

INTERNI

IL MAGAZINE DEL DESIGN
N. 72 - 12 SETTEMBRE 2013

NUMERO SPECIALE
PER I LETTORI DI

PANORAMA

DESIGN
AUTOPRODUZIONE

ARREDI
POLTRONE GRAN COMFORT

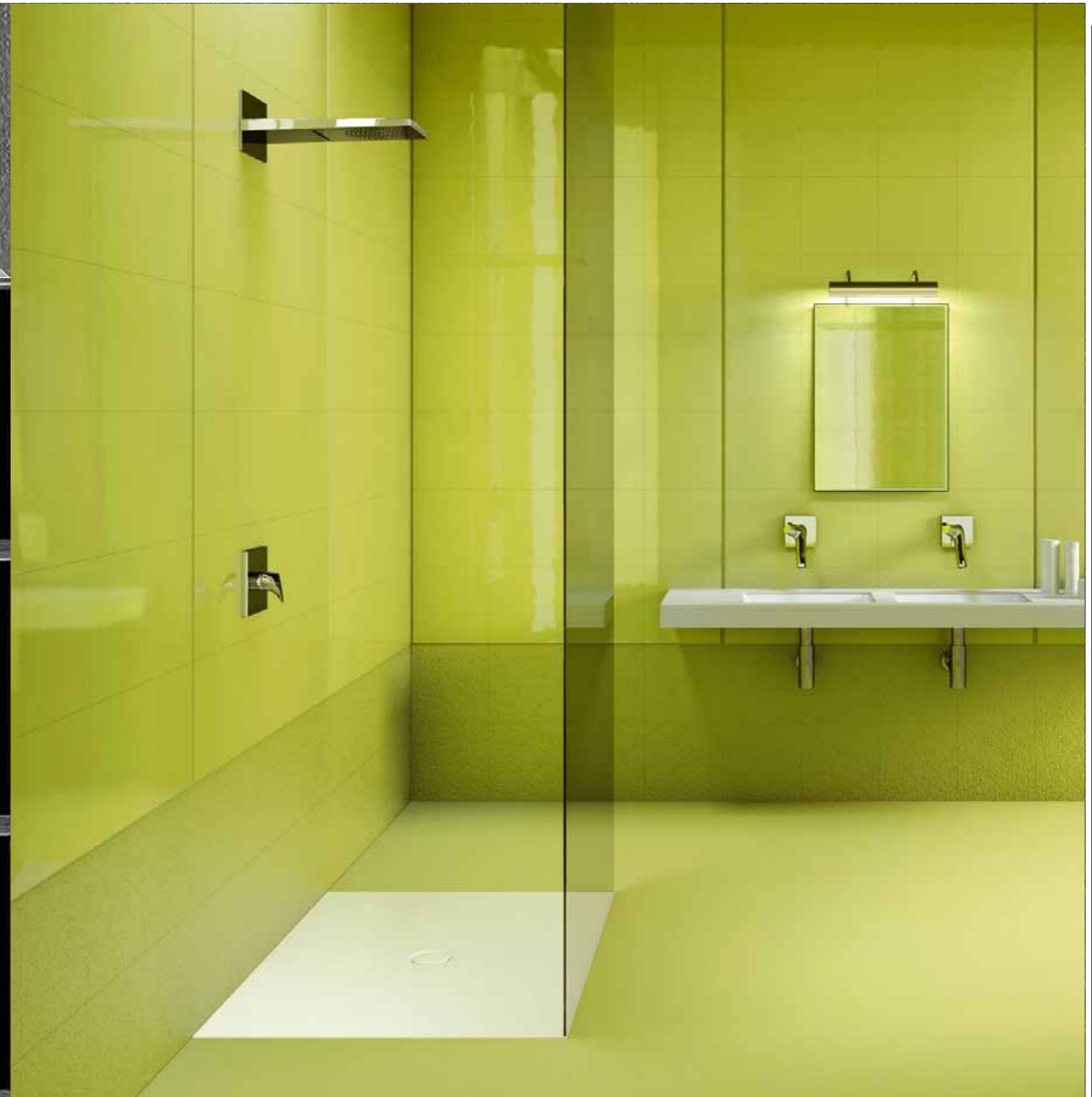
COVER STORY
*UNA CERAMICA
DUE PROTAGONISTI*

SPECIALE
ARREDOBAGNO

GOOD NEWS



Un accordo strategico, tra il DESIGNER FRANCESE e ceramica SANT'AGOSTINO, firmato all'indomani del SISMA che aveva danneggiato gravemente L'AZIENDA CERAMICA. Per segnare L'INIZIO DI UNA GRANDE RIPRESA, Filippo Manuzzi ce ne racconta i dettagli.



Un treno CHIAMATO STARCK

di Alessandro Bini

FILIPPO MANUZZI, BRAND MANAGER DI **CERAMICA SANT'AGOSTINO** E PHILIPPE STARCK AUTORE DEL PROGETTO FLEXIBLE ARCHITECTURE, LA COLLEZIONE DI PIASTRELLE RIPRODOTTA NELLE IMMAGINI DI QUESTE PAGINE.



Philippe e Filippo, com'è andata?

“Un attimo - risponde Filippo Manuzzi, brand manager di Ceramica Sant'Agostino - è meglio inquadrare bene le cose. io, Filippo, nel contesto aziendale svolgo un ruolo, ma non sono il performer stile *One man show* della situazione e ci tengo a sottolineare che agisco e rispondo in nome di un'intera famiglia”.

Giusto, partiamo da capo: Ceramica Sant'agostino inizia la sua attività nel 1964, nei pressi di Ferrara, un po' al di fuori del distretto produttivo di comparto. Attualmente l'azienda è guidata dalla seconda generazione della famiglia Manuzzi, con, alla presidenza, Ennio Manuzzi e, nel ruolo di amministratore delegato, Mauro Manuzzi. Lo stato maggiore della società vede oggi presente e orgogliosamente operativa anche la terza leva, composta da Filippo, Tommaso ed Eugenio.

Dunque, a quattro mesi dal sisma che colpiva con brutalità proprio i vostri impianti (due decessi tra i dipendenti, ndr), Sant'Agostino presentava Flexible, la collezione firmata Starck. “È stato uno scatto d'orgoglio e di rabbia - spiega Filippo Manuzzi - una rabbia positiva di chi decide di voler continuare a esserci, con forza, oltre al terremoto”.

E in questo Starck vi ha seguito senza batter ciglio?

“Si è dimostrato uomo di sensibilità eccezionale. In realtà avevamo colloqui in corso da diverso tempo e tutto, come accade per questi accordi, procedeva con calma e tempi lunghi. Poco dopo l'accaduto, ci siamo rivisti, quasi casualmente, erano i primi di giugno; gli ho chiesto se voleva darci una mano, con un segno forte, per questa sorta di rinascita. Mi ha riposto, che si sarebbe messo subito al lavoro e di lì a breve ci avrebbe consegnato il progetto.



SOPRA, A SINISTRA, ENNIO E MAURO MANUZZI, PRESIDENTE E AMMINISTRATORE DELEGATO DI CERAMICA SANT'AGOSTINO.

NELLE ALTRE IMMAGINI, FLEXIBLE. LA COLLEZIONE È COMPOSTA DA DIVERSE STRUTTURE BASE CARATTERIZZATE DA VARIAZIONI DI SPESSORE, IN GRADO DI CREARE MODULI DI POSA AD ALTO CONTENUTO DI DESIGN.

A fine agosto Flexible vedeva la luce. Un atto di grande generosità e comprensione, per un personaggio di quel calibro”.

Qual è la forza di questa nuova collezione?

“Essenzialmente due aspetti, uno intrinseco lo si trova nella qualità del progetto, l'altro quasi metaprogettuale ed è la forza comunicativa. Flexible trasforma il concetto di ceramica; da mera finitura si approda all'architettura. Abbandona la bidimensionalità per offrire un'infinità di nuove possibilità e dimensioni.

Di più, la fuga tra una piastrella e l'altra, che era stata fino a ieri un





grosso problema, ora diventa un'opportunità e un elemento attivo nella progettazione. Pensiamo che tutto questo è stato ottenuto con un formato semplice, quel 30x30 che oggi viene snobbato da quasi tutti i produttori per dimensioni ben diverse".

Ci parlava di potere comunicazionale.

"È il secondo elemento ed è certamente legato alla figura, o meglio, al sistema Starck, un treno in corsa, in termini di forza dell'immagine. Questa collezione rappresenta una sorta di passepartout che dà certamente lustro anche alla nostra azienda. Una grande operazione d'immagine prima che un'operazione commerciale, ma che poggia su un grande prodotto. Ed è stata una strategia di marketing lungamente studiata e perseguita con forza che ci ha portato, infine, a scegliere Starck".

Voi avete scelto Starck, ma lui ha privilegiato Ceramica Sant'Agostino, per entrare in un mondo che fino a ieri gli era estraneo. Come mai?

Posso dire che lo abbiamo inseguito per qualche anno e altrettanto, non dubito, abbiamo fatto altre aziende con una potenza di fuoco ben superiore alla nostra. Il fatto è che siamo sempre stati un produttore anomalo: abbiamo sempre puntato sull'altissima qualità e sulla diversificazione di gamma, sulla trasversalità dell'offerta e con moltissime referenze; questo, probabilmente, rispondeva alle esigenze del designer francese, che cercava alta qualità e disponibilità a seguirlo su una strada costellata non da elevatissime produzioni, dove certamente altri avrebbero potuto aver la meglio, ma di estrema qualità produttiva e distributiva".

Difficile lavorare con Starck?

"Devo confessare che, all'inizio della nostra collaborazione, eravamo un po' preoccupati. Ci siamo chiesti se fossimo sufficientemente adeguati per lanciarsi in questa avventura. In realtà tutto si sta svolgendo per il meglio. La cosa che ci ha rassicurato da subito è stato il fatto che non ci ha richiesto altro se non di impegnarci al massimo delle nostre potenzialità tecnologiche, ma non certamente nuovi investimenti".

IN ALTO A SINISTRA, PARTICOLARE DI UNA LINEA PRODUTTIVA DI CERAMICA SANT'AGOSTINO. NELLE ALTRE IMMAGINI AMBIENTAZIONI REALIZZATE CON FLEXIBLE. LA PIASTRELLA ABBANDONA IL RUOLO MERAMENTE DECORATIVO PER DIVENTARE PARTE INTEGRANTE DELL'ARCHITETTURA. UN VERO E PROPRIO SISTEMA CHE, GRAZIE ALL'AMPIA COMBINAZIONE DI SPESSORI, FINITURE E COLORI DIVERSI, OFFRE AL PROGETTISTA INFINITE POSSIBILITÀ DI COMBINAZIONE.

