

CERASPAÑA

CERÁMICA / ARQUITECTURA / DISEÑO

TENDENCIAS EN SUPERFICIES CERÁMICAS 2025

TILE OF SPAIN EN CERSAIE'24

GRAN FORMATO Y ENCIMERAS CERÁMICAS

**RESPETO: EL INGREDIENTE SECRETO
DE LA CERÁMICA ESPAÑOLA**

53



Editorial

Belleza y conciencia

Nuestro entorno y sociedad nos importa, nos preocupa cada vez más qué hacemos con nuestros recursos y cómo afectan nuestras elecciones. En una era donde cada decisión cuenta, la cerámica española ensalza el respeto como el valor de una industria comprometida con el entorno, con el material, con los trabajadores y sus clientes.

De igual modo, esta realidad se refleja en las tendencias en superficies que se presentan para el 2025. Porque la conciencia llega a la estética y para que algo sea bello, además, debe ser respetuoso en todos sus ángulos.

En un mundo donde se redefinen constantemente las reglas del juego, la cerámica emerge no solo como una opción estética, sino como una solución resiliente y sostenible para diversos espacios y superficies, adaptándose a nuevos usos con formatos innovadores. Lo hemos visto en Cersaie y comprobamos cómo los formatos gigantes conquistan nuestros hogares, ya no sólo en suelos, si no que saltan a las encimeras. Se demuestra también en el nuevo monográfico de proyectos ‘Ceramic. The outer layer of architecture 03’ donde se ilustra cómo, con cerámica, se diseñan y construyen espacios y edificios bellos y respetuosos, que perduran y protegen nuestro entorno.

En la encrucijada entre estética, funcionalidad y sostenibilidad, la cerámica española se enfrenta al desafío de adaptarse a nuevas realidades y se posiciona como una elección inteligente y consciente demostrando que es posible armonizar belleza y conciencia ■

Ceraspaña en versión digital: <http://library.tileofspain.com>



SERVICIO AL LECTOR

Puede suscribirse a la revista y la newsletter mensual de Tile of Spain desde <https://library.tileofspain.com/subscription>

Si desea recibir más información sobre las empresas que aparecen en Ceraspaña, contacte con ASCER: ceraspana@ascer.es o visite la web www.tileofspain.com

NÚMERO 53 • 2024

DIRECCIÓN Y REDACCIÓN ASCER
Asociación Española de Fabricantes
de Azulejos y Pavimentos Cerámicos
Rda. Circunvalación, 186 · 12003 Castellón
Tel. +34 964 727 200
global@ascer.es · www.tileofspain.com
Ceraspaña es una publicación de ASCER, de distribución gratuita.

EDITA
ASCER

DISEÑO Y MAQUETACIÓN
Grupo On Market



Sumario

02 EDITORIAL: BELLEZA Y CONCIENCIA

03 TENDENCIAS EN SUPERFICIES
CERÁMICAS PARA 2025



ONIX. Serie Penny Terra - Colección Deco.

08 CAMPAÑA “EL INGREDIENTE SECRETO”

12 GRANDES FORMATOS CERÁMICOS,
NUEVOS USOS CERÁMICOS



ROCA TILES. Pavimento: Colección Serena Crosscut /
Revestimiento: Colección Serena Brixstone.

16 CERAMIC VOL. III

18 CERSAIE

19 SHOWROOM

26 NOVEDADES DE TILE OF SPAIN

28 RESPETO: EL INGREDIENTE SECRETO
DE LA CERÁMICA ESPAÑOLA

FOTO PORTADA: ‘VIVIENDA EN ALTEA’ DEL
ARQUITECTO XAVIER PASTOR.
MUSEUM SURFACES (CALACATTA EXTRA
WHITE 100X100CM)

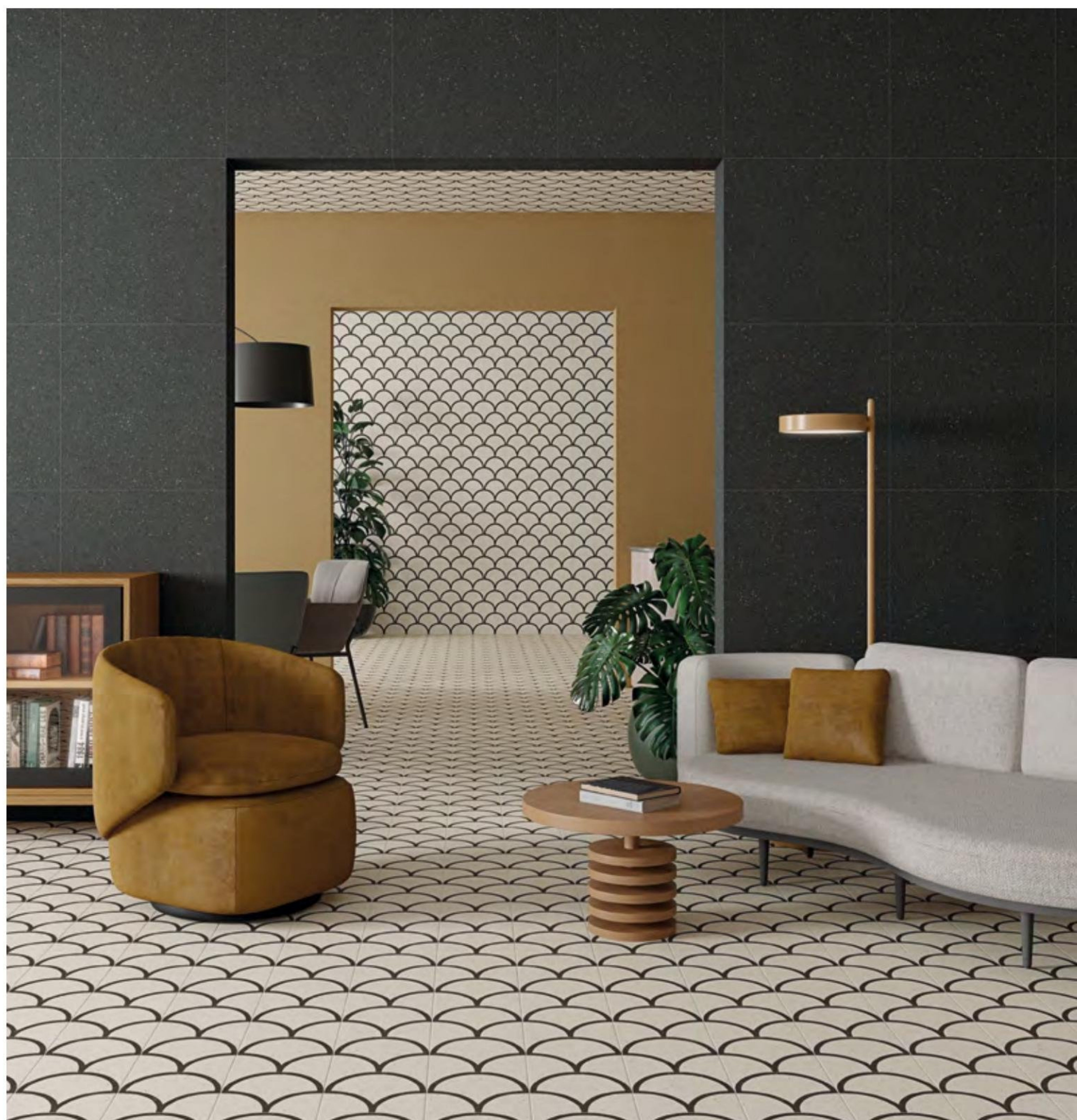
DESCUBRE LAS TENDENCIAS EN SUPERFICIES CERÁMICAS PARA 2025

La cerámica es uno de los materiales para el hábitat que más puede marcar el estilo de un espacio. Dada la gran versatilidad en su uso, y su facilidad para reproducir todo tipo de acabados, colores, formatos y tamaños, las baldosas cerámicas son un gran aliado en el diseño contemporáneo.

Según se desprende del último informe de tendencias de superficies cerámicas que elabora anualmente el Observatorio de Tendencias Cerámicas (OTH) del ITC, uno de los ejes principales de las nuevas tendencias es la motivación y preocupación social por la protección del medio ambiente. Las tendencias que vienen en superficies para la cerámica reflejan un anhelo profundo por soluciones que integren el conocimiento de la naturaleza. Destacando la importancia del descanso y el rejuvenecimiento a través del desarrollo de productos inclusivos que atraen a todas las generaciones y a la diversidad de capacidades, con texturas terrosas y elementales, símbolos antiguos y talismanes futuristas.

También gana peso la denominada “simplicidad inteligente”, que apoya procesos interactivos y actualizaciones incrementales con el objetivo de reducir los residuos, optimizar la eficiencia y prolongar la vida útil de los productos.

De esta manera, se plantean cuatro líneas decorativas y gráficas de las superficies cerámicas para 2025, elaboradas por el [Observatorio de Tendencias del Hábitat](#).



VIVES AZULEJOS Y GRES. Colección Micra.

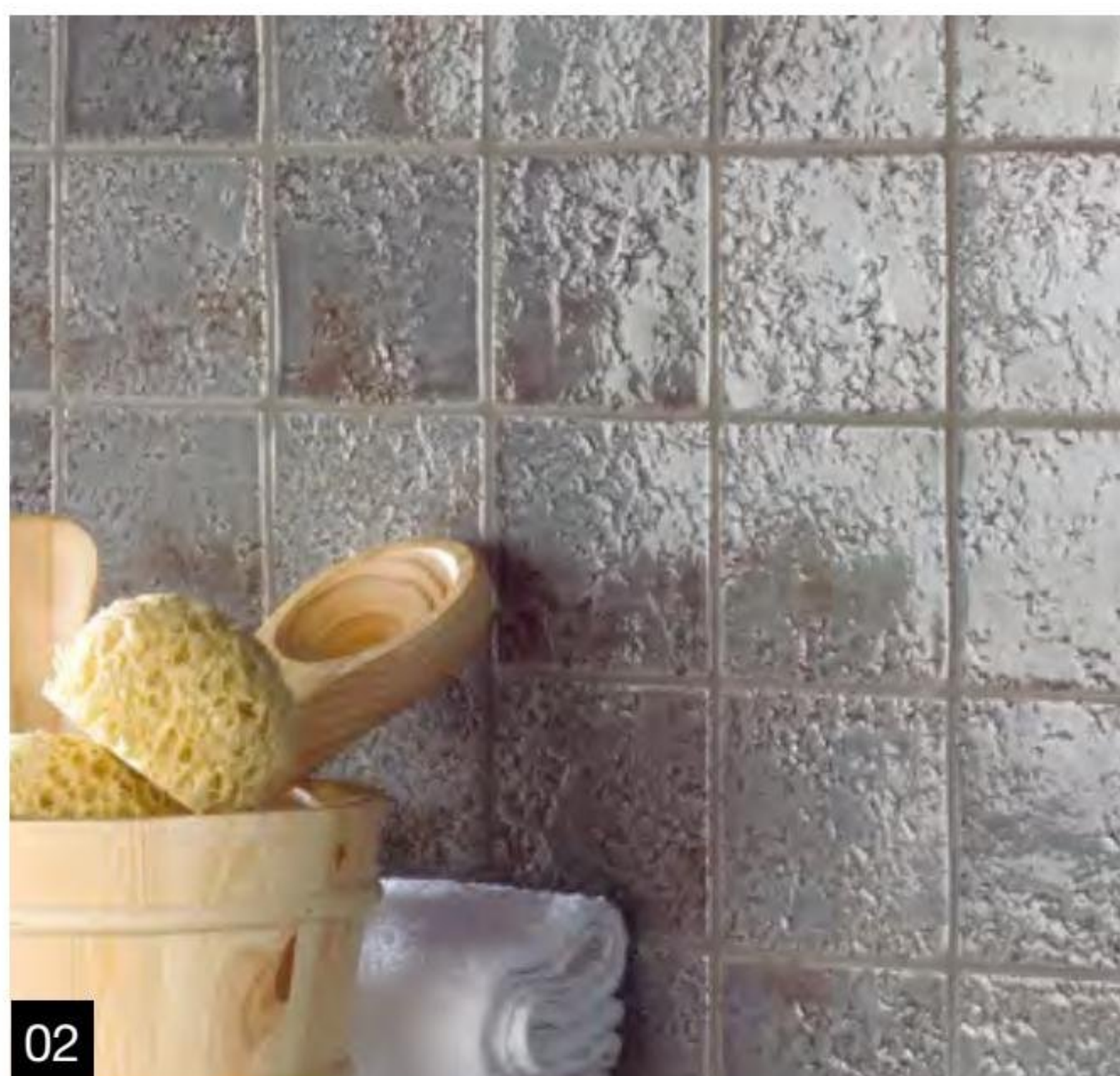


01

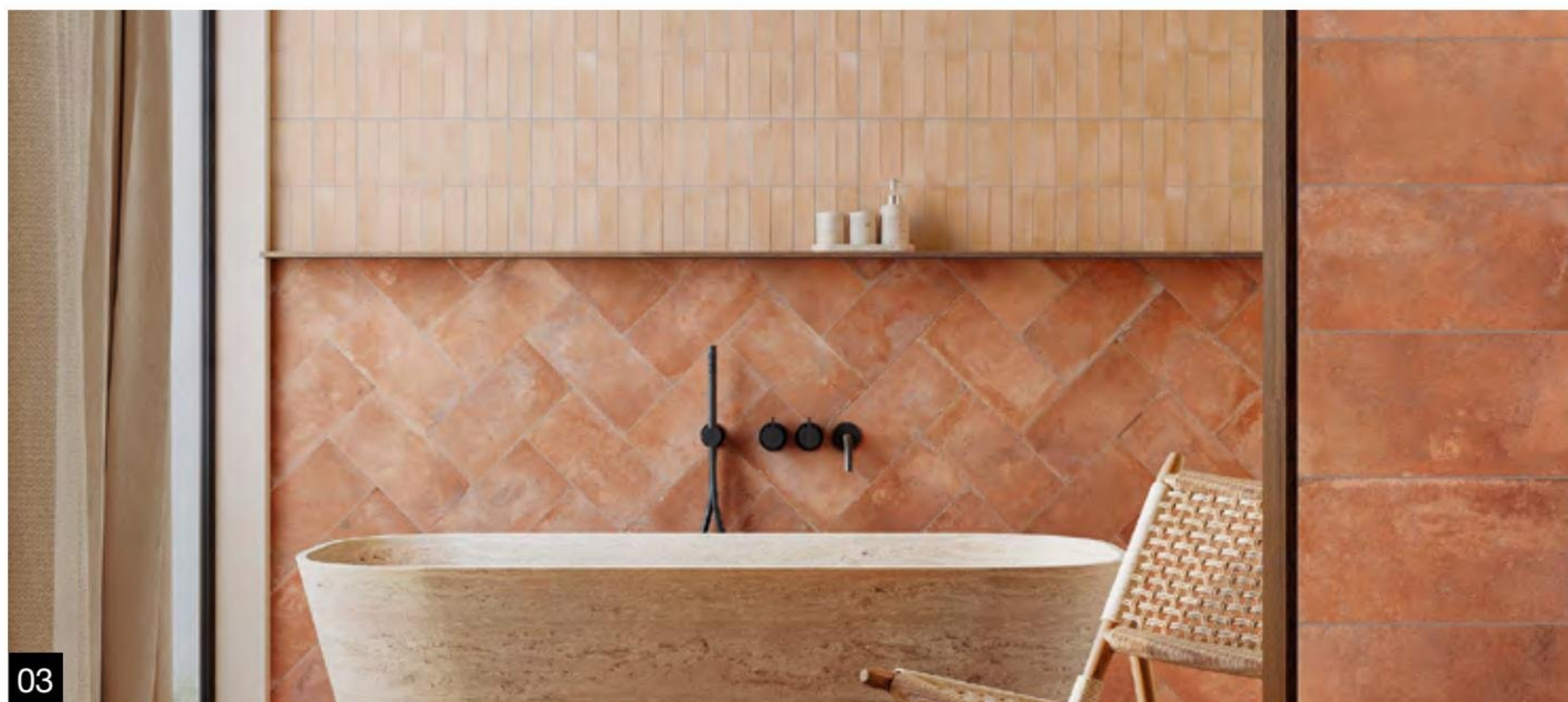
1

GEO-PRIMALISM

Esta tendencia apuesta por un regreso a los orígenes, inspirándose en la geología y épocas primitivas frente a la crisis climática. La estética ancestral se expresa a través de piezas inspiradas en materiales naturales y texturizados, con gráficas orgánicas y tonos terrosos que evocan una conexión profunda con la naturaleza, creando ambientes armónicos y serenos.



02



03



04



05

- 01.- ETILE. Colección Stellar.
- 02.- NATUCER. Serie Cuore - Colección Mediterránea.
- 03.- GAYAFORES. Serie Saona - Colección Cotto Essence.
- 04.- AZTECA CERÁMICA. Serie Argille Hex60 - Colección Argille.
- 05.- ONIX. Serie Penny Terra - Colección Deco.



06

2

ORGANIC – ESSENCE

Con esta tendencia se redefine el minimalismo, fusionando naturaleza y confort moderno. Piezas inspiradas en maderas cálidas, piedra natural y gráficas sencillas equilibran lo primitivo con lo sofisticado. Colores tierra y verde suave, junto a blancos y grises rojizos, generan atmósferas serenas y elegantes en diseños funcionales.



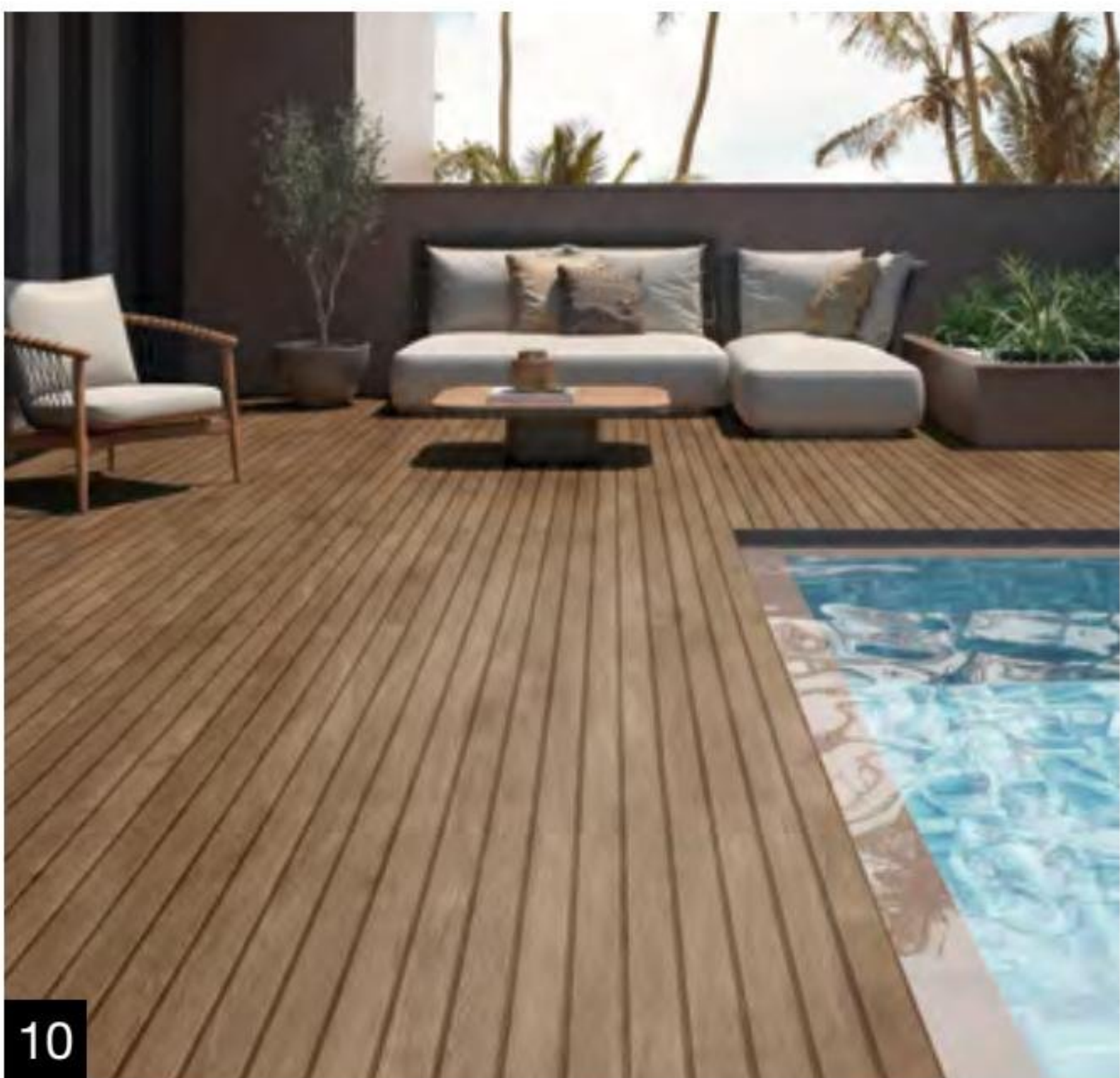
07



08



09



10

- 06.- REALONDA. Colección Fluted.
- 07.- UNDEFASA. Colección Legacy.
- 08.- KERABEN. Colección Masaya.
- 09.- AB (Azulejos Benadresa). Colección Dorstone.
- 10.- BESTILE. Serie Midway.



11

3

ULTRA DINAMIC

En esta tendencia se mezclan los estilos retro y el diseño digital. Los colores intensos y formas artesanales se combinan con acabados cerámicos inspirados en materiales tecnológicos y efectos visuales innovadores, creando espacios dinámicos. Las paletas retro y digital emplean tonos primarios, morados y fucsias para lograr una estética vibrante y moderna.



12



13



14



15

- 11.- L'ANTIC COLONIAL. Colección Geo, modelos Geo Beige y Geo Deco Beige.
- 12.- DECOCER. Colección Mikado Wall.
- 13.- CEVICA. Colección Harmony.
- 14.- EL BARCO. Serie Pop.
- 15.- HARMONY. Colección Kerala by Teresa Sapey + Partners.



16

4

EXTRA - ORDINARY

Esta tendencia se enfoca en acabados sutiles e inspiración en materiales sostenibles, con metales menos brillantes que aportan elegancia. La sofisticación viene de la combinación de transparencias, acabados cromados y tonos oscuros como negro y ceniza, creando ambientes contemporáneos y acogedores.



17



18



19



20

- 16.- GRESPLANIA. Serie Santorini.
- 17.- BALDOCER. Colección Mineral.
- 18.- PORCELANOSA. Serie XLIGHT Colección Liem Grey.
- 19.- IBERO. Serie Stellar - Colección Patagonia Concept White Digital Soft.
- 20.- ARCANA CERÁMICA. Colección Spuma.

RESPECTO: EL INGREDIENTE SECRETO

“Lo esencial es invisible a los ojos”

– Antoine de Saint-Exupéry

A primera vista, puede parecer que no hay grandes diferencias entre una baldosa fabricada en la Unión Europea y otra fabricada fuera. Puede que tengan el mismo color y las mismas dimensiones, pero sin duda la cerámica española tiene algo que la hace especial y que está “oculto”... y que te invitamos a descubrir a continuación.





RESPECTO POR LAS PERSONAS

La cerámica está compuesta de tierra, agua, aire y fuego, en España, en Turquía, en China y en Brasil. Pero las baldosas y azulejos “made in EU” incorporan un componente oculto, un elemento que es la base de la cultura y la filosofía europea: el respeto.

Todas y cada una de las piezas cerámicas europeas y españolas están hechas con respeto por las personas, respeto por el medio ambiente, respeto por las ideas y respeto por el cliente. Y este respeto está presente antes, durante y después de la fabricación de cada baldosa, a través de diferentes estándares, normativas y prácticas, que garantizan una integridad no sólo física y técnica, sino también ética, de los productos.

RESPECTO POR LAS PERSONAS

La industria europea fabricante de baldosas cerámicas proporciona más de 48.000 puestos de trabajo directos, en España 15.000, y se estima que por cada puesto de trabajo directo se generan entre 3 y 4 puestos de trabajo indirectos e inducidos. Esta industria opera bajo estrictas normativas laborales, que garantizan condiciones justas de trabajo, salud y seguridad, y promueven la igualdad de género y la no discriminación.

Las prácticas en materia de prevención de riesgos laborales y seguridad en el trabajo son muy exigentes, con un extenso uso de elementos de protección. También la tecnificación y automatización de las tareas reducen el esfuerzo físico en el día a día.

RESPECTO POR EL MEDIO AMBIENTE

Los fabricantes europeos cumplen con estrictos estándares de calidad y sostenibilidad, implementando las últimas tecnologías disponibles para mejorar la eficiencia energética y reducir el impacto en el medio ambiente.

Algunas de las medidas que demuestran el respeto por el medio ambiente y la gestión eficiente de recursos son la obtención de certificaciones y etiquetas ecológicas voluntarias, la reutilización del 100% de los residuos y las aguas residuales de ciclo cerrado, o el uso de sistemas de cogeneración para el ahorro de energía en la producción. En España, desde la década de los 80 las emisiones de CO2 se han reducido un 61% gracias a la aplicación continua de mejoras.

Los fabricantes de Tile of Spain cumplen con estrictos estándares de calidad y sostenibilidad y están comprometidos con la gestión eficiente de recursos y la reutilización de materias en todo el proceso de producción.



RESPECTO POR EL MEDIO AMBIENTE



RESPECTO POR LAS IDEAS

RESPECTO POR LAS IDEAS

Las empresas de Tile of Spain son líderes mundiales en desarrollo tecnológico, diseño y calidad gracias a una fuerte inversión en investigación, desarrollo e innovación (I+D+i). La capacidad de anticipación, versatilidad y adaptabilidad de esta industria le permite destacar y posicionarse globalmente con un 75% de su producción destinada a exportación.



Los principales desarrollos tecnológicos y diseños tienen su origen en Europa. Un ejemplo es la tecnología de impresión digital cerámica, surgida en España, que cambió el paradigma del proceso de fabricación y generación de diseños cerámicos.

RESPECTO POR EL CLIENTE

Las empresas miembro de ASCER valoran profundamente la relación con sus clientes, tratándolos más como socios que como simples compradores y estableciendo relaciones a largo plazo. Este compromiso con la satisfacción del cliente se plasma en la inversión en herramientas de promoción para mejorar la visibilidad de los productos en los puntos de venta de sus clientes, así como en la organización de formaciones para la

red comercial de los distribuidores. El respeto por el cliente también está presente en el asesoramiento y acompañamiento que se hace a constructoras, estudios de arquitectura, etc. para asegurar que el uso es el adecuado para las especificaciones técnicas de los productos.

Así como se puede elaborar un mismo plato de varias formas, pero hay detalles que nos hacen reconocerlos como auténticos, del mismo modo el respeto de la cerámica europea nos hace ver que no es una imitación sino una obra de calidad.

Para transmitir este mensaje, y visibilizar y poner en valor los atributos que distinguen las baldosas cerámicas europeas, la asociación española de fabricantes de azulejos y

La industria española opera bajo estrictas normativas laborales establecidas por la Unión Europea, que garantiza condiciones justas de trabajo, salud y seguridad, y promueve la igualdad de género y la no discriminación.



El cluster cerámico español crea sinergias de innovación con todos los agentes integrantes, proporcionando conocimiento y datos que les permiten estar siempre a la vanguardia de las últimas novedades tecnológicas y tendencias en diseño.



pavimentos cerámicos ASCER, ha lanzado la campaña de comunicación “El ingrediente secreto”, financiada por la Generalitat Valenciana, cuyos contenidos pueden ver en thesecretingredient.info.

Para esta campaña se ha elaborado un vídeo principal con un contenido emocional que

relata cómo la cerámica europea está presente en todos los momentos de nuestras vidas, acompañando a las personas desde la óptica del Ingrediente Secreto. Además de este se han desarrollado otros cuatro vídeos en formato entrevista mostrando “lo que hay detrás” de la cerámica europea por trabajadores del sector fabricante español, espe-



cialistas que nos dan a conocer más detalles sobre cada área específica de la producción de la cerámica europea, abriendo las puertas a su experiencia y su conocimiento, y como cada uno de ellos aporta el “ingrediente secreto”.

La campaña cuenta con la financiación de la Generalitat Valenciana, y está activa en Alemania, Francia, Italia, Reino Unido y España a través de plataformas digitales y con amplificación en soportes tradicionales ■





GRANDES FORMATOS CERÁMICOS NUEVOS USOS CERÁMICOS

La industria española fabricante de baldosas cerámicas apuesta cada vez más por incorporar en su catálogo de producto las láminas cerámicas de gran formato, entendiendo por gran formato aquellas piezas de más de 1m2 de superficie y que superan los

120 cm en alguno de sus lados. Según una reciente encuesta realizada por ASCER entre empresas del sector, la producción de lámina cerámica en España crece a un ritmo importante, duplicándose su cuota sobre el porcelánico producido de 2021 a 2023.

CERASPAÑA/53

Las grandes láminas cerámicas suponen un paso más de la cerámica en su versatilidad, otorgándole un sinfín de usos y aplicaciones superando los usos más estándar de pavimentos y revestimientos al uso, y ocupando un lugar destacado en su uso en encimeras y bancadas.

Descubrimos a continuación las características y ventajas que ofrecen las encimeras cerámicas, ya sea para su uso en cocinas o en baños:



LIVINGCERAMICS. Colección Eme.



ASCALE. Colección New Torano Statuario.



XTONE. Colección Breccia Imperiale.



COVERLAM TOP. Colección Zarci.



RESISTENCIA

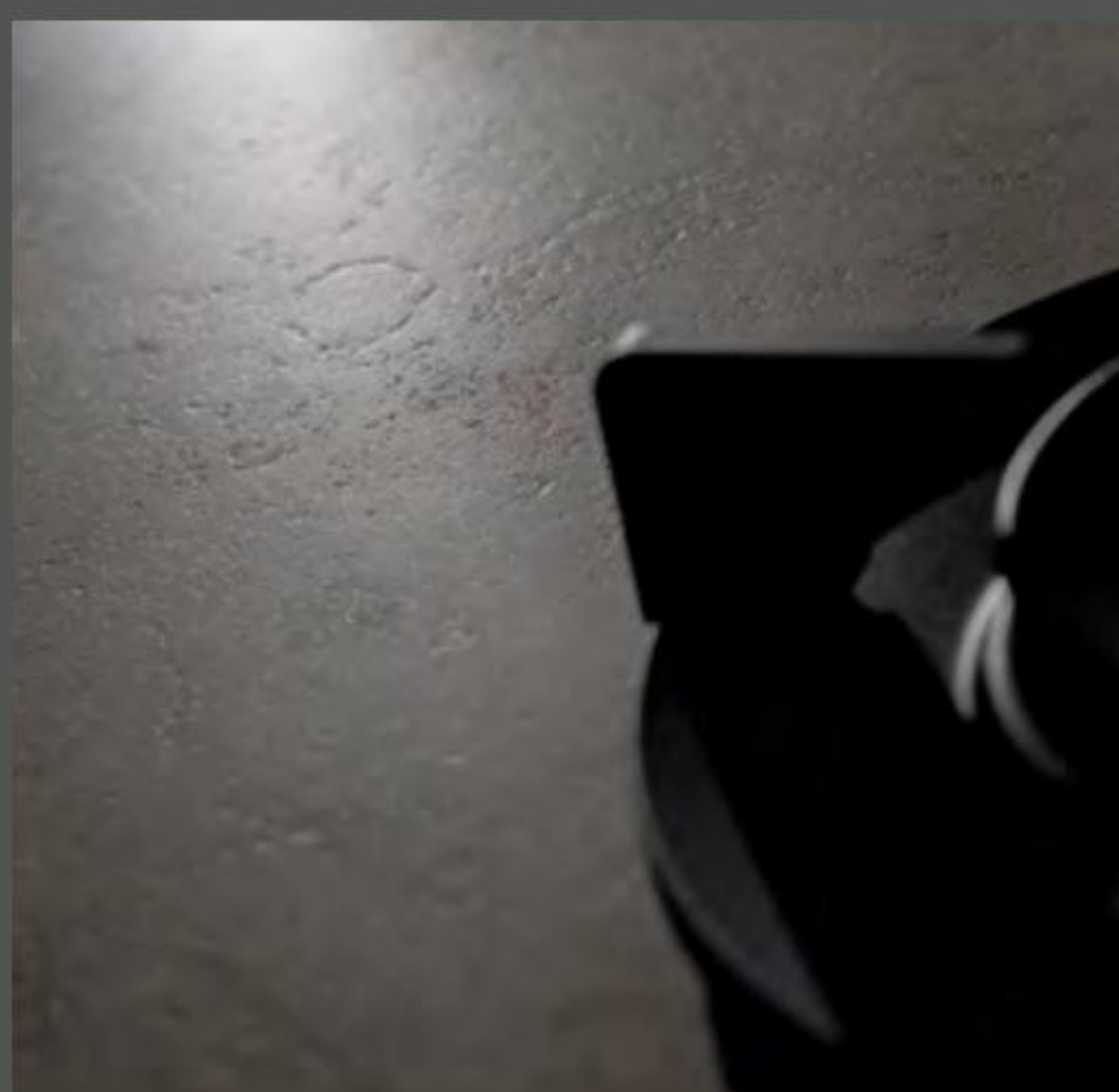
Las encimeras cerámicas son resistentes no se rayan ni sufren arañazos al colocar y retirar los utensilios de cocina, y no exigen un cuidado añadido para preservar su integridad como ocurre con otros materiales más delicados como el mármol o las piedras naturales. De hecho, son ideales para su uso en cocinas exteriores. Presentan también una alta resistencia al calor: a diferencia de otras superficies, que pueden verse dañadas, las láminas cerámicas no sufren alteraciones por el calor directo, de hecho, existen en el mercado sistemas que permiten cocinar directamente con sistemas de inducción sobre la cerámica facilitando las labores de limpieza.



TECHLAM®. Isla y frontal: Colección Colossal Cream. Pavimento: Colección Slate Ivory.



NEOLITH. Colección The New Classtone - Modelo Mont Blanc.



LITHOTECH. Colección Kendo.

La versatilidad de la cerámica permite integrar la encimera con el fregadero, el salpicadero, la isla de cocina, suelos y paredes logrando una estética envolvente.

IMPERMEABILIDAD

Una encimera porcelánica presenta una muy baja porosidad lo que incide en su resistencia a la suciedad, a los ácidos, aceites de los alimentos, etc. por lo que no absorbe manchas y nos asegura la higiene y desinfección de las superficies. Además, esta característica se mantiene incluso en las opciones texturizadas: podemos tener un acabado táctil, con relieves y texturas que combinen con el diseño de la pieza y el ambiente del espacio, sin sacrificar la impermeabilidad y resistencia a las manchas de la superficie.

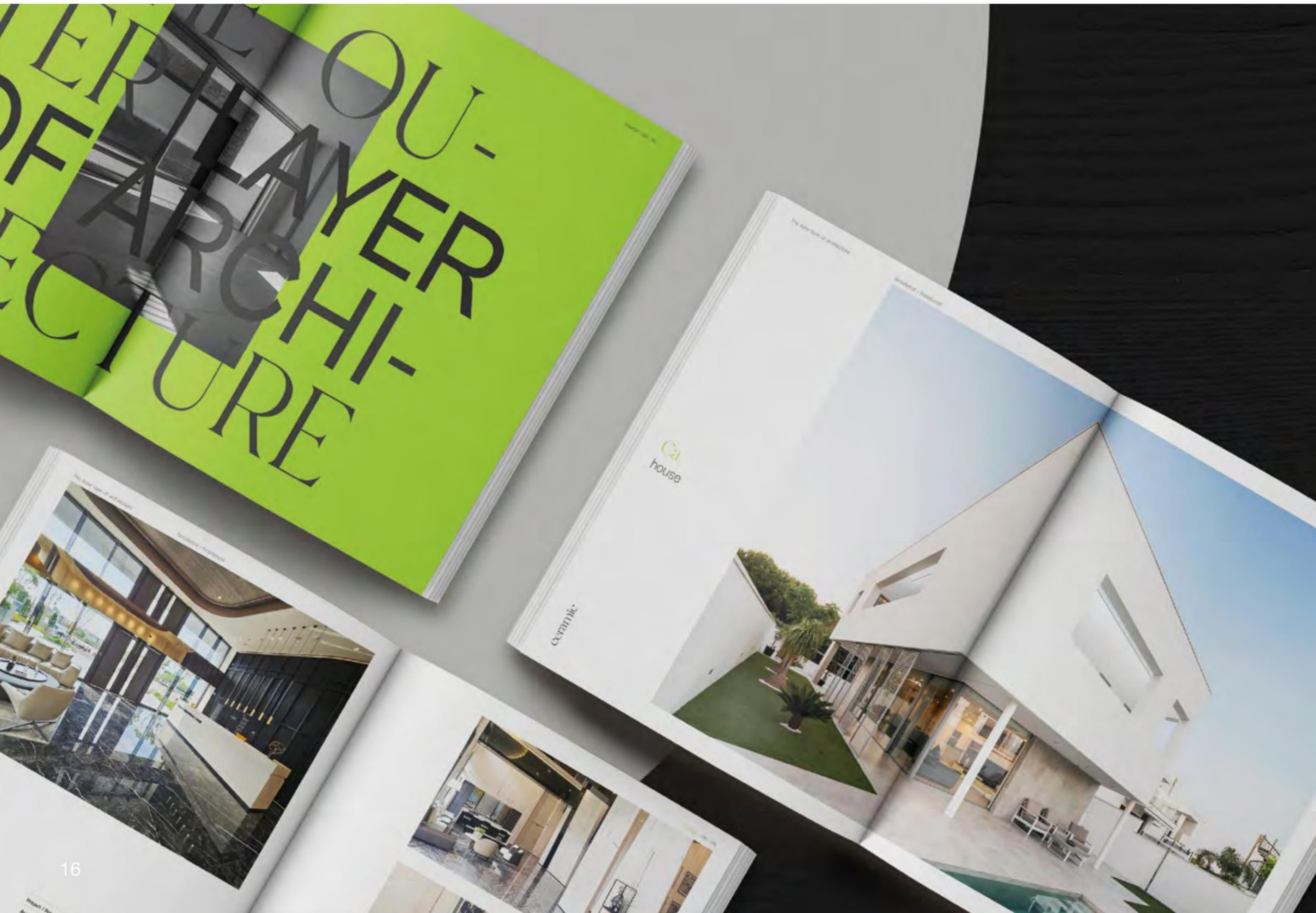
LIMPIEZA

Por sus cualidades impermeable y resistente, las encimeras cerámicas son muy sencillas de mantener y su limpieza es fácil, rápida y cómoda, sólo requieren de agua y jabón. En primer lugar, al no absorber la suciedad, evita la acumulación y proliferación de bacterias; y en segundo lugar, a diferencia de otras superficies, presenta una alta resistencia a detergentes y desinfectantes más agresivos, así que no perderá su lustre con el paso del tiempo. Y, puesto que presenta un ciclo de vida largo y exige un mantenimiento mínimo sin necesidad de utilizar agentes contaminantes para su limpieza, representa una opción sostenible a medio y largo plazo.

DISEÑO

La variedad estética de la cerámica permite diseñar sin límites en cuanto a gráficas, tonos y acabados para encontrar la combinación perfecta en cada cocina o baño. Desde piezas en tonos neutros y suaves para dar sensación de amplitud, a piezas llenas de color o imitando la apariencia de piedras o maderas para conseguir una cocina llamativa y original ■

‘CERAMIC. THE OUTER LAYER OF ARCHITECTURE’ VOL. III





La biblioteca de Tile of Spain acoge el tercer volumen de los monográficos “Ceramic” sobre proyectos de arquitectura e interiorismo con cerámica.

“Ceramic. The outer layer of Architecture” es una colección de libros, en español e inglés, que resaltan la importancia de la cerámica en la arquitectura y el interiorismo a través de una cuidadosa selección de proyectos significativos, tanto nacionales como internacionales, con uso destacado de cerámica de marcas de Tile of Spain.



de, la sostenibilidad, el uso de la cerámica en espacios urbanos y la tradición del sector en la región de la provincia de Castellón, se presentan un amplio abanico de ejemplos de las diferentes aplicaciones y usos de la cerámica de Tile of Spain en arquitectura e interiorismo.

La colección se enmarca en el estilo de libro “coffee table book” por su alto valor en diseño y cuidada edición, así como la calidad fotográfica de los proyectos.

El volumen III de ‘Ceramic. The outer layer of architecture’ cuenta con el apoyo de la Diputación de Castellón.

Los volúmenes I, II y III del monográfico, publicados en versión bilingüe en castellano e inglés, están accesibles desde la web de Tile of Spain www.tileofspain.com y la [librería digital](#). La tirada impresa de la publicación se distribuye entre los principales estudios de

arquitectura e interiorismo nacionales e internacionales y se entrega a prescriptores seleccionados en eventos como seminarios y conferencias.

El pasado noviembre se celebró la presentación oficial del volumen en una jornada en la sede de ASCER, en la que se celebró una mesa debate con la participación de cuatro estudios de arquitectura e interiorismo: inHAUS, enfocados en la construcción industrializada; Estudio Javier López, galardonado en los premios de regeneración urbana CRU; ERRE arquitectura, con un amplio portafolio de proyectos con cerámica; y Estudio Vitale,

estudio especializado en el diseño de interiores y contract. Algunas de las claves que señalaron los participantes por su apuesta por la cerámica fueron: su versatilidad, las garantías que ofrece en su uso con un rendimiento difícilmente igualable por otros materiales, la capacidad de adaptarse a todo tipo de usos y superficies y su amplia variedad de formatos y acabados ■

La publicación se ha convertido en una herramienta de valor para la difusión de la potencialidad de la cerámica made in Spain, sus novedades y aplicaciones en proyectos contemporáneos.

El tercer volumen de la publicación ‘Ceramic. The outer layer of architecture’ recoge más de 60 proyectos agrupados en 5 capítulos según diferentes tipologías de proyectos: residencial, contract, fachadas, exterior y reformas. Con especial énfasis en la construcción ver-



TILE OF SPAIN EN CERSAIE 2024

La 41ª edición del certamen ferial más internacional del sector tuvo lugar del 23 al 27 de septiembre en Bolonia (Italia).



Como cada año, la participación expositora de las empresas de Tile of Spain fue líder en la 41ª edición de la feria Cersaie. Esta feria recibe un perfil predominantemente internacional de visitantes, reuniendo este año a más de 95.000 profesionales provenientes de todos los continentes, lo cual la convierte en un destino atractivo para el sector español, que se caracteriza por su marcado carácter exportador y gran proyección internacional. Como novedad, ASCER-Tile of Spain contó con un stand informativo propio en la feria donde, además de contar con [material promocional](#) de la marca paraguas, se presentó internacionalmente la campaña de comunicación “el ingrediente secreto”, www.thesecretingredient.info, una campaña que destaca un valor único de la cerámica española: el respeto.

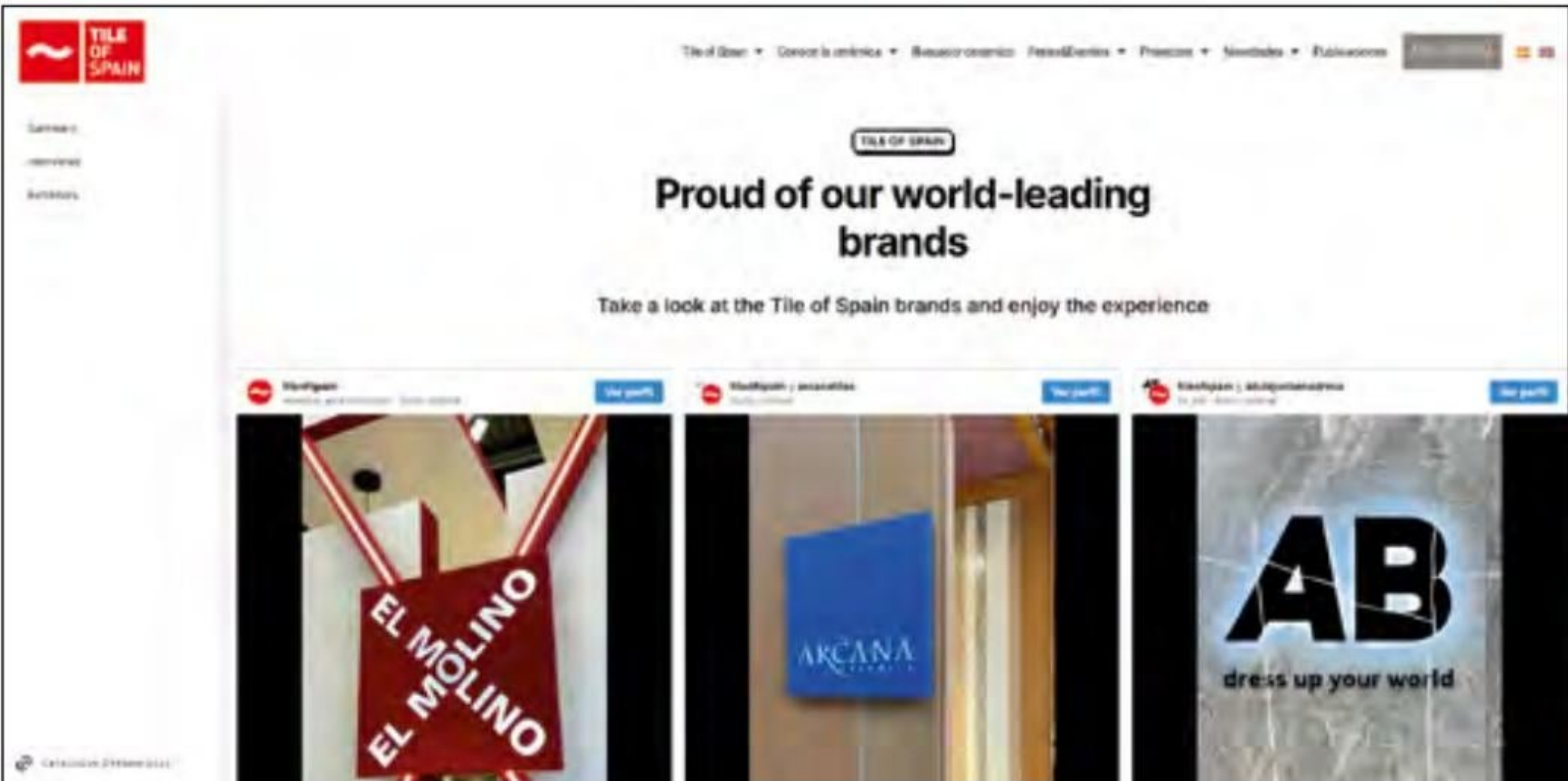
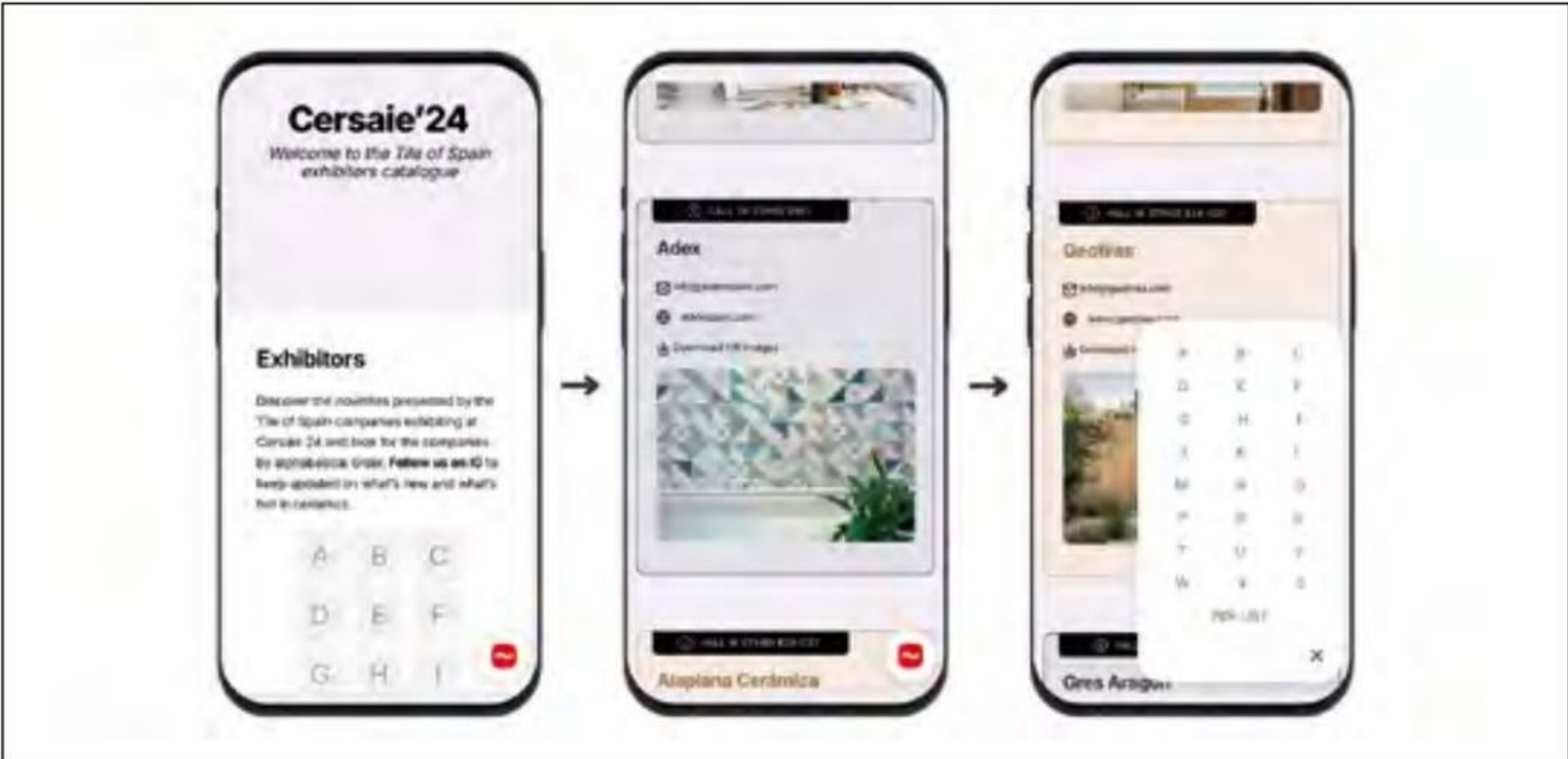
A fin de promocionar a las empresas participantes en el certamen, ASCER desarrolló con el apoyo de ICEX un [catálogo on-line de las empresas Tile of Spain expositoras en la feria](#), que permitía realizar búsquedas por pabellón y alfabéticamente de manera cómoda y sencilla desde dispositivos móviles. Este catálogo recoge los datos de contacto de cada expositor, así como imágenes con algunas de las novedades que presentan en la feria.

Las empresas de Tile of Spain también contaron durante el transcurso del evento con la promoción de su participación a través del perfil de Instagram de @tileofspain bajo los hashtags #DiscoverTileofSpainatCersaie y #TileofSpainatCersaie. Además, se realizó una campaña de publi-

cidad sobre la participación de las empresas en esta misma red social previa, durante y posterior al certamen.

Todo el material digital elaborado, entrevistas y vídeos, se recoge tanto en perfil de Instagram de Tile of Spain como en la [web promocional de Tile of Spain](#), en el apartado ‘resumen’ de la sección Cersaie ■

Descubre la participación de las empresas de Tile of Spain en Cersaie’24: <https://tileofspain.com/ferias-eventos/cersaie/>



<https://www.instagram.com/tileofspain/>

SHOWROOM // ÚLTIMAS TENDENCIAS



ADEX · SERIE LEVANTE · info@adexspain.com · www.adexspain.com



CRISTACER

SERIE SAWAN

COLECCIÓN IDYLLIC

cristacer@crystalceramicas.com

www.crystalceramicas.com



MIJARES

SERIE COUNTRY

ventas@azulejosmijares.com · www.azulejosmijares.com



ROCERSA

COLECCIÓN MINERAL

conekta@rocersa.es · www.rocersa.com



MUSEUM SURFACES
 COLECCIÓN PIEMONTE
info@museumsurfaces.com
www.museumsurfaces.com/es



CICOGRES
 SERIE CLARENS
contacto@grupohalcon.com · www.cicogres.es



CERÁMICA RIBESALBES
 SERIE CROMA
comercial@ceramicaribesalbes.com · www.ceramicaribesalbes.com

PORCELANITE DOS

SERIE MONTANA
COLECCIÓN 1869

porcelanite@porcelanite.es
www.porcelanite.es



EXAGRES

PAVIMENTO:
SERIE PROVENZA
REVESTIMIENTO:
SERIE BEDFORD

exagres@exagres.es
www.exagres.es





HALCÓN CERÁMICAS

COLECCIÓN MOOD

contacto@grupohalcon.com

www.halconceramicas.com



CERLAT

SERIE CAGLIARI

ventas@cerlat.com · www.azulejosmijares.com



AZULEV

COLECCIÓN PORTOBELLO

azulev@azulev.es · www.azulev.com

DUNE CERÁMICA
SERIE GREENLAND
dune@duneceramics.com
www.duneceramics.com



EMOTION CERAMICS
COLECCIÓN BORG
contacto@grupohalcon.com
www.emotionceramics.es





PORCELÁNICOS HDC

SERIE BERLÍN

hdc@porcelanicoshdc.es

www.porcelanicoshdc.com



METROPOL

COLECCIÓN TUNEZ

marketing@metropol-ceramica.com

www.metropol-ceramica.com

NOVEDADES DE TILE OF SPAIN

TILE OF SPAIN SE DA A CONOCER ENTRE ARQUITECTOS DE TORONTO Y MIAMI

Tile of Spain se promocionó de nuevo en el mercado norteamericano con dos seminarios-exposición dirigidos a la prescripción celebrados el 8 de noviembre en Toronto y el 14 de noviembre en Miami. El seminario de Canadá, organizado en colaboración con Azure Magazine, contó con [las ponencias de los arquitectos Aránzazu González Bernardo \(estudio Odami\), y Nicolas Koff \(estudio Office OU\)](#), y recibió a 70 asistentes de forma presencial y 50 que siguieron el evento en línea. Por su parte, el encuentro en Florida fue organizado en colaboración con la revista de arquitectura Metropolis Magazine y contó con una presentación a cargo del consultor de Tile of Spain USA, Ryan Fasan.



Los arquitectos, interioristas, distribuidores y periodistas especializados que acudieron a los seminarios pudieron conocer los productos de las empresas Tile of Spain en la sección de exposición de producto. Concretamente expusieron 11 empresas en Toronto (ADEX, Azteca Cerámica, Cevica, Decocer, Estudio Cerámico, Natu- cer, Peronda, Porcelanosa, STN Cerámica, TAU y Vives) y 15 en Mia- mi (ADEX, Azteca, Cevica, Decocer, Dune, EMAC, Estudio Cerámico, Gayafores, Grespania, Peronda, Porcelanite Dos, Porcelanosa, STN Cerámica, Undefasa, y Vives) que mostraron sus piezas y novedades a los asistentes.

Estas acciones se enmarcan en las campañas de promoción del azulejo español en Estados Unidos y Canadá, cofinanciada por ICEX España Exportación e Inversiones y ASCER ■

PRESCRIPTORES ALEMANES Y SUIZOS VISITAN EL SECTOR CERÁMICO ESPAÑOL



En septiembre, ASCER organizó por segundo año consecutivo una misión inversa de un grupo de profesionales alemanes de la colocación cerámica al sector cerámico de Castellón, dentro del Plan de Promo- ción para el mercado alemán, apoyado por ICEX y coordinado junto con la Oficina Comercial de Dusseldorf. El grupo de colocadores ale- manes, acompañados de un redactor de la revista digital especializada 1200Grad, visitaron durante tres días los showrooms y las plantas de producción de las empresas de Tile of Spain.

En noviembre se organizó, junto con la Cámara de Comercio de Caste- llón, una nueva misión inversa, esta vez para los arquitectos e interioris- tas del mercado alemán junto con profesionales de Suiza. El programa arrancó con la presentación de tendencias cerámicas de 2025 a cargo del OTH, para después poder descubrir la aplicación de estas tendencias y otras novedades en los showrooms de las empresas fabricantes de azu- lejos visitadas durante los 3 días que duró la actividad. Los arquitectos e interioristas alemanes y suizos tuvieron así oportunidad de conocer más a fondo la diversa tipología y fabricación de productos que compone el catálogo de las empresas de Tile of Spain, la versatilidad del producto cerámico español, así como los últimos avances en innovación y diseño ■



LA BIBLIOTECA PÚBLICA DE TILE OF SPAIN ESTRENA NUEVA IMAGEN



La sección de [publicaciones](#) de la página de [Tile of Spain](#) se ha renovado para ofrecer al usuario una experiencia más eficiente y directa a la hora de buscar la información. Con esta nueva organización se ha conseguido un aspecto y navegación más atractivos y se ha dividido el contenido en varias secciones: la revista Ceraspaña, los monográficos de proyectos ‘Ceramic: The outer layer of Architecture’, la colección de catálogos ‘Cerámica’, y la sección “otras publicaciones”, que recoge publicaciones como los lookbooks de diferentes mercados, los dossiers de los Premios Cerámica, los manuales técnicos y los ensayos de las cátedras cerámicas ■



PRESENCIA DE TILE OF SPAIN EN EL MERCADO FRANCÉS: MAISON&OBJET Y EQUIP HOTEL

El mercado francés es el segundo más importante para la cerámica española, y se realizan varias acciones promocionales enmarcadas en el Plan Sectorial elaborado entre ASCER e ICEX anualmente. Este año, una representación de 12 empresas de Tile of Spain participó en la feria Maison Objet en su edición de Septiembre: Alttoglass, Arcana, Azteca, Cevica, Cobsa, El Barco, Gayafores, Grespania, Saloni, Realonda, TAU y Vives. Entre el 16 y el 20 de Enero de 2025 se celebrará la próxima edición de la feria, en la que Tile of Spain participará de nuevo con un stand del mismo formato y en la que participarán 14 nuevas empresas.

Como parte de este plan de promoción, este año se participó por primera vez en la feria Equip Hotel de París, del 3 al 7 de noviembre, con un stand informativo con una amplia variedad de muestras de producto de empresas asociadas ■

#SOMOSCERÁMICADEESPAÑA #WEARETILEOFSPAIN

¿Sabías que hay más de 100 empresas que fabrican revestimientos y pavimentos cerámicos en España, y se distribuyen en 185 países? Hemos iniciado una campaña en nuestros perfiles de redes sociales para ir presentando todas las marcas que hay bajo el paraguas de Tile of Spain / Cerámica de España. Te animamos a seguir la campaña bajo el hashtag #weareTileofSpain #somosCerámicodeEspaña.



SÍGUENOS EN NUESTROS PERFILES DE RRSS
Si quieres estar al día acerca de las tendencias y diseños de la cerámica española puedes seguirnos en nuestros perfiles en Instagram en: @tileofspain, @tileofspainusa y @tileofspaindeutschland

También nos podrás encontrar en Facebook Tile of Spain ■



Suscripción a Ceraspaña y newsletter:
<https://www.ascer.es/protecciondatos/suscripcion/entrada>

WE PROVIDE THE SECRET INGREDIENT

WANT TO DISCOVER IT?



**COME IN
AND FIND OUT!**

