGENTA



argentaceramica.com

Inside the Heart

#1 · 2021