

14 febbraio 2008,
Sala del Collezionista,
Fondazione Stelline
Milano: (da sinistra)
Massimo Mariani,
Fulvia Mendini, Franco
Raggi, Rolando
Giovannini, al centro
Enzo Mari, Sergio
Calatroni (il Curatore),
altri artisti e architetti
del progetto e della
Direzione della
Gabbianelli



100E + CERAMICHE X IL PARADISO

iniziativa di alto valore benefico, organizzata in collaborazione con Gabbianelli Decorazione d'Interni, azienda leader nel campo della ceramica da oltre mezzo secolo. Progetto ideato da Sergio Calatroni, architetto e designer internazionale

Prima con una presentazione mostra alla Fondazione Le stelline curata nelle pubbliche relazioni da Alessandra Klimciuk alla presenza di Camillo Fornasieri - Presidente, Sergio Calatroni, Enzo Mari, Sergio Asti, Massimo Mariani, Franco Raggi, Tiziano Dal Pozzo, Giorgio Pareto e Rolando Giovannini, poi con un'asta benefica di 117 opere per di 20x20 centimetri per aiutare la creazione della nuova Scuola del Centro di Studi e Ricerche Internazionali a Tahannaout in Marocco, MAAAM-Morocco All Anonymous Art Marrakech, si è concluso il primo lancio di una inedita e straordinaria iniziativa nel campo delle piastrelle di Ceramica. Il marchio promotore è la Gabbianelli Decorazione d'Interni di Milano e il progetto si deve all'arch. Sergio Calatroni, designer. Giorgio Pareto, Direttore in Gabbianelli e responsabile del progetto, ha affidato ad Amalia Garufi la cura e realizzazione in tre esemplari delle quasi 120 piastrelle e Carlo Bardelli, titolare, ne ha dato completa disponibilità alla creazione per favorire quella realtà no-profit in via di sviluppo. L'Asta curata da Finarte, durante una serata esclusiva il 19 febbraio 2008 alla Fondazione Stelline, nella Sala del Collezionista, ha avuto ampio successo. Un secondo esemplare di ogni ceramica resterà a disposizione per realizzare un ciclo di mostre, di cui sono già in programma le prime due tappe (MIC Museo Internazionale della Ceramica, Faenza; Fondazione Orestyadi, Gibellina) e sarà depositato nell'archivio Gabbianelli. Un terzo esemplare verrà donato all'autore. L'iniziativa è accompagnata da un corposo volume, con ricchi testi teorici di specialisti di varie discipline quali Filosofia, Archeologia, Astronomia, Fisica, Matematica, Architettura, Botanica, Biologia, Design. (R. G.)

CERAMICA, DOPO UN 2007 RECORD, IL MARCHIO ABK INIZIA BENE ANCHE IL 2008

Il trend positivo del marchio ABK continua anche nel 2008, dopo aver raggiunto il fatturato record di 64 milioni di euro nel 2007, con un aumento di circa 4 milioni di euro rispetto all'anno 2006.

"E' un risultato eccezionale, soprattutto tenendo conto dell'andamento generale del settore, della concorrenza internazionale sempre più agguerrita ed in particolare dell'andamento negativo di alcuni mercati importanti come quello americano e quello tedesco." Questo il commento di Andrea Nicolini, nuovo direttore commerciale delle Ceramiche ABK, che parlando del 2008 continua, "sono sicuro che potremo raggiungere nuovi record anche nel 2008. Qui in ABK ho trovato una squadra di persone capaci, dinamiche ed

agguerrite in grado di affrontare le difficoltà attuali del settore e che grazie a strumenti di marketing/merchandising sempre più evoluti ed all'innovazione dei prodotti, ad una tecnologia d'avanguardia, sono sicuro riusciremo ad andare in controtendenza rispetto all'andamento generale del settore".

Il gruppo ABK che riunisce i marchi ABK, Ariana/Valverde e dopo la recente acquisizione nel Novembre 2007, anche Pisa/Flaviker ha superato un fatturato di 100 milioni di Euro nel 2007, e prevede di riuscire a superare i 120 milioni di Euro nel 2008.

La dinamicità e vivacità del gruppo è espressa al meglio nel nuovissimo catalogo generale "Abk charme ceramico": 456 pagine vestite da una grafica emozionale e piena di "charme" in perfetto stile con il marchio. I colori viola, oro e fucsia rappresentano creatività ed energia ma mantengono allo stesso tempo il legame col marchio (il fucsia come colore sociale) determinandone la forte personalità. La grande novità ma anche innovazione è nella stampa Profumata delle pagine: sono stati utilizzati in parte inchiostri profumati e la copertina del catalogo pare proprio essere un pack di profumo.

