One Matter, Many Stories.
LE “DESIGN NIGHTS” DI IRIS CERAMICA GROUP: QUATTRO SERATE NEGLI SHOWROOM DEL GRUPPO, INTESI COME DIMORE DELL'IDENTITÀ

Dal 21 al 24 settembre Iris Ceramica Group accoglie la design community nei propri spazi espositivi. Non una semplice visita, ma una vera e propria experience dentro la materia e tra le sfumature dell’identità del Gruppo.

***One Matter, Many Stories*.** Un Gruppo e molteplici interpretazioni di **un'unica identità attraverso la materia** ceramica. **Dal 21 al 24 settembre, Iris Ceramica Group si racconta** al mondo del design e dell’architettura nella forma più tangibile, emozionale e autentica: **attraverso i propri showroom**, i luoghi che per il Gruppo **sono vera e propria casa**.
La **casa** infatti, per sua natura, **è l’identità che prende forma e diventa spazio**. I suoi colori, le forme, la materia, i giochi di luce e il suo profumo, trasformano lo spazio fisico in un'espressione personale. L'abitare diventa così un gesto narrativo, un racconto immersivo stilistico e valoriale; così la casa custodisce la propria storia e allo stesso tempo si apre al futuro, in costante e coerente evoluzione.
In questa chiave interpretativa, gli **showroom** - le dimore del Gruppo - **rappresentano un’identità fatta di storie coerenti, sensibilità artistica, cura estetica, innovazione, gusto raffinato e connessioni sorprendenti.**

In occasione delle quattro “Design Nights”, Iris Ceramica Group invita la design community a scoprire e, in un certo senso, a vivere le proprie dimore identitarie, aprendo le porte degli showroom di Fiorano Modenese e Castellarano per **quattro giornate animate da eventi e percorsi immersivi dentro la materia ceramica. Tatto, vista, gusto e olfatto: una molteplicità di sensi è coinvolta in questo viaggio che trasforma gli spazi espositivi nell’esperienza identitaria vera e propria.**

La **materia è il fil rouge** lungo il quale si snoda la narrazione progettuale **all’interno degli showroom. Due nuove Color Block** del progetto **Reloaded - Diesel Living with Iris Ceramica** si uniscono alle precedenti lanciate alla Milan Design Week, **completando la palette materica di superfici disruptive e contemporanee** coerenti con il linguaggio della moda.
Nuove superfici di ispirazione naturale ampliano la gamma dei marmi e delle pietre vestendo gli ambienti in continuità materica, dai rivestimenti al design degli interni. **Particolarmente innovative** sono le nuove superfici del brand Fiandre, **Dover White,** nate dall’inedita tecnologia material-based **IRIDIA:** la sintesi, misurata e sensibile, delle **più avanzate tecnologie produttive** sviluppate da Iris Ceramica Group, orchestrate da un sapere manifatturiero che ne valorizza il potenziale senza ostentarlo, trasformando l'innovazione in emozione. Una superficie esclusiva, capace di esprimere profondità, movimento e autenticità con straordinaria naturalezza.
Accanto ai marmi, emerge la nuova pietra sofisticata di Sapienstone **Negresco** e quella dai colori naturali **Portland** di Ariostea, presentata anche in una versione iper-strutturata grazie all’inusuale **gioco di sovrapposizioni di texture**. Il **decoro Weave**, infatti, disegna sulla superficie una fitta trama intrecciata a forme regolari che ricorda il classico *rattan*.

Press Office Iris Ceramica Group
Maria Grazia Pacchioni mpacchioni@icgmail.com

AGENDA E PRESENTAZIONE NOVITÀ

21 settembre – *Re*loaded – Showroom Iris Ceramica & FMG, Fiorano Modenese
Diesel Living with Iris Ceramica

Se l'anteprima esclusiva delle prime due Color Block del progetto *Reloaded,* Diesel Living with Iris Ceramica - presentate nella vetrina della ICG Gallery milanese in occasione del Fuorisalone - è stato il *Backstage,* ovvero un primo "assaggio" della rinnovata collaborazione tra i due brand**, la prima serata delle Design Nights di settembre porta l'intero progetto *On the Stage*, con la materia ceramica come protagonista.**

Al centro della scena ci sono **le 4 nuove Color Block** (=moodboard) che disegnano gli ambienti dello showroom creando un percorso espositivo da vivere, nel vero senso del termine, perché è interamente focalizzato sull'area living della casa.

Un invito a esplorare e a soffermarsi per osservare e percepire lo spazio con la sua matericità. Una calda lobby introduce il percorso offrendo un primo assaggio del mood che accomuna tutti gli ambienti, un salotto accogliente, l'ampia area conversazione, la cucina aperta e conviviale. Ogni spazio è pensato e curato nel dettaglio dagli accostamenti cromatici alle linee del design, accompagnando il visitatore in un tour che invita a rallentare, interagire e sentire l'energia dell'ambiente.

Come le Color Block 1 e 2, già presentate a Fuorisalone 2026, anche **le Color Block 3 e 4 (Red w/White e Blue w/Silver) sono composte da maioliche, grandi lastre e piccoli formati**, impiegando l'expertise e le principali tecnologie di Iris Ceramica Group per dare voce all'anima *disruptive* del brand fashion: le superfici smaltate, le maioliche dal disegno volutamente deformato, le lastre ispirate a marmi e pietre non comuni (**Giallo Siena, Travertino Obsidian, Explosion Blue**..) e le superfici disegnate su misura grazie alla tecnologia DYS - Design Your Slabs. Accanto al design dei tappeti consumati dal tempo (**DYS Distressed Rug**) e alle superfici graffiate (**DYS Scratched Gradient**), di particolare effetto straniante e magnetico sono le nuove superfici **DYS Acid Flowers** in cui il bianco e il nero si sciolgono e si contaminano.

Accanto a Reloaded, lo showroom introduce un **nuovo concetto espositivo orientato all'applicazione delle superfici più che alla semplice esposizione**, creando ambientazioni reali di spazi living, hospitality e contract, interamente realizzate con un mix sapiente di materiali selezionati tra i più iconici e identificativi di ciascun brand del Gruppo. Nell'area moodboard di Iris Ceramica e FMG, infatti, le superfici Full Body^3 e le Terrecotte di Bottega d'Arte dialogano con Breccia Rosa 4D, gli onici in grande lastra e i colori pastello di Terrapura.

Al tramonto, lo showroom si tinge di rosso Diesel per un party speciale in cui ogni elemento racconta la forza di una collaborazione tra design e fashion che in questi 10 anni è stata e continua ad essere contemporanea, sorprendente e *disruptive*.

22 settembre – *Re*frame – Sapienstone Mater, Castellarano
A taste of matter

La materia vive e si percepisce ancora di più nello spazio Mater di Sapienstone in cui le lastre ceramiche si presentano in purezza e nella loro massima espressione, autenticamente esposte alla vista e al tatto dei visitatori. Lo spazio incornicia e accoglie un'esperienza che solletica il palato, apre la vista alla bellezza e invita a farsi visitatore attivo, coinvolgendolo in una **food experience di live cooking**, dall'antipasto a contatto diretto con la superficie ceramica. La ceramica - che si fa countertop, piano cucina e di lavoro, tavolo e arredo - diventa **materia partecipativa** di profonda bellezza e massima funzionalità, in perfetta sintonia con i contesti residenziali e con il mondo hospitality. L'esposizione prosegue nello showroom con **la galleria delle superfici, posate in un crescendo cromatico che ricrea una palette materica verticale,** in cui spicca con i suoi toni profondi **Negresco**: la nuova superficie 360x120 cm in 12 mm di spessore, presentata in anteprima in

questa occasione.

<u>23 settembre</u> – *R*ecode – Showroom Fiandre & Porcelaingres, Castellarano

One matter

La piazza circolare su cui si affacciano gli showroom del FAB (Fiandre e Porcelaingres) accoglie come in un abbraccio l'identità di Iris Ceramica Group: una storia fatta di molteplici voci riunite in una sola materia. Un Gruppo composto da voci, sensibilità e interpretazioni differenti, unite da una visione comune fondata sulla ricerca della bellezza, sulla valorizzazione della funzionalità e su uno spirito fortemente innovativo.
L'animazione della serata si intona al colore del fiore iris ed è pensata per favorire l'interazione con experience immersive. Particolarmente coinvolgente è la scoperta sensoriale della **fragranza di Iris Ceramica Group, unica e irripetibile, studiata in collaborazione con Campomarzio70,** che interpreta e amplifica l'identità olfattiva del Gruppo.
All'interno, lo showroom di Fiandre si concentra sulle superfici ceramiche in 6mm per l'architettura e i grandi progetti presentando **Dover White**, ispirato al marmo naturale dall'estetica fine ed elegante, **particolarmente innovativo per l'estetica e la tecnologia material-based**.
Ambientazioni living sofisticate si accostano alla nuova area Moodboard ispirazionale, nella quale i materiali dialogano tra loro creando una palette di cromie, venature, colori pieni e marmi pregiati.

<u>24 settembre</u> – *R*econnect – Showroom Ariostea, Castellarano

Dinner Experience

Le Design Nights si concludono con un dinner esclusivo, in un'atmosfera intima e quasi privata, incorniciata dalla preziosa area showroom del brand Ariostea. La cena, a cura dello **Chef. Riccardo Muscillo** del *Ristorante "Il Cigno"*, rappresenta il momento conclusivo del viaggio esperienziale in quattro giornate ed è pensato raccontare e raccontarsi, per creare nuove opportunità, consolidare partnership e intrecciare relazioni, rendendo ancora più vivo lo spazio espositivo.
Anche lo showroom di Ariostea presenta la nuova modalità espositiva a Moodboard in cui gli ambienti vengono disegnati attraverso un mix efficace di superfici iconiche e più evocative.
Accanto ci sono le novità: il **Fior di Viola** in 6 mm e il nuovo formato della superficie **Portland**, pensati per il mondo della progettazione e dell'interior design. Portland in particolare presenta anche una **inedita finitura che definisce la superficie rendendola tridimensionale e particolarmente tattile:** il decoro **Weave** si ispira alla trama del rattan, fatta di fili e intrecci geometrici e sorprende per la sua delicata versatilità.

Le Design Nights di Iris Ceramica Group accompagnano il visitatore in un intenso viaggio alla scoperta del mondo distintivo del Gruppo. Gli showroom sono spazi aperti che accolgono e invitano a fermarsi e a raccontarsi, a interagire e scoprire, a fare esperienza della materia: insomma, a sentirsi come a casa.

Press Office Iris Ceramica Group
Maria Grazia Pacchioni mpacchioni@icgmail.com

About IRIS CERAMICA GROUP ***FRAGRANCE*, l'IDENTITÀ OLFATTIVA del Gruppo**

Alla dimensione visiva e tattile della ceramica si aggiunge oggi una nuova esperienza sensoriale: un'identità olfattiva capace di rafforzare il dialogo tra materia, spazio ed emozione.

Per Iris Ceramica Group, la ricerca di nuove forme espressive è parte integrante del proprio percorso di innovazione. Da sempre impegnato a ridefinire il ruolo della ceramica nell'architettura e nel design contemporaneo, il Gruppo ha scelto di esplorare una nuova dimensione sensoriale, aggiungendo al proprio linguaggio di marca un'identità olfattiva distintiva. Se la vista infatti cattura l'attenzione, l'olfatto ha il potere di evocare emozioni, attivare ricordi e costruire associazioni che persistono nel tempo. Nasce così, in collaborazione con **Campomarzio 70**, punto di riferimento italiano nell'arte della profumeria, la nuova **Iris Ceramica Group Fragrance**: non semplicemente un profumo, ma **un'estensione immateriale dell'identità del Gruppo, pensata per accompagnare gli spazi e rafforzare il legame emotivo con chi li vive.**

A prima vista, superfici ceramiche e fragranze possono sembrare appartenere a mondi differenti. In realtà condividono una funzione comune: contribuire alla percezione degli ambienti e influenzare il modo in cui le persone li vivono. Materiali, colori, texture e luce agiscono sulla sfera emotiva tanto quanto profumi e suggestioni olfattive. Entrambi partecipano alla costruzione di un'esperienza, trasformando uno spazio in qualcosa di memorabile. **Fiore d'arancio, neroli, iris e mandorla** sono le principali essenze che compongono la fragranza ispirandosi ai materiali del Gruppo. Il fiore d'arancio e il neroli evocano il Mediterraneo, la tradizione e il patrimonio culturale italiano, a rappresentare l'heritage che il Gruppo traduce in materiali in pasta rossa.

L'iris racconta un valore identitario distintivo: la Ceramica 4D, tecnologia che permette al design di attraversare la lastra, dalla superficie al corpo della materia. La mandorla infine introduce un elemento sensoriale più intenso che si ispira alle superfici Full Body[3,] autentiche e irripetibili grazie alla presenza di granuli e scaglie di materia.

Con la creazione della propria identità olfattiva, Iris Ceramica Group aggiunge una nuova dimensione al proprio linguaggio di marca. Se la ceramica continua a rappresentarne la manifestazione fisica, la fragranza ne diventa l'espressione immateriale: un elemento capace di accompagnare gli spazi, evocare emozioni e costruire una relazione che va oltre ciò che si può vedere o toccare.

In un'epoca in cui il design è sempre più orientato alla creazione di esperienze multisensoriali, l'identità olfattiva rappresenta per Iris Ceramica Group un nuovo strumento di racconto. Un linguaggio invisibile che affianca la materia, ne amplifica il significato e contribuisce a lasciare un ricordo duraturo nella memoria di chi entra in contatto con il brand.

Press Office Iris Ceramica Group
Maria Grazia Pacchioni mpacchioni@icgmail.com