

Inside the Heart

#2 · 2022

HEART



ARGENTA
We ♥ friendlytile

argentaceramica.com

ARGENTA

We ♥ friendlytile





«What is your heart
telling you?»

«¿Qué te dice tu corazón?»



The world has changed a lot in recent months, as has the way we do business. But there is one thing that will remain the same no matter what: the relationship and closeness —physical, but also emotional— we feel with the people we connect with. At Argenta we know that in order to create quality products, we have to commit to the most innovative technologies and processes. That is something we have never stopped doing since the company was created. But we are also convinced that none of this matters if we do not create companies with a strong human touch, that speak to you one-to-one. A company founded on the commitment and desire to excel of the people who are part of it.

That belief in the importance of connecting with our colleagues and customers is what drives each of our decisions. It is what makes us move forward without losing our essence: Friendlytile. That is why at Argenta we opened our Heart showroom to all our customers and collaborators; and since then we have never stopped receiving visitors. We are continuing to go further to offer a better, more innovative, surprising and human solution. Heart is certainly a place to learn about current trends, but it is also a safe space for connection, which is essential in these times.

The second issue of Inside the Heart is also a way of reaching out to those of you who, for various reasons, have not been able to visit us. You know that we are looking forward to seeing you and, although we are far away, we feel as close to you as ever.

Alejandro Navarro
CEO · Gerente

El mundo ha cambiado mucho en los últimos meses, también lo han hecho la forma en que se hacen los negocios. Sin embargo hay algo que pase lo que pase continuará inmutable: la relación y cercanía - física, pero también emocional- que sentimos con las personas que conectamos. En Argenta sabemos que para crear productos de calidad tenemos que apostar por las tecnología y procesos más innovadores, y no hemos dejado de hacerlo desde que nació la compañía. Pero también estamos convencidos de que nada de eso importa si no creamos empresas con un alto valor humano, que hablen de tú a tú. Una empresa fundada en el compromiso y ganas de superación de las personas que la forman.

Esa creencia en la importancia de conectar con nuestros colaboradores y clientes es lo que empuja cada una de nuestras decisiones, lo que nos hace avanzar sin perder nuestra esencia: Friendlytile. Por eso desde Argenta abrimos nuestro showroom Heart a todos nuestros clientes y colaboradores, y desde entonces no hemos parado de recibir visitas. Seguimos progresando para ofrecer una solución mejor, más innovadora, sorprendente y humana. Heart es un lugar donde conocer las tendencias, sin duda, pero también es un espacio seguro de conexión, algo esencial en estos tiempos.

El segundo número de Inside the Heart es una forma de llegar también a aquellos de vosotros que, por diferentes motivos, no habéis podido visitarnos. Ya sabéis que os esperamos y que, aunque estemos lejos, os sentimos tan cerca como siempre.



«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

18

A talk with Pepa Casado

Una charla con Pepa Casado



21

In love with...

Enamorados de...

22

Trends that make your heart beat

Tendencias que hacen latir tu corazón

29

Projects with Argenta

Proyectos con Argenta

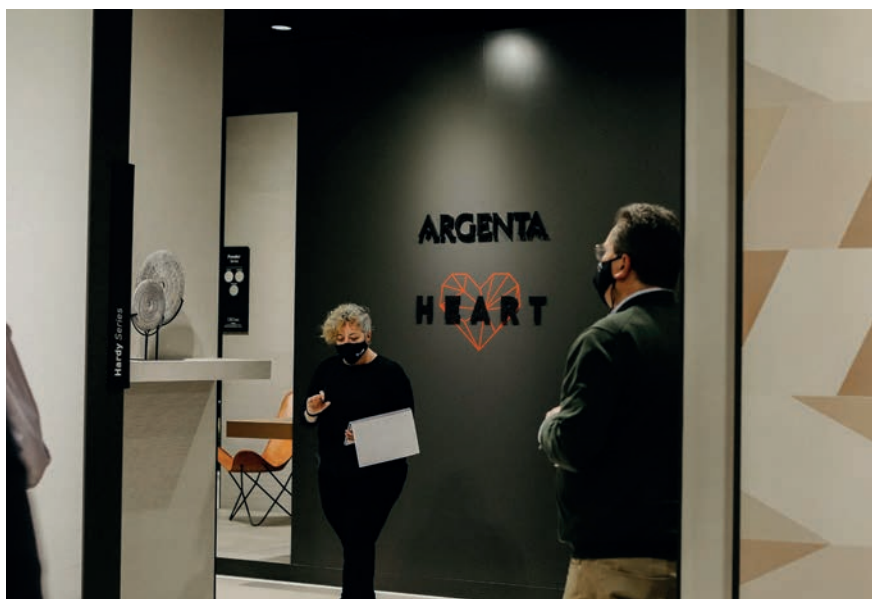
ARGENTA

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



EL ALMA
DE ARGENTA
REVIVE

THE
SOUL OF
HEART
ARGENTA
REVIVES

The Heart of ceramics

Heart, el corazón de la cerámica

HEART

ARGENTA'S HEART SHOWROOM RECEIVES AN AWARD AT THE "GERMAN DESIGN AWARDS 2022" THROUGH SUMMUMSTUDIO - Argenta Cerámica is proud to have received recognition from the prestigious German Design Council for our Heart Showroom at the German Design Awards 2022 with a special mention in "Excellent Architecture" and "Interior Architecture". The design and interior design was performed by SUMMUMSTUDIO. With the idea of demonstrating the creative capacity of ceramics, Heart is an experiential showroom open to all our customers and friends.

The comprehensive renovation and extension project for the showroom and headquarters began in March 2020 and was completed in December of the same year. Since then we have been visited by many customers from all over the world, who have found that Heart is a meeting point where they can discover and connect with ceramics.

HEART, EL SHOWROOM DE ARGENTA PREMIADO EN LOS "GERMAN DESIGN AWARD 2022" DE LA MANO DE SUMMUMSTUDIO - En Argenta Cerámica nos enorgullece recibir el reconocimiento del prestigioso German Design Council a nuestro Showroom Heart en los German Design Awards 2022 con mención especial en "Excelente Arquitectura" y "Arquitectura de Interiores". El diseño e interiorismo se ha realizado a cargo de SUMMUMSTUDIO. Bajo la idea de demostrar la capacidad creativa de la cerámica, Heart es un showroom experiencial abierto a todos nuestros clientes y amigos.

El proyecto de reforma integral y ampliación de la exposición y oficinas centrales comenzó en Marzo de 2020, estando completamente finalizado en Diciembre del mismo año. Durante estos meses nos han visitado numerosos clientes de todas partes del mundo, encontrando en Heart un punto de encuentro donde descubrir y conectar con la cerámica.



GERMAN
DESIGN
AWARD
SPECIAL
2022



#2 · 2022



Heart is a meeting point where you can discover and **connect** with ceramics.

Heart es un punto de encuentro donde descubrir y **conectar** con la cerámica.

WE ARE INAUGURATING A NEW TOUR THAT COMBINES EMOTION AND TECHNOLOGY. - The showroom is Argenta's heart and also reflects our constant search for more, our desire to try things out, to propose new ideas that will help create the ceramics of the future.

We won't say any more, because we want you to see it for yourself. Are you ready to listen to what your heart is telling you? We look forward to seeing you at Heart.

INAUGURAMOS UN NUEVO RECORRIDO QUE UNE EMOCIÓN Y TECNOLOGÍA. - Heart es el corazón de Argenta y también refleja nuestra inquietud, nuestras ganas de probar, de proponer cosas nuevas que ayuden a crear la cerámica del futuro.

No queremos contarte más, porque queremos que lo descubras tú mismo. ¿Estás preparado para escuchar lo que tu corazón te está diciendo? Te esperamos en Heart.



«trying out, proposing and creating the ceramics of the future ...»

«probar, proponer, crear la cerámica del futuro...»

TheLab

DESARROLLO CERÁMICO EN INNOVACIÓN Y TENDENCIAS

A new space that will feed Argenta's main driving force: HEART.

Un nuevo espacio que alimentará el principal motor de Argenta, HEART.

THE LAB BY ARGENTA - A new place for creation and research, The Lab: Argenta's laboratory. A place that focuses on innovation and creating new products and processes, where visitors can learn about Argenta's modus operandi and philosophy.

Behind this idea lies a world of references that unite and project Argenta's restless spirit along many different paths such as technology, creation, research, respect for the environment, etc. It is a place created to showcase our purpose and knowledge through the products we offer, as we seek out new products and solutions. It is not just about ceramics. It is about a space that is active and moves forward, reflecting Argenta's innovative nature.

THE LAB BY ARGENTA - Un nuevo espacio de creación e investigación, The Lab: el laboratorio de Argenta. Un sitio enfocado a la innovación y a la generación de nuevos productos y procesos, donde el visitante conocerá el modus operandi y la filosofía de Argenta.

Detrás de esta idea se esconde un mundo de referencias que une y proyecta el espíritu inquieto de Argenta en múltiples caminos como la tecnología, la creación, la investigación, el respeto por el medio ambiente... Un lugar creado para poner en valor nuestro propósito y conocimiento alrededor de los productos que ofrecemos, en la búsqueda de nuevos productos y soluciones. No se trata solo de cerámica, se trata de un espacio que se mueve y avanza reflejando la naturaleza innovadora de Argenta.

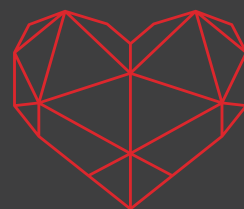
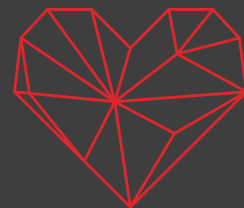
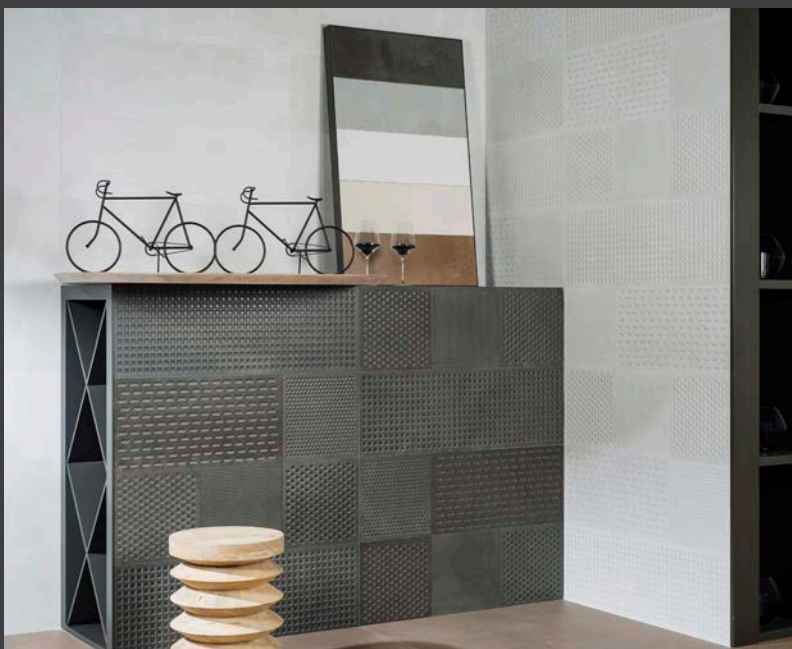


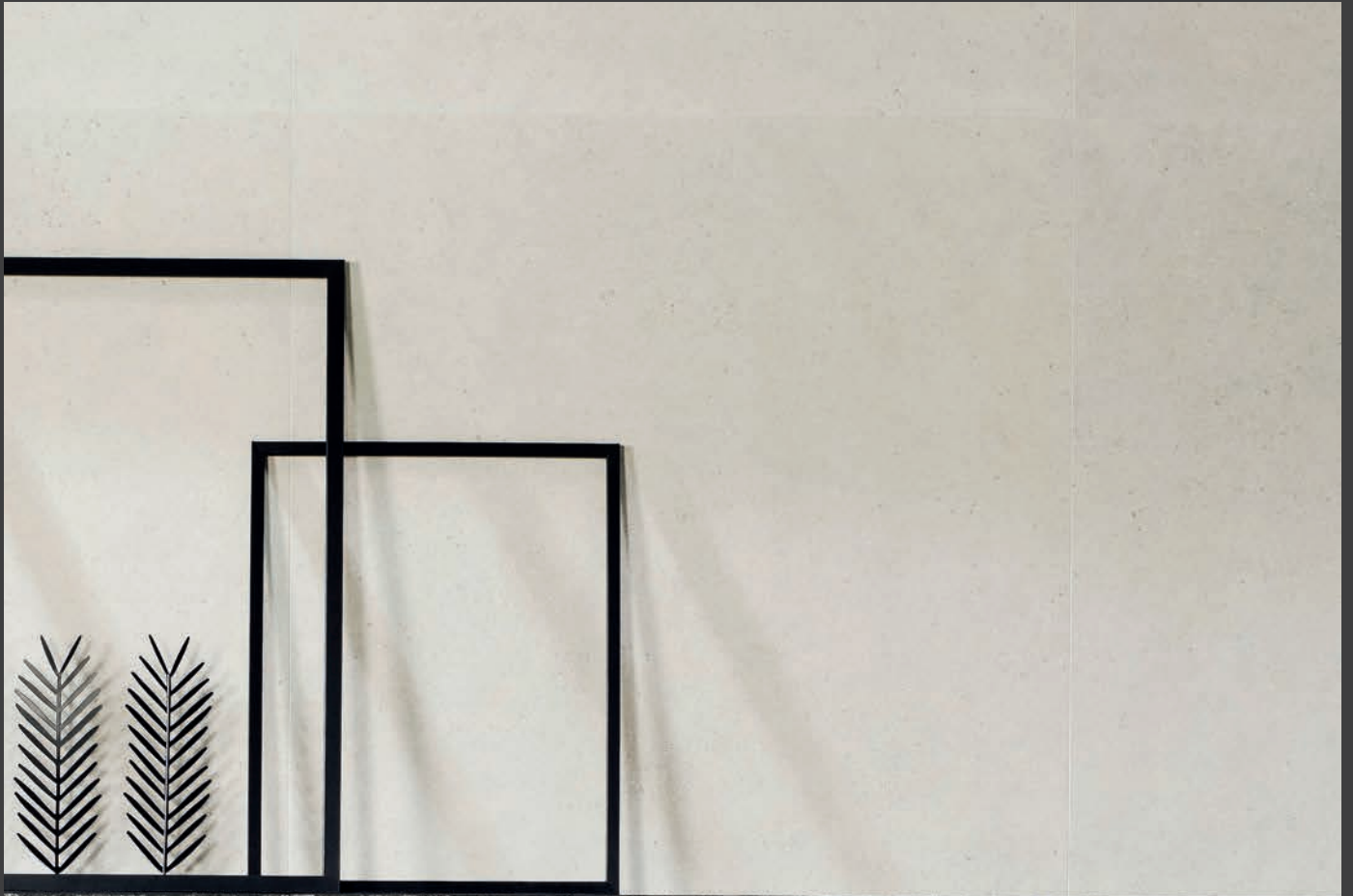
HEART DRESSES UP WITH THE LATEST CERAMIC TRENDS.

Our showroom is a living space that is constantly evolving. We have recently incorporated the firm's latest products, new settings overflowing with inspiration that display the newest ceramic trends. We want visitors to connect with the collections on an emotional level, going beyond reason and preconceived ideas

THE HEART SE VISTE CON LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS CERÁMICAS.

Nuestro showroom es un espacio vivo y en constante evolución. Recientemente hemos incorporado las últimas novedades de la firma, nuevos ambientes llenos de inspiración que muestran las últimas tendencias cerámicas. Queremos que el visitante conecte con las colecciones a nivel emocional, más allá de la razón y de las ideas preconcebidas.





«A living, changing and evolving space.»
«Un espacio vivo, cambiante y en evolución.»

Welcome to Heart

Bienvenidos a Heart

Thank you, all of you who have come to see Heart, Argentina's more emotional side, during these months. Our heartbeat has reached more than 500 visitors from 20 different countries.

We are committed to our customers, our employees, our suppliers and our environment. Our company concept is made by and for people.

And these are the data that prove it:

Gracias a todos los que durante estos meses habéis venido a conocer Heart, el lado más emocional de Argentina. Nuestro latido ha llegado a más de 500 visitantes de 20 países distintos.

Tenemos un compromiso con nuestros clientes, nuestros empleados, nuestros proveedores y nuestro medio ambiente. Nuestro concepto de empresa está hecho por y para las personas.

Y estos son los datos que lo corroboran:



+500
visitors




+20
nationalities

ARGENTA
HEART



No cabéis todos en estas páginas, pero aquí va un pequeño resumen de algunas de las visitas.





«One of Argenta'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»



Pepa Casado

Una charla con Pepa Casado

We all talk about trends every day, but very few people in our country have made it a profession. Future-A is a trend consultancy that specialises in design. They work with companies and designers to create future-proof products and concepts. We talked to Pepa Casado, the co-founder and head of research, about the trend forecasting profession and trends in ceramics.



Todos los días tenemos las tendencias en la boca, pero muy pocas personas en nuestro país han hecho de ello una profesión.

Future-A es una consultora de tendencias especializadas en diseño que trabaja con empresas y diseñadores para crear productos y conceptos resistentes al futuro. Hablamos con Pepa Casado, co-fundadora y responsable de investigación sobre la profesión del trend forecasting y las tendencias en cerámica.

FUTURE-A.COM

Not everyone knows exactly what it means to be a trend analyst. How do you explain it when people ask you what future-A is?

It is actually a very recent profession and although it is true that people talk a lot about trends, not many people know what we mean when we talk about our everyday work.

The main thing for me is to have a set of tools and methodologies that allow you, in a very rigorous way, to understand what the up-and-coming phenomena are and the effect they will have on design. It is simply providing a more scientific basis for intuition, which is how designers usually pick up on trends..

From what you say, a trend analyst's work involves constant research. How do you manage to detect future trends?

We have a very romantic idea of the trend hunter as a person who is always travelling, discovering new places, brands and products ...

While travel is important, what is really essential is to read and watch a lot. My day usually starts by opening Feedly, my news aggregator, and looking at all the media and blogs I follow.

Finding trends is actually a matter of training the eye, a qualified eye, which is why you have to know the sector well. By watching, observing and storing information, and doing so every day for years, you train the ability to find new phenomena.

The pandemic has undoubtedly

No todo el mundo sabe exactamente lo que es ser analista de tendencias, ¿cómo le explicas a la gente cuando te preguntan qué es future-A?

La verdad es que es una profesión muy reciente y aunque es cierto que se habla mucho de las tendencias pocas personas saben a lo que nos referimos cuando hablamos del día a día de este trabajo.

Para mi lo principal es contar con una serie de herramientas y metodologías que te permitan, de una manera muy rigurosa, comprender cuales son los fenómenos en crecimiento y que efecto tienen en el diseño. No es más que dar una base más científica al trabajo de intuición, que es como habitualmente los diseñadores captan las tendencias.

Por lo que comentas, el trabajo de analista de tendencias es una constante investigación. ¿Cómo logras detectar lo que en el futuro será tendencia?

Tenemos una idea muy romántica del cazador de tendencias como una persona que está siempre de viaje, descubriendo nuevos lugares, marcas, productos...

Y aunque lo cierto es que viajar es importante, lo realmente fundamental es leer y mirar mucho. Mi día habitual comienza abriendo Feedly, mi agregador de noticias, y mirando todos los medios y blogs que sigo.

En realidad captar tendencias se trata de entrenar la mirada, una mirada cualificada, por lo que hay que conocer bien el sector. De la práctica de mirar, observar y guardar, y hacerlo cada día durante años, se entrena la habilidad de captar los fenómenos nuevos.



disrupted consumer behaviour. How has this affected the trends that were foreseen for the coming years?

The pandemic has had a wide range of consequences that will have a clear impact on design in the coming years.

On the one hand, during the first waves we were stuck indoors. In other words, our homes became more important in our lives and that will be the case in the long term. As a result, we are investing more in our homes, but in a different way.

There are health and safety issues that have gained a lot of traction. And other issues such as sustainability have also gained momentum. In the ceramics sector in particular, reducing energy and raw material consumption will be essential in the coming years.

As an expert in trends and with more than 20 years of experience in the sector, how do you see the future of the habitat sector?

We have been talking about it for many years, but personalisation will undoubtedly be a huge competitive factor.

The fact is that technology had a long way to go. However, it is increasingly able to offer solutions adapted to each individual.

What is certain is that there are more and more diverse profiles of people and households. What worked before, such as product standardisation, will probably not work in the years to come.

Sin duda la pandemia ha trastocado el comportamiento de los consumidores. ¿Cómo ha afectado eso a las tendencias que se preveían para los próximos años?

La pandemia ha tenido consecuencias de lo más diversas y que en los próximos años tendrán impactos evidentes en el diseño.

Por un lado, las primeras olas fueron momentos donde nos hemos encerrado en casa. Es decir, el hogar cobró más importancia en nuestras vidas y esto será así en el largo plazo. Como consecuencia invertimos más en el hogar, pero lo hacemos de una manera diferente.

Hay cuestiones que tienen que ver con la salud y la seguridad que han cobrado mucha fuerza. Y otras cuestiones como la sostenibilidad han cogido también impulso. En concreto en el sector cerámico reducir el consumo energético y de materias primas será fundamental en los próximos años.

Como experta en tendencias y con más de 20 años de experiencia en el sector, ¿cómo vislumbras el futuro del sector del hábitat?

Hace muchos años que venimos hablando de ello, pero sin duda la personalización será un factor de competitividad enorme.

Lo cierto es que la tecnología tenía un camino largo por recorrer, pero cada vez está más preparada para ofrecer soluciones adaptadas a cada persona.

Lo que es seguro es que cada vez hay más perfiles diversos de personas y hogares y lo que antes funcionaba, como la estandarización de productos, seguramente ya no servirá en los próximos años.

Let's talk about materials. Ceramics seem to be on the rise again. What do you think are the strengths of this material to adapt to post-pandemic scenarios?

Ceramics have evolved a lot in recent years. During this evolution, design and technology have gone hand in hand and define what this material is like today.

I see it as having two great strengths that make it a future-proof material. On the one hand, there are advances in digital decoration technology. This not only makes it possible to personalise the product, but also to make reproductions of very high quality materials, both aesthetically and technically. From a decorative point of view that is very interesting.

The other strong point is the various advances it is making in terms of sustainability. It allows us to reproduce all kinds of materials, including scarce materials for which we do not have access to the raw materials, or those sourced from very far away.

Secondly, new thinner versions are being made. Raw material and energy costs are being reduced throughout the production chain, from the extraction of materials to logistics.

Hablemos de materiales. La cerámica parece estar de nuevo en alza. ¿Cuáles crees que son los puntos fuertes de este material para adaptarse a escenarios post pandémicos?

La cerámica ha evolucionado muchísimo en los últimos años. En esta evolución diseño y tecnología han ido de la mano y define cómo es este material hoy en día.

Para mí tiene dos grandes fortalezas que hacen que sea un material preparado para el futuro. Por un lado, los avances en tecnología de decoración digital. Eso permite, no solo personalizar el producto, sino realizar reproducciones de materiales de muy alta calidad, tanto estética como técnicamente. Desde el punto de vista decorativo es muy interesante.

El otro punto fuerte son los diferentes avances que está realizando en lo relativo a la sostenibilidad. Permite reproducir todo tipo de materiales, incluidos los escasos a los que no tenemos acceso a las materias primas o aquellos cuya fuente es muy lejana.

Y el segundo, las nuevas versiones que se están haciendo de espesor reducido, donde se minoran las materias primas y el gasto energético en toda la cadena productiva, desde la extracción de materiales hasta la logística.

«Ceramics [...] for me has two great strengths that make it a future-ready material.»

«La cerámica [...] para mí tiene dos grandes fortalezas que hacen que sea un material preparado para el futuro.»

In a sector as competitive as ceramics, how do you think technology can help differentiate and enhance the user experience?

There is very little I can add about how technology has turned ceramics into a trendy material. New, innovative digital decoration techniques are certainly making it possible to design surfaces that were previously unheard of.

Ceramics has a great capacity for reproduction, but it also has very interesting traditional roots that we are returning to. At the same time, new designs are being created that have never been seen before. It is precisely this versatility of ceramics that makes them so interesting for turning the user experience into something extraordinary.

Dentro de un sector tan competitivo como es el de la cerámica, ¿cómo crees que la tecnología puede ayudar a diferenciarse y a elevar la experiencia de usuario?

Hay muy poco que pueda añadir de cómo la tecnología ha convertido a la cerámica en un material de tendencia. Sin dudas las nuevas técnicas de decoración digital con sus innovaciones están permitiendo que se puedan diseñar superficies inéditas hasta el momento.

La cerámica tiene una gran capacidad de reproducción, pero además también tiene unas raíces tradicionales muy interesantes que se están recuperando. A la vez crea nuevos diseños que no se habían visto hasta el momento. Es precisamente esa versatilidad de la cerámica la que la hace tan interesante para convertir la experiencia del usuario en algo extraordinario.

And lastly, which of Argenta's latest collections has stolen your Heart?

If I had to highlight one on an aesthetic level it would be Forms, which explores traditional small-format ceramics, but with a very contemporary language. It also has a very well thought-out colour palette. From an innovation point of view, all the XS versions, which are thinner than traditional units, seem to me to be a very interesting development from a sustainability point of view.

Y por último, ¿cuál de las últimas colecciones de Argenta te ha robado el Heart?

Si tuviera que destacar una a nivel estético sería Forms, que por un lado explora la cerámica tradicional de pequeño formato, pero con un lenguaje muy contemporáneo. Además tiene una paleta de color muy bien estudiada. Desde un punto de vista de innovación, todas las versiones XS, que reducen el espesor de la pieza tradicional, me parecen un avance muy interesante desde el punto de vista de la sostenibilidad.

In love with...

Enamorados de...

WWW.TUBESRADIATORI.COM

The Milano radiator is one of the iconic designs of Tubes Radiatori, a leading radiator brand that produces cutting-edge products in the heating sector. It is made of ceramic, which reveals just one of the many different uses of a material that is as aesthetically-pleasing as it is versatile. Designed by Antonia Astori and Nicola De Ponti for Tubes, it is a sculptural piece that goes unnoticed as a radiator but captures the viewer's attention like a work of art. Its appearance allows it to be installed on both walls and floors. It has a touch control to switch it on and off and set the temperature. It is an object that allows forgotten parts of a room to be given a personal touch, hanging just a few centimetres from the floor.

El radiador Milano es uno de los diseños icónicos de la marca de radiadores Tubes Radiatori, marca referente en productos de vanguardia en el sector calorífico. Su fabricación en cerámica revela los múltiples usos de un material que resulta ser tan estético como versátil. Diseñado por Antonia Astori y Nicola De Ponti para Tubes, es una pieza escultórica que sin duda pasa inadvertida como radiador pero que logra captar la atención del espectador como si de una pieza de arte se tratara. Un objeto que permite personalizar las zonas olvidadas de un espacio permaneciendo suspendido a pocos centímetros del suelo.



Trends that make your heart beat

Tendencias que hacen latir tu corazón

CALM SPACES

2021 was the year when it became clear that we were witnessing the shaping of a new world. Over the last decade, the democratisation of the internet and its new forms of communication has created a context of openness and possibilities, where anyone can express themselves, give their opinion or launch their creations on the world.

Meanwhile, the experience economy has changed the way we approach design, constantly seeking stimulating products and services. The result: every day we are bombarded with thousands of messages, products and new experiences, which has created an overwhelming sense of openness to the world.

ESPACIOS PARA LA CALMA

El 2021 ha sido el año en el que ha quedado patente que estamos ante la configuración de un nuevo mundo. Durante la última década la democratización de internet y sus nuevas formas de comunicación ha generado un contexto de apertura y posibilidades, donde cualquier podía expresarse, opinar o lanzar sus creaciones al mundo.

Por otro lado, la economía de la experiencia ha cambiado la forma en la que nos aproximamos al diseño, buscando productos y servicios de estímulos constantes. El resultado: cada día somos bombardeados por miles de mensajes, productos y nuevas experiencias, lo que ha generado una sensación abrumadora de apertura al mundo.



In the face of this daily stress, design becomes an antidote, creating spaces that invite calm and reflection, where we seek silence rather than noise. All this is reflected in simple, essential products, which display materials in their purest state and which, within a very restrained minimalism, also seek to create warm and comfortable atmospheres.

In conclusion, design conceived to create interiors that help us heal, reconnect with ourselves and turn the home into a sanctuary of tranquillity. In this line of work, Argenta has launched a series of new products that explore the ability of ceramics to reproduce surfaces that convey calm, but are full of personality.

Frente a este estrés diario, el diseño se convierte en un antídoto, creando espacios que invitan a la calma y la reflexión, donde más que ruido buscamos silencio. Todo ello se refleja en productos sencillos y esenciales, que muestran materiales en su estado más puro y que dentro de un minimalismo muy contenido, también pretenden crear ambientes cálidos y confortables.

En conclusión un diseño pensado para crear interiores que nos ayuden a sanar, a reconectar con nosotros mismos y que convierten el hogar en un santuario de tranquilidad. En esta línea de trabajo desde Argenta hemos lanzado una serie de novedades que exploran la capacidad de la cerámica para reproducir superficies que transmiten calma, pero llenas de personalidad.



1 Serie Carpenter



ESSENTIALS WITH CHARACTER —

Neutral tones and reproductions of natural materials in which, thanks to digital reproduction technologies, all imperfections and marks are eliminated.

The aim is to create spaces that do not impose themselves, that help to recreate spaces with a gentle and relaxing rhythm. But at the same time, the tactile dimension is subtly explored, more for experiencing than for seeing. All the aesthetic and formal characteristics of the product are also in line with the search for healthy spaces with technologies such as the one applied to the Carpenter series with antibacterial properties.

ESENCIALES CON CARÁCTER —

Tonalidades neutras y reproducción de materiales naturales, donde gracias a las tecnologías de reproducción digital se eliminan todas las imperfecciones y marcas. El objetivo es conseguir espacios que no se impongan, que ayuden a recrear espacios con un ritmo pausado y relajante. Pero a la vez, se explora la dimensión táctil de una forma sutil, más pensado para experimentar que para mirar. Todas las características estéticas y formales del producto se alinean también con la búsqueda de espacios saludables con tecnologías como la aplicada sobre la serie Carpenter con propiedades antibacterianas.

NOT SO WHITE — White shades are the clear stars in this trend. However, while for years concern was focused on finding the purest colour within this range, now interior design demands a wider range.

Off-white, which provides a slightly warm but also very serene dimension is gaining in importance; as are polar and arctic whites which, when applied to stone, generate luxurious but very serene materials.

NO TAN BLANCO — Las tonalidades blancas son las claras estrellas dentro de esta tendencia, sin embargo, mientras durante años la preocupación estaba centrada en encontrar el color más puro dentro de esta gama, ahora el interiorismo demanda un abanico más amplio.

Toman importancia tanto el blanco roto, que le da una dimensión ligeramente cálida y a la vez muy serena; y por otro lado, blancos polares y árticos, que aplicados sobre piedras generan materiales de corte lujoso, pero muy sereno.

3.



3. Serie Carpenter 4. Serie Iceland



4.





5.

THE NEW LUXURY — In contract spaces in particular, the focus is on a style that combines serenity with some of the icons of the traditional luxury sector, such as reproductions of sumptuous natural stones from all over the world and macro onyx with an ultra-polished effect.

Whereas in the past luxury was represented by more classical types of marble, now new materials are coming into play with increased use of veins and inclusions, showing that luxury is also a connection with the earth.

EL NUEVO LUJO — Sobre todo en los espacios contract se apuesta por un estilo que combina serenidad con algunos de los iconos del sector del lujo más tradicional, como reproducciones de suntuosas piedras naturales provenientes de todo el mundo, o macro de ónices en efecto ultra pulido.

Mientras antes el lujo estaba representado por los mármoles más clásicos, ahora entran en juego nuevos materiales con mayor presencia de vetas e incrustaciones, demostrando que el lujo es también la conexión con la tierra.

#2 · 2022



6.

5. Serie Linz 6. Serie Orion



RETROSUPERFUTURE

In a context in which the global raw material supply chain has been called into question, two fundamental issues have emerged that will define design in the coming years: localism and resource rationalisation. Firstly, lack of access to products at planetary level has helped us reconnect with the roots of each culture. And in ceramics this has meant a return to some of the sector's classic designs, such as small formats and colour. But it is a renewed vision of the classic styles with contemporary shapes, volumes and colour palettes.

Secondly, reflecting on why and how we consume has led people to seek more sustainable alternatives without sacrificing any aesthetic and functional qualities. This trend has come at the same time as an upsurge in renovations that, since the first lockdown ended, has continued to increase internationally.

While it is true that more is being spent on home renovation and forecasts suggest this will continue, consumers are increasingly looking at the solutions they have available. They are in the process of building a future that is more sustainable and able to connect with their roots, rather than creating a universalist style in terms of aesthetics.

RETROSUPERFUTURE

En un contexto en el que se ha puesto en cuestión la cadena de suministros de materias primas a nivel global, han emergido dos cuestiones fundamentales que definirán el diseño de los próximos años: el localismo y la racionalización de recursos. En primer lugar, la falta de acceso a productos a nivel planetario nos ha ayudado a reconectar con las raíces de cada cultura. Y esto en cerámica ha supuesto una recuperación de algunos diseños clásicos del sector como el pequeño formato o el color. Pero se trata de una visión renovada de los clásicos, con formas, volúmenes y paletas de color contemporaneizadas.

En segundo lugar, la reflexión sobre el porqué y cómo consumimos ha hecho que las personas busquen soluciones que, sin perder un ápice de sus cualidades estéticas y funcionales, propongan alternativas más sostenibles. Esta tendencia coincide con un auge en las reformas que, desde la salida del primer confinamiento, no han dejado de aumentar a nivel internacional.

Si bien es cierto que se invierte más en reforma del hogar y que las previsiones apuntan a que lo seguirá haciendo, los consumidores miran cada vez más las soluciones con las que cuenta, pues está en ciernes la construcción de un futuro más sostenible y capaz de conectar con las raíces de cada uno, en lugar de crear un estilo universalista en cuanto a estética.

8.



8. Serie Augusta



9. Serie Athena



10. Serie Manhattan



11. Serie Copenhagen





9.

LESS BUT BETTER — More than in other sectors, in interior design consumers demand products with a longer useful life. Sustainability has become a major issue for them. And more than ever before, they are focusing on versatility, durability, the source of materials and production processes. The introduction of small units has brought about a paradigm shift in the ceramics sector by producing units that, due to their smaller size, reduce raw material use and, therefore also energy expenditure in production and logistics.

CONTEMPORARY ROOTS — Ceramics in our area, which has a long history and strong presence in our country and abroad, are continuing to be at the forefront of innovation, keeping up to date with the new aesthetic and functional requirements. It thus continues to be a leading material. The versatility of small formats allows you to play with sophisticated and original fitting patterns. The inside and outside walls of the home become true focal points and play a starring role in any space.

MENOS Y MEJOR — Más que en otros sectores, en interiorismo los consumidores demandan productos con una vida útil más larga, y la sostenibilidad se ha convertido en una cuestión principal para ellos. Se fijan más que nunca en la versatilidad, la durabilidad, la procedencia de los materiales y los procesos de producción. La introducción de piezas pequeñas resulta un cambio de paradigma en el sector de la cerámica, al producir piezas que por su menor tamaño, reducen la materia prima y por ende también el gasto energético en producción y logística.

RAÍCES CONTEMPORÁNEAS — La cerámica de nuestra zona, de larga trayectoria y fuerte presencia en nuestro país y fuera de él, sigue a la cabeza de la innovación actualizándose conforme a los nuevos requerimientos estéticos y funcionales, manteniéndose así como material de referencia. El pequeño formato gracias a su versatilidad, permite jugar con esquemas de colocación sofisticados y originales. Muros y paredes de la casa se convierten en verdaderos focos de atención, llamados a ser los protagonistas de cualquier espacio.

10.



11.



RARE MATERIAS — Brands are investing increasing amounts in innovation, with the aim of going faster down the road to sustainable solutions. Argenta's new Grand Antique collection is a nod to this type of marble that has not been sold for years. Thanks to digital reproduction technologies, Argenta has managed to reproduce this prestigious marble, which presents a unique contrast between black and white, a characteristic it does not share with any other type.

In addition, the surface has a premium polish. Its quality stands out with a very mirror-like effect, while maintaining the original colours. The cleanliness of the stone in its final finish achieves a genuine reproduction of natural stone, all without compromising the processes' sustainability.

MATERIALES RAROS — Las marcas destinan cada vez más inversión en innovación, con el objetivo de acelerar el camino hacia soluciones sostenibles. La nueva colección Grand Antique de Argenta hace un guiño a este tipo de mármol que lleva años sin comercializarse. Gracias a las tecnologías de reproducción digital, Argenta ha conseguido reproducir este prestigioso mármol que presenta un contraste único entre el blanco y el negro, característica que no comparte con ningún otro tipo.

Además en superficie ofrece un pulido premium, de los que destaca su calidad con un efecto muy espejado, a la vez que mantiene los colores originales. La limpieza de la piedra en su acabado final consigue reproducir genuinamente las piedras naturales, todo ello sin comprometer la sostenibilidad de los procesos.

12- 13. Serie Grand Antique



Inside the Heart



12.



13.

Projects with Argenta

Proyectos con Argenta

In this issue we highlight some of the international projects that different interior design and architecture studios have carried out with Argenta designs.

En este número destacamos algunos de los proyectos internacionales que diferentes estudios de interiorismo y arquitectura han realizado con los diseños de Argenta.

SPORT VISON EXCLUSIVE BRAND SHOP BUZZ

Location / Lugar: Centro comercial
Galerija Belgrade, Belgrade Waterfront

Project Delivery / Entrega del proyecto:
Enmon Project Division

Materials used / Materiales utilizados:
Godina White 60x120

Photograph / Fotografía: Andrej Mihailović
and Antonina Lončarević





RESIDENCIA WATERFRONT

Location / Lugar: Sousse / Túnez

Area / Área: 4000 m²

Architects / Arquitectos: Bilel Khemakhem (ARK-architecture), Alaa Labidi (LAB architects)

Year / Año: 2021

Photograph / Fotografía: Bilel Khemakhem





Thanks to you the heart of Argenta keeps on beating

Gracias a ti el corazón de Argenta sigue latiendo

ARGENTA



argentaceramica.com

Inside the Heart

#2 · 2022