

MUSEO  STORICO



iris
Ceramica

YOUR ATMOSPHERE

iris[®]
Ceramica

MARCHIO

STORICO

Iris Ceramica è stata inserita nel Registro dei marchi storici di interesse nazionale, istituito dal Ministero dello Sviluppo Economico per tutelare le proprietà industriali e valorizzare le eccellenze del Made in Italy nel mondo.

Iris Ceramica has been included in the Register of Historic Trademarks of National Interest, set up by the Ministry of Economic Development to protect industrial property rights and promote Made in Italy excellence worldwide.

La storia delle aziende da cui nasce **Iris Ceramica Group** è una storia che affonda le sue radici a più di mezzo secolo fa quando nel 1961, tra Sassuolo e Fiorano, Romano Minozzi creò **Iris Ceramica**, la **Ceramica per antonomasia**. Una storia che racconta come un imprenditore che ha da sempre scelto di mantenere un profilo riservato, ha affrontato progetti di lunga durata guidando ogni giorno i talenti che operano nelle aziende del Gruppo.

Le aziende di Iris Ceramica Group hanno saputo conservare nel tempo lo **spirito del loro fondatore**, quella **attitudine al lavoro**, **inventiva ed ispirazione** che Romano Minozzi ha trasmesso anche nel dna della figlia Federica ora Amministratore Delegato. Volontà del fondatore è garantire lo sviluppo di ciascuna delle sue attività, nel rispetto delle loro specificità ed autonomia, mettendo a disposizione le risorse necessarie per progettare, produrre e lanciare sul mercato i loro prodotti e servizi. Ma soprattutto è fare un passo in più!

The history of the companies that belong to the **Iris Ceramica Group** began more than half a century ago, when Romano Minozzi founded **Iris Ceramica**, the **quintessential ceramics company**, between Sassuolo and Fiorano in 1961. The company's history demonstrates how an entrepreneur who has always preferred to keep a low profile has implemented long-lasting projects, guiding the talents that work in the companies in the Group every day.

Iris Ceramica Group companies have continued to preserve their **founder's spirit**, the **attitude to work**, **invention and inspiration** that Romano Minozzi handed down to his daughter, Federica, the company's current CEO. The founder's wish is to ensure that every one of the companies in the group is developed with respect for its own specific nature and autonomy, providing the resources needed to plan, produce and launch its products and services on the market. And, above all, to go one step further!



**IRIS
CERAMICA
GROUP**

MUSEO STORICO

iris[®]
Cerámica

associato a
associated with



MUSEIMPRESA

Google Arts & Culture



Il museo Storico Iris Ceramica Group è il racconto di un percorso iniziato nel 1961. È dedicato a tutte quelle persone che ne hanno fatto parte, portandone avanti idee e valori.

The Iris Ceramica Group Museum of History tells a story that begins in 1961. It is dedicated to everyone who has been a part of this story and helped to keep its ideas and values alive.





Il museo storico Iris Ceramica Group visitabile su google arts & culture

Visit the Iris Ceramica
Group historical museum
on google arts & culture

Il Museo Storico Iris Ceramica Group approda su **Google Arts & Culture**, la piattaforma che permette agli utenti di esplorare virtualmente oltre 2000 musei, archivi e organizzazioni da oltre 80 Paesi che, in collaborazione con il Google Cultural Institute, hanno deciso di condividere online le loro storie e collezioni tra arte e cultura.

Il percorso virtuale diventa un'esperienza interattiva e dinamica, personalizzabile in base ai propri interessi seguendo percorsi di esplorazione individuali: l'evoluzione dei trend estetici delle superfici ceramiche, la storia imprenditoriale e i valori di innovazione e sostenibilità che da sempre ispirano e guidano il Gruppo.

The Iris Ceramica Group Historical Museum arrives on **Google Arts & Culture**, the platform that allows users to explore online over 2000 museums, archives and organisations from over 80 countries.

An interactive and dynamic experience that is at the users' fingertips: the evolution of ceramic design trends, the business history and the values of innovation and sustainability that have always inspired and guided the Group.



Il Museo è parte di **Museimpresa**, l'associazione italiana dei musei e degli archivi d'impresa, che promuove la conservazione e la valorizzazione di documenti, materiali iconografici, prodotti e macchinari, per lasciare una concreta testimonianza della storia del made in Italy e dei suoi protagonisti.

Museimpresa, riunisce oltre 100 musei e archivi di grandi, medie e piccole imprese italiane. Fondata a Milano nel 2001 per iniziativa di Assolombarda e Confindustria è una rete unica a livello europeo.

The Museum is part of **Museimpresa**, the Italian association of corporate museums and archives which promotes the preservation and safeguarding of documents, iconographic materials, products and machinery, to provide tangible evidence of the history of Made in Italy and its leading brands.

Museimpresa brings together over 100 museums and archives of large, medium and small Italian companies. Founded in Milan in 2001 thanks to an initiative of Assolombarda and Confindustria, it is a unique network at European level.



**Il Museo è parte
di Museimpresa**

The Museum is part
of Museimpresa

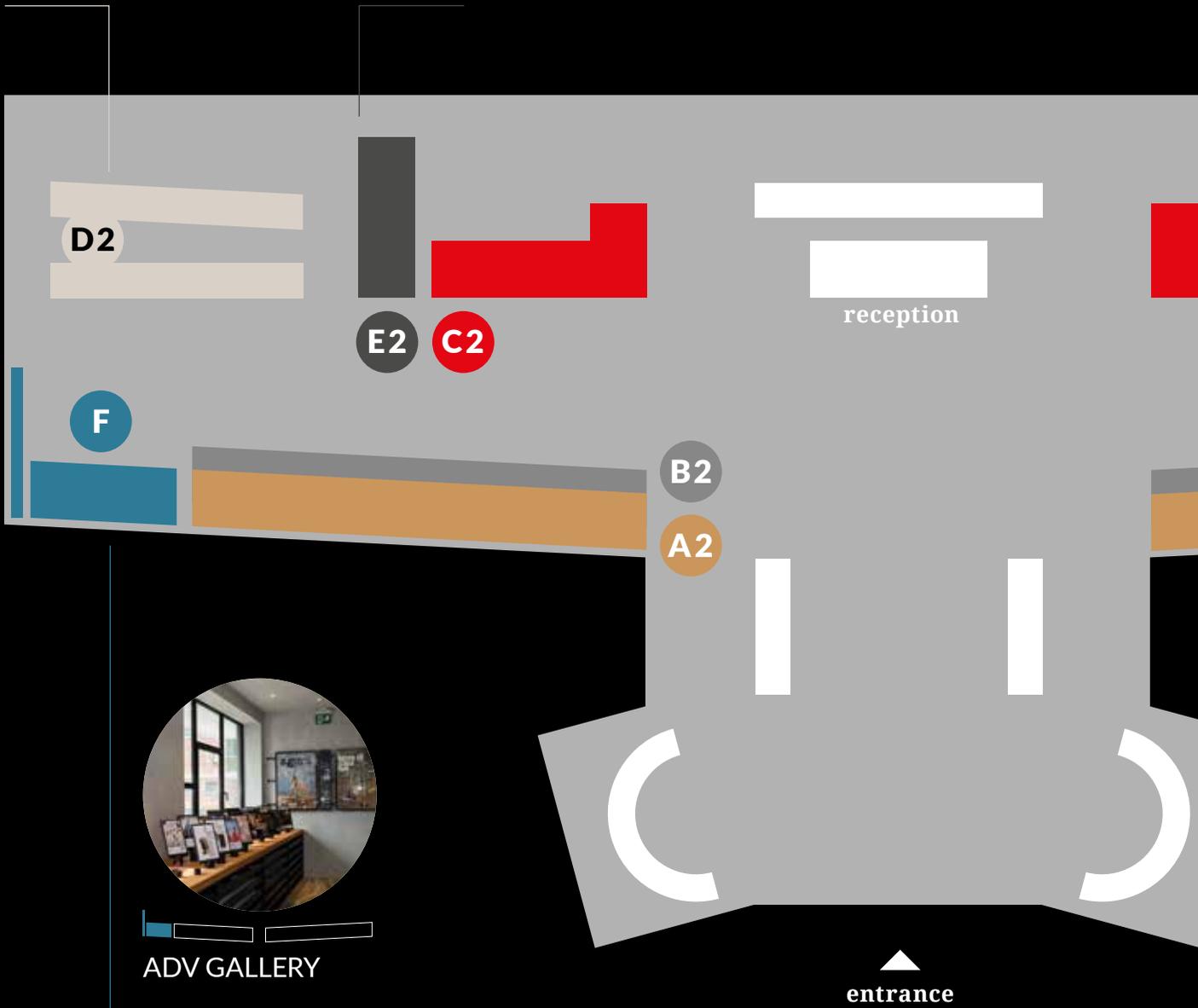





I VALORI /
VALUES



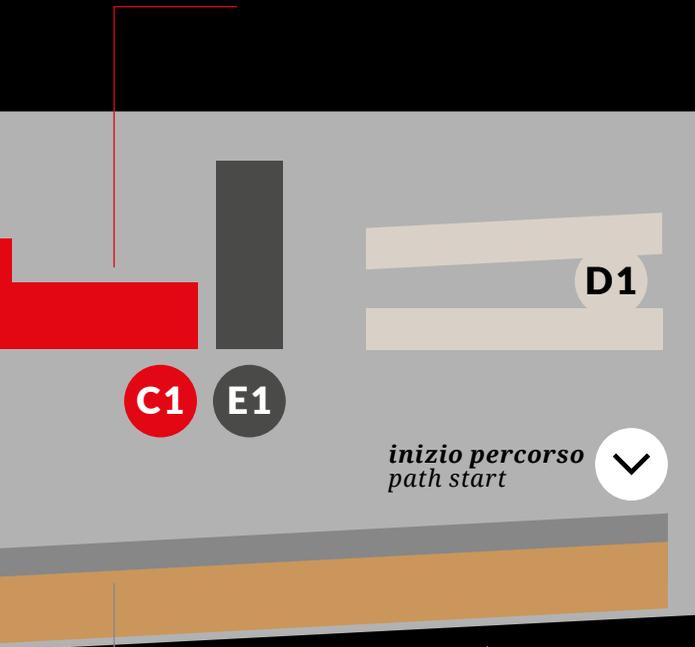

POLLUTION /
1972 / 2018




ADV GALLERY



LE COLLEZIONI ICONICHE /
ICONIC COLLECTIONS



ARCHIVIO STORICO
CERAMICO /
CERAMIC HISTORY
ARCHIVE



LA LINEA DEL TEMPO /
TIMELINE

percorso consigliato
recommended route



A1 - A2



LA LINEA DEL TEMPO /
TIMELINE



B1 - B2



ARCHIVIO STORICO CERAMICO /
CERAMIC HISTORY ARCHIVE



C1 - C2



LE COLLEZIONI ICONICHE /
ICONIC COLLECTIONS



D1 - D2



I VALORI /
VALUES



E1 - E2



POLLUTION
1972 / 2018



ADV GALLERY

LA LINEA DEL TEMPO / TIMELINE

ARCHIVIO STORICO
CERAMICO/ CERAMIC
HISTORY ARCHIVE



Federica Minozzi
CEO of Iris Ceramica Group

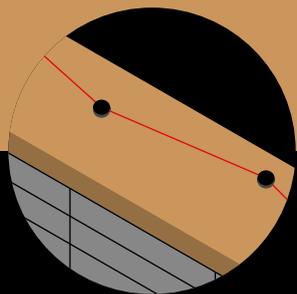


A A1 - A2



top e 1° cassetto
countertop and top drawer

LA LINEA DEL TEMPO / TIMELINE



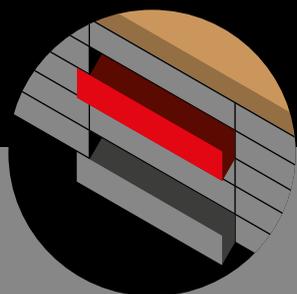
Decadi e "pietre miliari"

Decades and milestones



CASSETTI FOCUS /
FOCUS DRAWERS

cassetti rossi
red drawers



ARCHIVIO STORICO CERAMICO/ CERAMIC HISTORY ARCHIVE

B B1 - B2



cassettiere
chest of drawers

Collezione di prodotti Iris Ceramica,
dagli anni '60 al presente.

Collection of Iris Ceramica products
from the '60s to the present.

Il lungo **ripiano superiore** del mobile posizionato sotto le finestre ospita la **linea del tempo**.

Un **filo rosso** parte dal 1961 e attraversa i decenni, continuando fino al presente.

I **cilindri neri** sono le **"pietre miliari"** e indicano le date più significative, descritte dalle schede di spessore più alto.

Altre schede di minor spessore, assieme a prodotti, oggetti e documenti, completano il racconto.

Alla fine, c'è tanta **corda arrotolata** a rappresentare un lungo **futuro** ancora da scrivere.

Sotto la linea del tempo, la **prima fila di cassetti** contiene il **dettaglio cronologico di ogni decade, dagli anni '60 al presente**, con anche una selezione di documentazione e cataloghi del periodo.

The long **countertop** on the cabinet under the window displays a **timeline**.

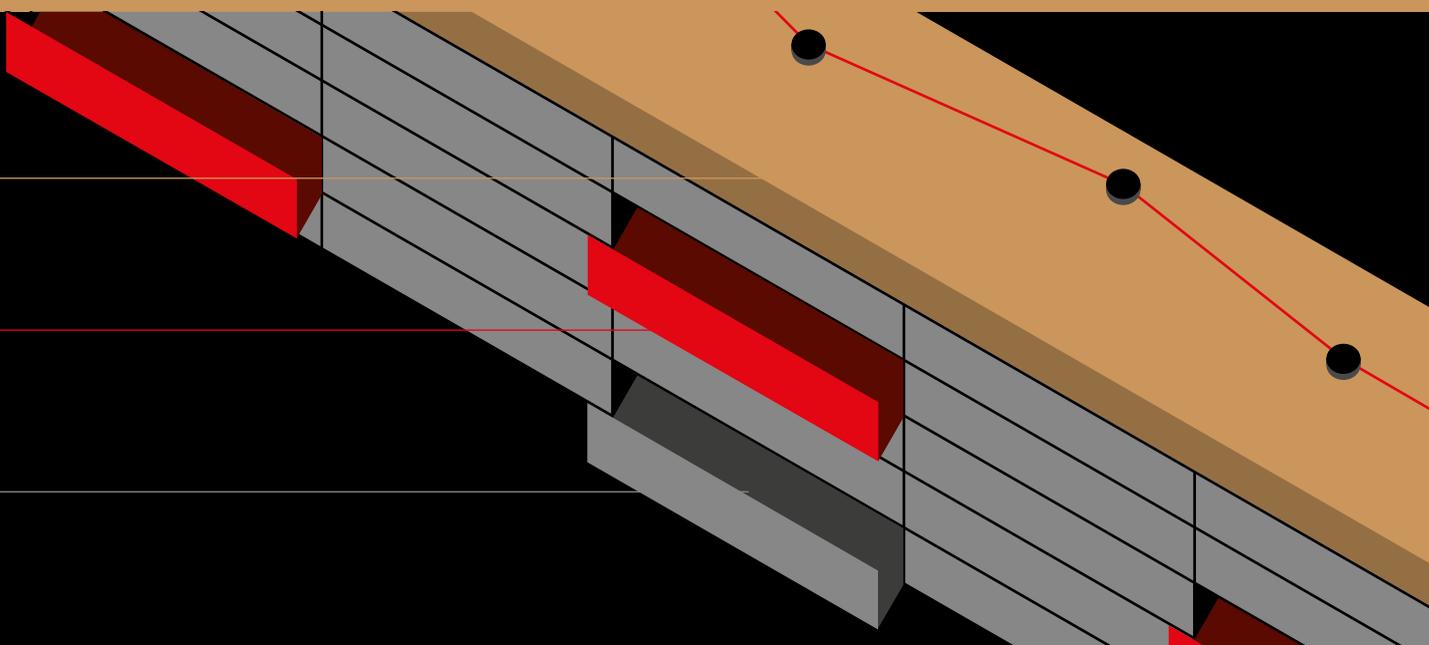
A **red line** starts in 1961 and carries on across the decades to the present day.

The **black cylinders** are **"milestones"** identifying dates of particular significance, described on the thicker information tablets.

Thinner information tablets, products, artefacts and documents complete the story.

At the end, a **rolled-up cord** represents a long **future**: a story that remains to be written.

Below the timeline, the **top row of drawers** contains a **detailed chronology of every decade from the '60s to the present**, with a selection of documents and catalogues of the day.



L'archivio delle ceramiche storiche è ospitato da **oltre 100 cassetti organizzati per decenni**, dagli anni '60 al presente.

Sul ripiano superiore, le **tabelle rosse riepilogano il contenuto** di ogni cassetto.

Ogni piastrella è una testimonianza della propria epoca e ne descrive i colori, il design e lo stile abitativo.

Ogni decennio ha un **"cassetto focus" di colore rosso** in cui le collezioni più rappresentative raccontano **lo stile e le tecnologie dell'epoca**.

Se cerchiamo negli anni '60-'70, alcuni pezzi ci sorprendono per la loro bellezza e attualità.

Dagli anni '60 ad oggi, dalle piastrelle di 15x15 cm in pasta rossa alle lastre di 320x160 cm: l'insieme dei materiali racconta anche l'**incredibile evoluzione della tecnologia e del design targati Iris Ceramica**.

Infine, scorrendo le piastrelle dell'archivio storico, ci preme ricordare ancora una volta che dentro ciascun pezzo c'è **una storia, fatta con il lavoro di tante persone**: designer, ricercatori, fuochisti, ma anche di chi li ha venduti, trasportati, posati, abitati.

An archive of historic ceramics is contained in **more than 100 drawers arranged by decade**, from the '60s to the present. On the countertop above the drawers, **the contents of each drawer are listed in red**.

Each tile testifies to an age, illustrating the colours, design and style of living.

There is a **red "focus drawer"** for each decade, containing collections particularly representative of **the style and technology of the age**.

Some of the tiles from the '60s and '70s are amazingly beautiful and contemporary in style, while others are quite

distant from our taste today. From the '60s to the present, from 15x15 cm red stoneware tiles to 320x160 cm slabs: all these materials represent the **incredible evolution of Iris Ceramica technology and design**.

And finally, as we look through the tiles in the historical archive, we like to remember that every single tile has a **story behind it, the story of the work of many different people**: designers, researchers, kiln operators, as well as the people who sold, carried, installed and used the tiles.

A1

1960s

19
61

Fondazione IRIS CERAMICA

Nel 1961 Romano Minozzi fonda la Iris Ceramica. Nel primo stabilimento che tutti chiamavano "la sassolese" localizzato tra Sassuolo e Fiorano. La produzione è solamente di piastrelle di piccolo formato in ceramica a pasta rossa che venivano smaltate con colori che hanno fatto storia come l'azzurro che diventò subito "azzurro Iris".



Founding of IRIS CERAMICA

Iris Ceramica was founded in 1961 by Romano Minozzi. In the very first factory which everybody called "the sassolese", situated between Sassuolo and Fiorano, it produced only small tiles in red stoneware but they were glazed with colours which were to go down in history, like the light blue "azzurro Iris".

19
65

Collezione SOFIA

Nella piastrella battezzata "Sofia" c'è già, in embrione, la filosofia industriale di Iris Ceramica.

When the tile named "Sofia" started to be created, it was already a seed of the philosophy behind Iris Ceramica.

19
69

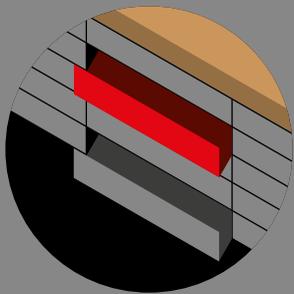
Collezione ROMA

La collezione Roma è rimasta un punto di riferimento per diversi anni grazie alle soluzioni innovative per disegno e gamma colori.

The Roma collection became a focal point for many years as a result of the innovative solutions used in both the design and the colours.



B1



60s

A

A1 CHRONOLOGICAL NARRATION

A2 Ghirlanda / Apogeo / Torcello / Fiore Oro / Spaziale etrusco / Maioliche / Quadricromia

A3 Futura / Naif / Rilievi

A4 Iris Maioliche Sassuolo / Settanta / Maiolica

A5 Logos / Ideogrammi / Anfora

B

B1 CHRONOLOGICAL NARRATION

B2 FOCUS  60s

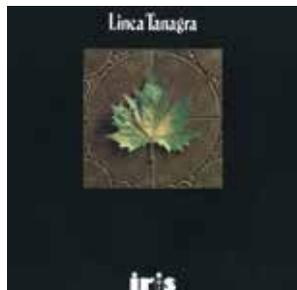
B3 Sfumato / Giaggiolo / Pennelato / Hippy / Grandecoro

B4 Onde / Plean Air / Alcazar / Grigliato

B5 Serie varie 10,8x21,6 / 10,8x21,6 various collections

1970s

19
71



Collezione TANAGRA

Con questa collezione Iris Ceramica testimonia un orientamento al segmento alto, alla casa di prestigio.

Piastrelle preziose esteticamente ma anche capaci di durare nel tempo.

This product was created to respond to the demands of the luxury market with a high quality product: an aesthetically prestigious, long-lasting tile.

19
72

Pollution

Iris Ceramica main sponsor della manifestazione artistica "Pollution": per una nuova estetica dell'inquinamento. L'evento ha visto il coinvolgimento dell'Azienda nella pavimentazione temporanea di Piazza Santo Stefano a Bologna.

Iris Ceramica was main sponsor of "Pollution", an artistic event raising awareness about pollution. In the event, Iris Ceramica provided temporary outdoor floor tiles in Piazza Santo Stefano in Bologna.



19
76

SIRI produzione di rivestimenti in pasta bianca

Inaugurazione dello stabilimento SIRI dove vengono prodotti i rivestimenti in pasta bianca.

SIRI production of white body wall tiles

Opening of the SIRI factory, where white body wall tiles are made.

19
78



Stabilimento "Edilcarani"

È il complesso produttivo ceramico più moderno di Iris Ceramica Group, ma anche del mondo.

"Edilcarani" plant

The Edilcarani plant was the most modern ceramic production plant in the Iris Ceramica Group at the time.



70s

A

A1 CHRONOLOGICAL NARRATION

A2 Terranea

A3 Firenze / Romanico Rustico / Il Vignola, Guarini

A4 Lithos / Arte Gotica / Egeo

A5 FOCUS  70s

B

B1 CHRONOLOGICAL NARRATION

B2 Graffito / Decoro

B3 Moresco / Padana

B4 Grandecoro / Cometa / Architettura

B5 Revival / Anemos / Pittori / Fantasia / Domus

C

C1 MARKETING TOOLS ARCHIVE

C2 Città di Faenza / Evoluzione

C3 Boemia / Grandi Maestri / Myrtoon / Laghi

C4 Valli / Platone / Ninfea Rosa / Bianco Cornice / Futura

C5 Delta Maestra / Laguna / Lotus / Vita / Pavimenti Iris

A1

1980s

19
84

Stabilimento Iris Ceramica Monocottura

Il gres monocottura Iris Ceramica si presenta con una qualità che non teme confronti. Non più solo "materiali per l'edilizia" ma superfici di valore che possono e devono dialogare con il mondo dell'architettura.

Iris Ceramica Single-fired porcelain plant.

The incomparable quality of the Iris Ceramica single-fired porcelain collection made it more than just a building material: a product that caught the attention of countless architects, interior designers and engineers.

iris Mono 1200°C Ingeliva

19
87

GRANITI FIANDRE®

Acquisizione CASTELLARANO FIANDRE

Il 1987 è l'anno della svolta: quando Iris Ceramica rileva la Castellarano Fiandre.

Nel 1989 debutta il marchio GranitiFiandre S.p.A.

Takeover of CASTELLARANO FIANDRE

1987 saw Iris Ceramica's decisive takeover of Castellarano Fiandre. GranitiFiandre S.p.A. was founded in 1989.

19
88

Un innovativo processo di riciclo degli scarti

"Iris Ceramica recupera smalti e fanghi di scarto, li lavora e ne riottiene un nuovo prodotto che recupera nei propri stabilimenti oltre 5 mila tonnellate di scarti che ogni anno non vengono buttati via o sotterrati".

(La Repubblica, novembre 1988)

An innovative waste recycling process

"Iris Ceramica retrieves waste glazes and sludges and processes them to obtain a new product, which it sends back to the factory. This means over five thousand tonnes of waste per year are saved from being thrown away or buried".

(La Repubblica newspaper, November 1988)

19
89

LE PERLE: nuovi smalti iridescenti

"La linea le perle si avvale di uno smalto unico di rara pregevolezza. Esso reagisce positivamente alle alte temperature tanto da dar luogo in tali condizioni all'effetto iridescente... un grande risultato che è stato possibile raggiungere in virtù delle potenzialità di cui Iris Ceramica dispone".

LE PERLE: new iridescent glazes

"The Le Perle line makes use of a unique glaze of rare value which reacts positively to high temperatures, creating the iridescent effect... a great result that has been achieved thanks to Iris Ceramica's remarkable capabilities".

B1

80s

A

A1 CHRONOLOGICAL NARRATION

A2 Klee / Natura

A3 Golf

A4 Novecento / Bianco Iris Ceramica / Antica

A5 Monocotto / Modulo 10

B

B1 CHRONOLOGICAL NARRATION

B2 Thema / Murano / Pregio / Elegante

B3 Città di Faenza / Mondrian / Design

B4 FOCUS  80s

B5 Tropical / Cristalli

C

C1 MARKETING TOOLS ARCHIVE

C2 Le Perle

C3 Sistema / Universal

C4 Olimpo

C5 I Marmi / Graniti Pregiati

1990s

19
91



Avvio della produzione di rivestimenti in Semigres

Dopo tanti successi nelle pavimentazioni il Semigres di casa Iris Ceramica arriva anche nel mondo dei rivestimenti e l'accoglienza è positiva.

Start of Semigres wall tile manufacturing

The Iris Ceramica Group's Semigres technology for floors was very successful.

The next step was to extend Semigres to wall coverings. Feedback from markets around the world was positive.

19
92

Matimex

Acquisizione MATIMEX

Matimex ha raggiunto una posizione di leadership nel mercato delle ceramiche importate in Spagna, diventando un punto di riferimento nei pavimenti e rivestimenti ceramici per l'architettura.

Takeover of MATIMEX

Matimex had been a leader on the market for imported ceramics in Spain, becoming a landmark in ceramic floor and wall tiles for architecture.

19
93

Acquisizione ARIOSTEA

Ariosteas, entra a far parte di Iris Ceramica Group nel 1993. Fin dal debutto è sempre stata una grande "officina tecnologica" dove sono nate macchine e impianti sempre all'avanguardia.

Takeover of ARIOSTEA

Ariosteas was acquired by Iris Ceramica Group in 1993. From the very outset, Ariosteas has always been a great "technological laboratory" producing cutting-edge machines and systems.

19
97



Federica Minozzi entra in Iris Ceramica

Federica Minozzi entra in Iris Ceramica nel 1997.

Negli anni arricchisce la sua esperienza ricoprendo ruoli di crescente responsabilità in tutte le aziende della multinazionale di famiglia fino ad arrivare alla posizione di CEO del Gruppo.

Federica Minozzi joins Iris Ceramica

Federica Minozzi joined Iris Ceramica in 1997 and broadened her experience over the years by taking on roles of increasing responsibility in all the companies in the family's multinational, finally becoming the Group's CEO.

19
98



Stabilimento Fabbrica Marmi e Graniti

La "Fabbrica della Natura" riassume in sé la volontà del suo fondatore Dott. Romano Minozzi in base ad una strategia chiarissima, rimasta inalterata nel tempo: produrre in fabbrica, nel pieno rispetto dell'ambiente, marmi, graniti ed altre pietre di qualità superiore.

Fabbrica Marmi and Graniti Production Plant

"Nature's workshop" embodies the objective of its founder, Mr. Romano Minozzi, to pursue a clear strategy, unchanged over time: to produce marble, granite and other high quality stones in the factory, fully respecting the environment.

90s

A

A1 CHRONOLOGICAL NARRATION

A2 White and Colours

A3 Nautilus / Graphite / Diva / Tradizione / Evoluzione

A4 Fantasia / Canard / Paesaggi

A5 Serie varie / Various collections

B

B1 CHRONOLOGICAL NARRATION

B2 Ville

B3 FOCUS  90s

B4 Pergamena / Historia / Carrara

B5 Ducale

C

C1 MARKETING TOOLS ARCHIVE

C2 Rocce Aeterna

C3 Mineral Logos / Mineral

C4 Le Pietre Dure

C5 Marmi Antichi

2000s

20
01

Stabilimento Viano (RE)

Gres porcellanato a tutta massa.

The Viano Production plant (RE)

Full body porcelain stoneware.



20
02



PORCELAINGRES (Germany)

A Vetschau nel Brandeburgo, viene inaugurato lo stabilimento Porcelaingres, un impianto altamente tecnologico.

Porcelaingres, one of the most modern manufacturing facilities in Europe, was founded in 2002 in Vetschau (Brandenburg).

20
03

STONEPEAK (USA)

La prima fabbrica fuori dall'Europa: negli Stati Uniti. La consociata Stonepeak, ha sede commerciale a Chicago e stabilimento produttivo in Tennessee. Oggi è il primo produttore di grandi lastre in gres porcellanato degli Stati Uniti.

The Group opens its first production plant outside Europe, in the United States. Stonepeak's headquarters are located in Chicago, while the production plant is in Tennessee. Stonepeak is now the top manufacturer of large porcelain slabs in the USA.



20
09

ACTIVE Clean Air and Antibacterial Ceramic™

Una nuova tecnologia produttiva brevettata che rende possibile la realizzazione di materiali per pavimenti e rivestimenti in ceramica in grado di svolgere una concreta azione antibatterica e di riduzione dei fattori inquinanti.

A new production technology geared to materials containing an active ingredient that helps to improve the quality of the environment. This production method permits production of ceramic materials for floors and walls with a concrete antibacterial and anti-pollutant action.



B2

00s

A

A1 CHRONOLOGICAL NARRATION

A2 FOCUS  00s

A3 La Via della Seta 75

A4 La Via della Seta 75

A5 Contemporanea

B

B1 CHRONOLOGICAL NARRATION

B2 Neobarocco

B3 Neobarocco

B4 Neobarocco

B5 Romantica

C

C1 MARKETING TOOLS ARCHIVE

C2 Feel

C3 Feel

C4 La Via della Seta 75

C5 Brilliant

2010s

20
10

Inizio produzione MAXI LASTRE

All'inizio del decennio le aziende del gruppo danno alla luce le prime Maxi lastre nel mercato del gres porcellanato (300x150 cm).

First MAXI SLABS production

At the beginning of the decade the companies in the group began to produce the first maxi slabs on the porcelain market (300x150 cm).



20
11

MAXFINE

FMG FABBRICA
MAGGIORE E GRANITI

Debutta il marchio MAXFINE

Una materia così innovativa da abbattere i confini tra superfici per architettura e arredamento.

Lastre in ceramica tecnica fino a 320 cmx160 cm: omogenee, eterne, personalizzabili ed inalterabili nel tempo.

The MAXFINE brand makes its debut

A truly innovative material that breaks down the barriers between surfaces for architecture and furnishings.

High-tech ceramic slabs that can be manufactured in durable, customisable 320x160 centimetre slabs.

20
14

Stabilimento logistica lastre

Un concetto nuovo e avanzatissimo, che rivoluziona le tradizionali logiche di packaging e stoccaggio del mondo ceramico, entrando direttamente nel futuro.

The slab logistics plant

A new and highly advanced concept that revolutionises the traditional logic behind packaging and storing porcelain products. The future is already here!



20
15

20
16



WITH
iris
Ceramica

Una partnership che sposa la creatività e l'inconfondibile gusto del lifestyle, brand internazionale con l'expertise e le evolute tecnologie che da sempre contraddistinguono Iris Ceramica.

A partnership combining the creativity and unmistakable taste of the international lifestyle brand with the expertise and high-end technology of Iris Ceramica.

SAPIENSTONE

dress your kitchen

Il primo brand di lastre, 329x154 cm e 12 mm di spessore, in gres porcellanato per top cucine.

The first brand of porcelain slabs, 329x154 cm and 12 mm thick, for kitchen countertops.

20
18

POLLUTION 2018

In continuità con la potenza del messaggio e il valore culturale e sociale di Pollution 1972, Iris Ceramica Group promuove Pollution 2018 affidando ai giovani professionisti dell'accademia di studi post-laurea SOS School of Sustainability, fondata a Bologna da Mario Cucinella, il compito di immaginare il futuro, una risorsa per definire nuovi approcci allo spazio urbano e stabilire una rinnovata gerarchia di valori sostenibili per l'uomo e il suo ambiente.

The Iris Ceramica Group promotes Pollution 2018 to continue with the cultural and social value of Pollution 1972 and its powerful message.

The young professionals of the SOS School of Sustainability post-graduate academy, founded in Bologna by Mario Cucinella, are entrusted with the task of imagining the future, coming up with new ways of working in urban spaces and establishing a new order of sustainable values for mankind and the environment.



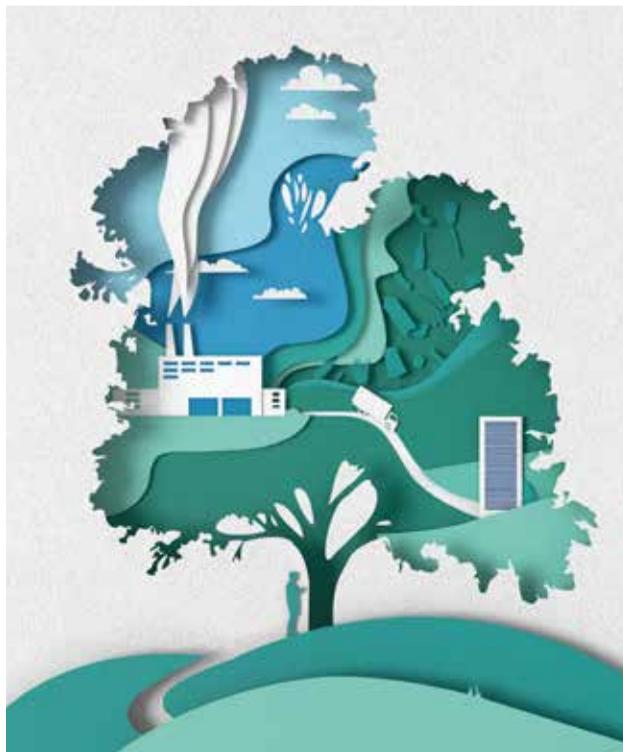
20
2120
22

Iris Ceramica è marchio storico di interesse nazionale

Iris Ceramica è stata inserita nel Registro dei marchi storici di interesse nazionale, istituito dal Ministero dello Sviluppo Economico per tutelare le proprietà industriali e valorizzare le eccellenze del Made in Italy nel mondo. Il riconoscimento viene assegnato alle Aziende storicamente legate al territorio nazionale, registrate da almeno 50 anni e che hanno dimostrato un'attività continuativa nel tempo.

Iris Ceramica is recognized as a historic brand of national interest

Iris Ceramica has been included in the Register of Historic Trademarks of National Interest, set up by the Ministry of Economic Development to protect industrial property rights and promote Made in Italy excellence worldwide. Recognition is awarded to companies historically connected to Italy, which have been registered for at least 50 years and have operated continuously over that period.



La prima industria ceramica al mondo a idrogeno verde

Iris Ceramica Group con il supporto di Snam realizzerà un progetto industriale che prevede la creazione della prima fabbrica ceramica al mondo alimentata a idrogeno verde, confermando che l'innovazione sostenibile è sempre prioritaria nelle scelte del Gruppo. Il nuovo stabilimento sorgerà a Castellarano ed entrerà in funzione entro il 2022, e sarà dotato di tecnologie native che consentiranno l'introduzione dell'idrogeno verde nei processi produttivi. Questo potrà essere determinante anche per il raggiungimento dell'obiettivo europeo della neutralità carbonica entro il 2050.

The world's first green hydrogen ceramic industry

Supported by Snam, Iris Ceramica Group will be carrying out an industrial project that involves creating the first ceramic factory in the world powered by green hydrogen, confirming that sustainable innovation is always a priority in the Group's choices. The new plant will be built in Castellarano and will start operating by 2022, equipped with native technologies that will allow green hydrogen to be introduced into production processes, which could prove decisive in achieving of the European goal of carbon neutrality by 2050.

A group of four people, three men and one woman, are seen from behind, looking at a long table covered with numerous documents or photographs. The scene is dimly lit, with a strong light source from the right, creating a silhouette effect on the people and highlighting the documents on the table. A red horizontal line is visible near the top of the image.

Il museo Storico Iris Ceramica Group è in continua evoluzione per seguire a pari passo lo sviluppo aziendale da sempre incline al perfezionamento.

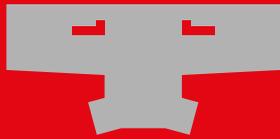
The Iris Ceramica Group historical museum is constantly evolving to follow step by step with the company's development that has always been inclined to perfection.

MUSEO  STORICO

LE COLLEZIONI ICONICHE / ICONIC COLLECTIONS







i tavoli centrali
the central tables

LE COLLEZIONI ICONICHE / ICONIC COLLECTIONS

Traguardi di crescita
ed eccellenza.

Important stages in
growth and excellence.



2016 SAPIENSTONE

Esplorare nuove utilità
del prodotto.
Exploring new product uses.



1998 FABBRICA MARMI E GRANITI

Tecnologia e ricerca per
dare spessore a una grande
intuizione.

Technology and research give
depth to great intuition.



2005 MA.DE

Nuovi riferimenti di design
e stile.

New landmarks in
design and style.



2011 MAXFINE

Investire e innovare, andando
oltre i confini.

Investment and innovation,
breaking boundaries.

I due tavoli ai lati della reception mettono in risalto otto collezioni iconiche, distribuite cronologicamente in cinquant'anni di storia.

Ogni collezione ha rappresentato un traguardo importante di crescita e di eccellenza, in varie direzioni: per l'innovazione tecnologica, la creatività, il marketing, l'organizzazione e la cultura d'azienda.

Ogni serie ha rappresentato un gradino ulteriore nella crescita complessiva dell'azienda, non solo economica ma come cultura industriale e di prodotto. Le schede mobili raccontano la collezione, il momento storico e il traguardo di crescita collegato.

Sul piano e nei cassetti si trovano altri prodotti e documentazione, oltre ai cataloghi dell'epoca.

The two tables on either side of the reception desk focus on eight iconic collections, arranged chronologically to cover fifty years of history.

Each collection represents an important milestone in growth and excellence, in various different directions: technological innovation, creativity, marketing, and the company's organisation and corporate culture.

Each series represents another step in the company's growth, not only economically but in terms of industrial know-how and product culture. Mobile info sheets illustrate each collection and the associated moment in time and milestone.

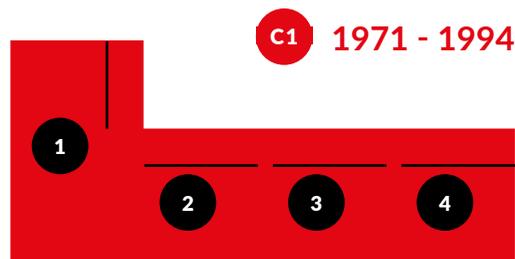
More products and documents, as well as catalogues from various times, are displayed on the counter and in the drawers.



1971 TANAGRA

Creare prodotti unici, combinando cultura, design e tecnologia.

Creating unique products, combining culture, design and technology.



1978 AETERNA

Conseguire e garantire una qualità superiore.

Offering and guaranteeing superior quality.



1990 FORNACE ROMANA

Valorizzare la tradizione del territorio.

Valorising the culture of the local area.



1994 BUILDING

Eccellere per affidabilità, servizio, assortimento.

Excelling in reliability, service and range.

I VALORI / VALUES

I VALORI
VALUES

QUALITÀ E INNOVAZIONE
QUALITY AND INNOVATION

FOCUS

Il futuro è di chi innova.

The future belongs to those who innovate.

Romano Minazzi



“Innovazione è un processo continuo che si evolve nel tempo, attraverso la ricerca e lo sviluppo di nuove soluzioni e nuovi design. È uno dei pilastri su cui si fonda l'azione di His Ceramica, con l'obiettivo di comprendere e anticipare l'evoluzione degli stili di vita, i gusti e le aspirazioni dei consumatori. Le tecnologie produttive adottate dalle aziende del Gruppo sono spesso uniche in quanto ideate, progettate e costruite in stretta collaborazione con i propri stabilimenti know-how, meccanica e software e sono tutelate con brevetti a livello internazionale.



Per His Ceramica la qualità è soprattutto la qualità nell'innovare: rappresenta il carattere di ogni attività ed il valore che la deve sempre distinguere e che deve internamente mettere a disposizione dei propri partner. Solo attraverso la ricerca e l'innovazione è possibile creare un prodotto unico, che sia valore per aziende e consumatori: migliorando i materiali da collocare negli ambienti che ci circondano, miglioriamo la qualità stessa della nostra vita.



Il premio è stato assegnato a His Ceramica per la sua attività di ricerca e sviluppo, che ha permesso di creare prodotti innovativi e di alta qualità, in grado di rispondere alle esigenze dei consumatori e di migliorare la qualità della vita.

Innovation, the continual search for new solutions and new designs, is one of the pillars on which His Ceramica's action is based, with the aim of understanding and anticipating evolutions in lifestyles, tastes and the aspirations of consumers. The production technologies adopted by the Group companies are often unique as they are devised, designed and built directly by the companies in their own production plants with their own know-how, machinery and software and are protected by international patents.

For His Ceramica quality and, above all, quality in innovation, is a cardinal point of every activity and the value that must never distinguish it and which it offers continuously to its partners. Only through research and innovation can a truly unique product be created, one that also creates value for the company and for consumers: improving materials that are part of the environment that surrounds us improves the quality of our life itself.

PREMIO INNOVAZIONE XXI EDIZIONE DI "L'IMPRESORIO DELL'ANNO" 2017 2017 ANNUAL ENTREPRENEUR AWARDS OF THE YEAR 2017



Il premio è stato assegnato a His Ceramica per la sua attività di ricerca e sviluppo, che ha permesso di creare prodotti innovativi e di alta qualità, in grado di rispondere alle esigenze dei consumatori e di migliorare la qualità della vita.

GLI STABILIMENTI "MODELLO" "MODEL" PRODUCTION PLANTS

His Ceramica ha investito in tecnologia e in ricerca e sviluppo, con l'obiettivo di creare stabilimenti "modello" che siano in grado di rispondere alle esigenze dei consumatori e di migliorare la qualità della vita.

His Ceramica ha investito in tecnologia e in ricerca e sviluppo, con l'obiettivo di creare stabilimenti "modello" che siano in grado di rispondere alle esigenze dei consumatori e di migliorare la qualità della vita.



DYS DESIGN YOUR SLABS
 LASTRE PERSONALIZZATE ON DEMAND
 DYS DESIGN YOUR SLABS
 CUSTOMISED SLABS ON DEMAND



Wallpapered slabs
 The combination of concrete slabs with wallpapered surfaces creates a unique and modern aesthetic.



Slabs with integrated lighting
 The integration of LED lighting into the slabs creates a soft and ambient glow.



Slabs with integrated TV
 The integration of a TV into the slab allows for a clean and minimalist look.



Slabs with integrated lighting and TV
 The combination of lighting and TV into the slab offers a multifunctional solution.



Slabs with integrated lighting and TV
 The combination of lighting and TV into the slab offers a multifunctional solution.



Slabs with integrated lighting and TV
 The combination of lighting and TV into the slab offers a multifunctional solution.



Slabs with integrated lighting and TV
 The combination of lighting and TV into the slab offers a multifunctional solution.



Slabs with integrated lighting and TV
 The combination of lighting and TV into the slab offers a multifunctional solution.



Slabs with integrated lighting and TV
 The combination of lighting and TV into the slab offers a multifunctional solution.

Un'esperienza di qualità tecnologica di
 alta classe in un ambiente sempre innovativo.
 Il grande successo è un prodotto di successo
 dovuto al rispetto di filosofia e a tutti i dettagli
 tecnici.
 Dall'installazione al progetto di recupero, tutti
 i progetti sono sempre più originali
 e sempre più innovativi. Il successo
 è un risultato ottenuto per un'ottima
 qualità di servizio.



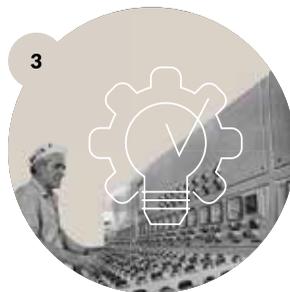


*le 4 grandi tele
the four big canvases*

I VALORI / VALUES

Concetti, intuizioni e idee
che determinano il percorso.

Concepts, intuitions and ideas
that determine a path.

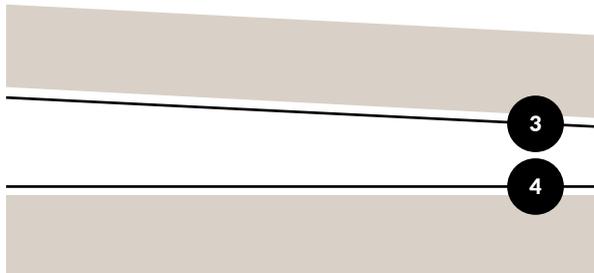


3

QUALITÀ E INNOVAZIONE QUALITY AND INNOVATION

L'**innovazione**, la continua **ricerca di nuove soluzioni** e nuovi design è uno dei pilastri su cui si fonda l'azione di Iris Ceramica, con l'obiettivo di comprendere e anticipare l'evoluzione degli stili di vita, i gusti e le aspirazioni dei consumatori.

Innovation, the continual search for new solutions and new designs, is one of the pillars on which Iris Ceramica's action is based, with the aim of understanding and anticipating evolutions in lifestyles, tastes and the aspirations of consumers.



D2



4

CULTURA D'AZIENDA COMPANY CULTURE

Dal 1961 ad oggi in Iris Ceramica si è costituito e sviluppato un forte nucleo di conoscenze, valori e linee guida che viene trasmesso dai leader ai nuovi collaboratori. Questa **cultura d'azienda** è l'identità comune, il terreno fertile dove si innestano il talento, le conoscenze e l'iniziativa **individuale**, per contribuire al lavoro e ai risultati della squadra.

From 1961 to the present day, a strong nucleus of knowledge, values and guidelines has been developed at Iris Ceramica which is transmitted by its leaders to its new employees. This **company culture** is its common identity, the fertile terrain where talent, knowledge and **individual initiative can develop**, to contribute to the work and results of the whole team.

Le **4 grandi tele** nascondono e abbracciano i pilastri che sostengono l'edificio.

Per questo sono simbolicamente dedicate ai **concetti fondamentali** che hanno guidato e tuttora **indirizzano il percorso dell'azienda**.

Ogni tela si apre con i **concetti-guida** e **le parole del Fondatore**, e ne racconta lo sviluppo rappresentato con immagini, testimonianze, infografiche.

The **four big canvases** conceal and wrap around the pillars supporting the building.

This is why they are symbolically dedicated to the **basic concepts** that have supported and still **guide the company's actions**.

Each canvas opens with **key concepts** and **words of the company's founder**, and then illustrates how they have been developed through images, testimony and infographics.

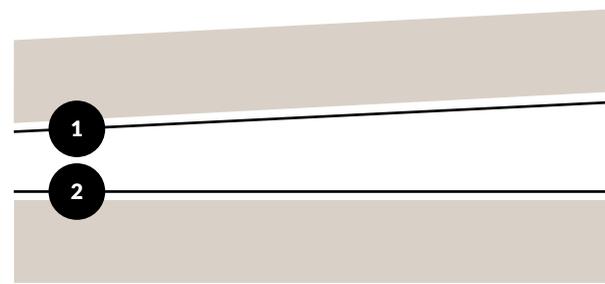
SPIRITO IMPRENDITORIALE ENTREPRENEURIAL SPIRIT

Lo **spirito imprenditoriale** che ha guidato il fondatore Romano Minozzi, **incoraggia l'assunzione di rischi e la perseveranza**; richiede un approccio pragmatico e l'**abilità nel motivare i team** guidandoli verso il raggiungimento di **obiettivi ambiziosi**. Promuove l'efficienza e la reattività del team assieme all'iniziativa individuale.

The entrepreneurial spirit that guided Romano Minozzi **encourages risk-taking and perseverance**. It requires a pragmatic approach and the ability to **motivate a team**, guiding people towards achieving **ambitious goals**. It promotes the efficiency and responsiveness of the team, as well as individual initiative.



D1



L'ATTENZIONE ALL'AMBIENTE CARE FOR THE ENVIRONMENT

Un concetto che il Fondatore esprime già negli anni '70, quando era ancora lontana l'attenzione alle tematiche ecologiste: **Ecologia=Economia** è la sintesi ancora oggi scritta sulle linee di produzione, che ricordava e ricorda a tutti come il rispetto della natura sia un punto di riferimento irrinunciabile.

A concept that the founder expressed back in the 1970s, when there was little attention to environmental themes, **Ecology=Economy** is the motto that is still written on the production lines today, reminding everyone that respect for nature is an essential point of reference.



POLLUTION

1972 / 2018





POLLUTION
Il Concept

La scoperta di Peter e David...
Il Concept...
L'immagine...
L'immagine...
L'immagine...

POLLUTION
The exhibition

Catégorie Anna Plot
Peter David...
Pollution 2018, one Reflection in water in the city
From...
Peter's Montage
Walter...
Cartoonishness
"La..."

Catégorie Anna Plot
Peter David...
Pollution 2018, with Reflections
Public...
Peter's Montage
Complex...

Cartoonishness
"The..."





*i tavoli centrali
the central tables*

POLLUTION 1972 / 2018

Un progetto all'intersezione tra architettura, arte e landscape amplifica la percezione dello spazio urbano come luogo della riconciliazione tra uomo e natura.

A project that combines architecture, art and landscape and amplifies the perception of the urban space as a place of reconciliation between man and nature.



2018 POLLUTION



REFLECTION

46 anni dopo è il momento di tradurre l'evoluzione del pensiero sull'inquinamento superando la dicotomia uomo-natura/ambiente che ha generato il modello capitalista, evidenziando la nuova relazione tra uomo e natura, perché solo attraverso una sinergia tra i due sistemi si può generare un ecosistema stabile, in equilibrio.

La superficie della piazza è pensata come dispositivo che amplifica la percezione fisica dello spazio proiettandolo in una dimensione onirica. È la parte centrale della piazza, meno vissuta e confortevole, a diventare il cuore dell'installazione: un bosco che in maniera dirompente e selvaggia emerge da una lama riflettente dalla geometria definita, attraverso la quale capovolgere il consueto rapporto tra città e natura.

46 years down the road, it is time to change the way we think of pollution, going beyond the dichotomy of man versus nature or environment generated by the capitalist model, to underline the new relationship between man and nature, for it is only by establishing synergy between the two systems that we will be able to generate a stable, balanced ecosystem.

The surface of the square has been designed as a device that amplifies the physical perception of the space, projecting it into a dreamlike dimension. The less inhabited and more uncomfortable central part of the square becomes the heart of the installation: a wood that wildly emerges from a reflective blade with a defined shape, through which the usual relationship between nature and the city is turned upside down.

Nel 1972, Bologna diventa palcoscenico di un'idea visionaria della Fondazione Iris e del suo direttore artistico Gianni Sassi: affidare a 26 artisti un'indagine critica e poetica sul tema della contaminazione e dell'inquinamento.

46 anni dopo, la denuncia di Pollution merita una riconsiderazione, interrogandoci sul presente e su dove saremo tra altri 46 anni. I temi affrontati allora sono ancora oggi attuali ma sentiti con una nuova consapevolezza.

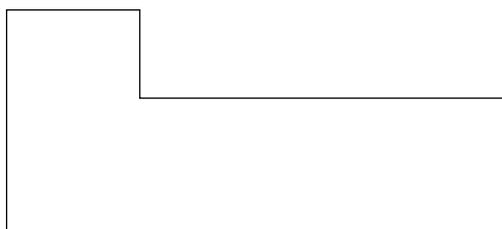
In 1972, Bologna became the stage for presentation of a visionary idea introduced by Fondazione Iris and its artistic director, Gianni Sassi, who commissioned 26 artists to produce a critical, poetic expression of the theme of contamination and pollution.

46 years after the event, it's time to reconsider the accusation made by Pollution, asking where we are right now and where we will be in another 46 years. The issues addressed then are still valid today, but with a new consciousness.



IL CAMPO ARTIFICIALE THE ARTIFICIAL FIELD

1972 POLLUTION



E1

Negli anni Settanta, l'inquinamento era un tema di cui ancora si discuteva poco e il solo trattare l'argomento come un problema della collettività diventava una denuncia scomoda da soffocare il più possibile.

Per l'occasione, piazza Santo Stefano venne pavimentata con diecimila piastrelle di ceramica di formato 33x33 cm che riproducevano la fotografia di una zolla di terra. Su questo "campo artificiale", dall'8 al 14 ottobre 1972, gli artisti furono chiamati a proporre idee e modalità per la gestione di una "natura mutante", deformata dall'inquinamento e dalle azioni dell'uomo.

People didn't talk about pollution very much in the seventies, and mentioning the topic as a problem for society was an act of accusation which was inconvenient and had to be stifled if possible. Piazza Santo Stefano was paved especially for the occasion with ten thousand ceramic tiles measuring 33x33 cm bearing a photographic reproduction of a lump of earth. On this "artificial field", between October 8 and 14 1972 artists were asked to propose ideas and methods for working with a "mutant nature" deformed by pollution and human actions.

ADV GALLERY



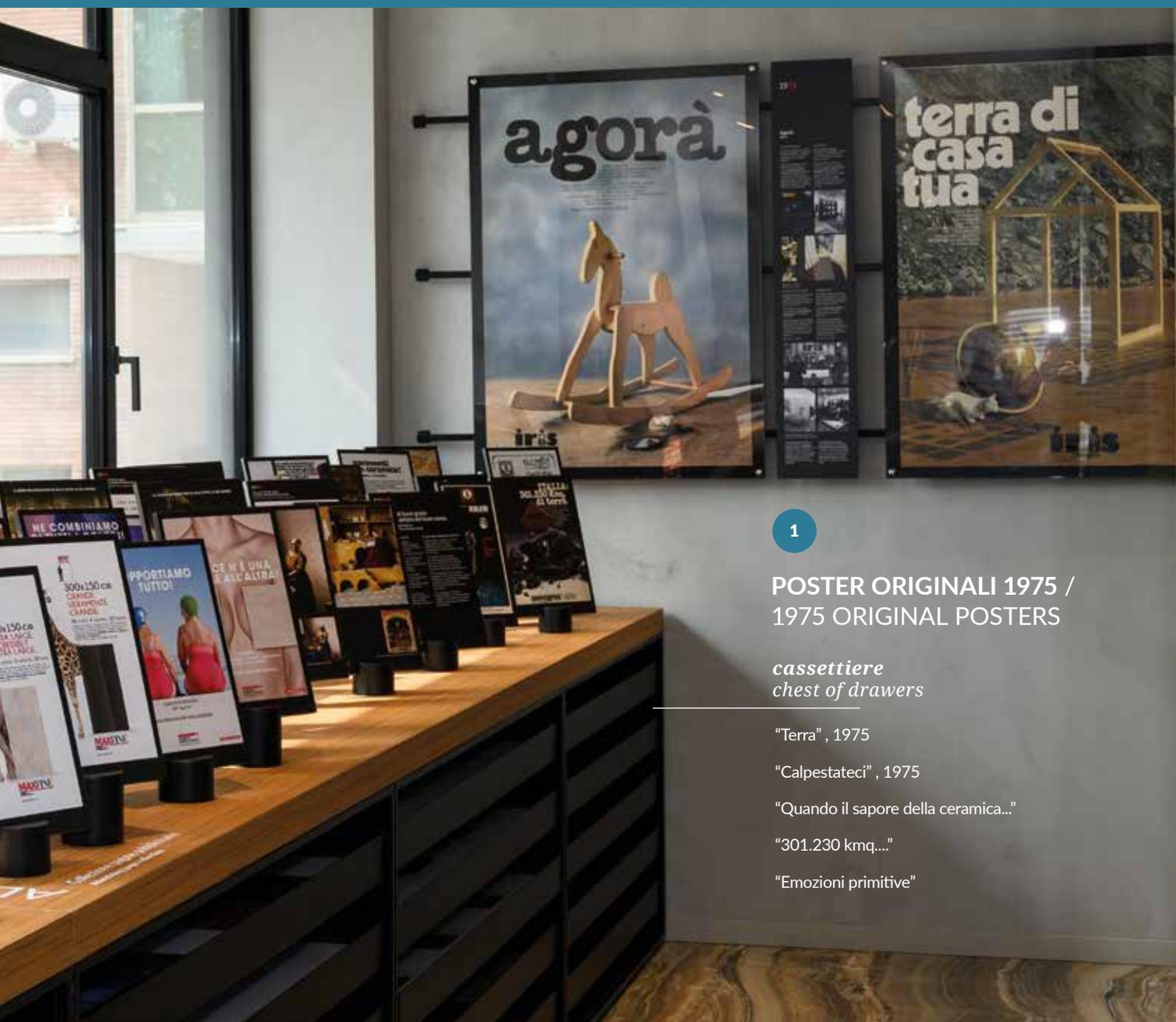


ADV GALLERY

*top cassetti
e poster
countertop above
drawers and
posters*

**Collezione pagine
pubblicitarie.**

Advertising pages
collection.



1

**POSTER ORIGINALI 1975 /
1975 ORIGINAL POSTERS**

*cassettiere
chest of drawers*

"Terra", 1975

"Calpestateci", 1975

"Quando il sapore della ceramica..."

"301.230 kmq..."

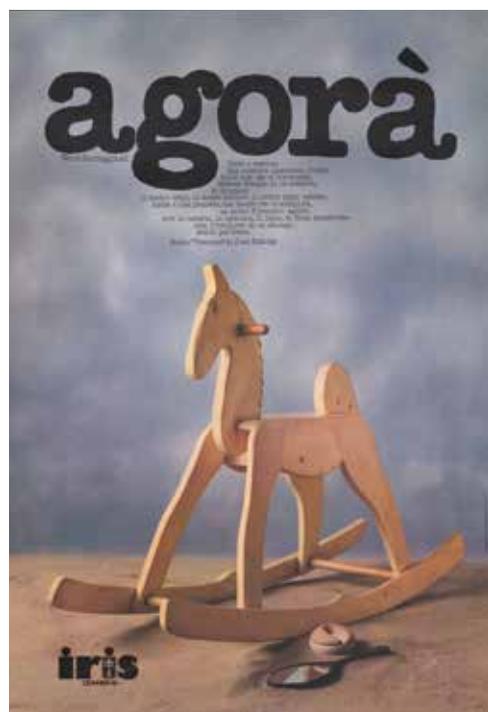
"Emozioni primitive"

Al termine della linea del tempo, si trova una **collezione di pagine pubblicitarie e poster originali**.

Realizzazioni decisamente **vintage** o più **recenti**, ma sempre interessanti, **creative**, **audaci** e a volte **sorprendenti**.

At the end of the timeline is a **collection of original advertising pages and posters**.

Vintage and more **recent** advertisements, they are all interesting, **creative**, **bold** and sometimes **surprising**.

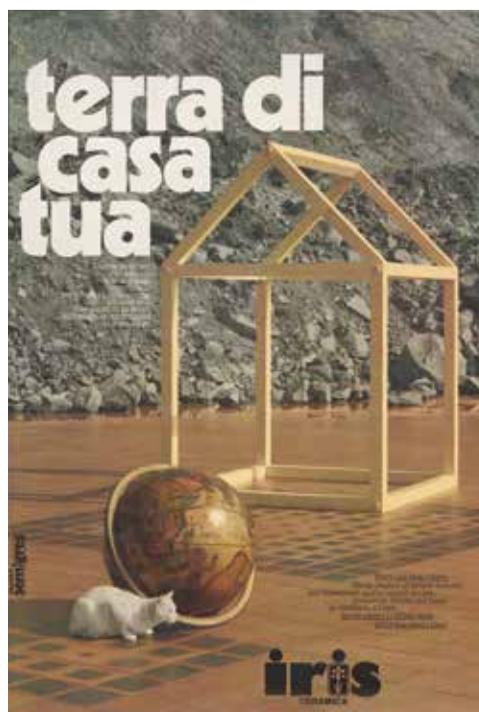


AGORÀ AGORÀ

Il manifesto pubblicitario puramente concettuale realizzato da Emilio Simion racconta una filosofia aziendale presentata in occasione del SAIE del 1973.

L'ambiente abitativo sperimentale "Agorà" intendeva costruire ambienti "a misura d'uomo", funzionali e caratterizzati dal rapporto tangibile con la natura.

A purely conceptual advertising poster by Emilio Simion expressing what was already the company's philosophy at the time of the 1973 SAIE. The "Agorà" experimental home environment was intended to create practical rooms built "on a human scale" which established a tangible relationship with nature.



TERRA DI CASA TUA THE EARTH OF YOUR HOME

Il racconto della campagna pubblicitaria realizzata nel 1975 dal fotografo Emilio Simion, con la direzione artistica di Gianni Sassi. Accanto alle affissioni troviamo la storia dell'immagine e alcune note relative al contesto e al periodo.

The story of the 1975 advertising campaign featuring the work of photographer Emilio Simion, under the artistic direction of Gianni Sassi. The posters are accompanied by the story behind the image and a number of notes on the context and the age.

2

COLLEZIONE PAGINE PUBBLICITARIE / ADVERTISING PAGES COLLECTION

60s / 70s

ADV PAGES

I pavimenti IRIS entrano a far parte della quotidianità e vengono ambientati attraverso azioni di instant marketing, come in occasione dell'allunaggio, o con un diretto e creativo racconto dei plus del Semigres.

IRIS floors become a part of daily life, seen in context through instant marketing actions such as the one marking the first man on the moon, or in a direct, creative story illustrating the benefits of Semigres.



00s

ADV PAGES

Gli anni 2000 vedono una moderna strategia comunicativa che si focalizza sui punti di forza del brand FMG con pagine pubblicitarie dal concept grafico audace ed ironico.

The 2000s saw the advent of a modern communications strategy focusing on the strong points of the FMG brand, with full-page advertisements featuring a bold, ironic graphic concept.





top
top



cassettiere
chest of drawers

90s

ADV PAGES

La campagna "repliche d'arte" nel 1994 ha vinto il primo premio ADCI nella sezione Fotografia. Dipinti famosi di varie epoche ricostruiti in studio in modo fedelissimo vedevano inseriti negli ambienti, in modo armonioso, i prodotti di Iris Ceramica.

The 1994 "artistic replicas" campaign won the ADCI first prize for Photography. Famous paintings from various different times in history were faithfully reconstructed in the studio, harmoniously including Iris Ceramica products.



1990s
Campagna "repliche d'arte"
The "repliche d'arte" Campaign

ADCI (Associazione Italiana Pubblicità) Concorso in the "Photography" section

Le immagini di questa campagna del 1994, premiata dalla ADCI, sono state realizzate attraverso la fedelissima riproduzione in studio di scene in ambienti reali, con la dipinti famosi di varie epoche, dal 1600 al 1900.

Negli ambienti riprodotti, con abbellimento, luci, costumi e figure (donna, capovetro) in modo del tutto armonioso, inserendo i rivestimenti Iris Ceramica.

The images from this 1994 Campaign, which received an ADCI award, were created by faithfully reproducing real environments in the studio, from famous paintings of various ages from the 16th to the 19th century.

In the spaces, which were scrupulously reproduced with display including lights, costumes and human figures, the Ceramica floor and wall tiles perfectly.

AGENCIJA ZA VEŠTAČENJE I PROMOTIVNE DEJAVNOSTI
BEOGRAD
ADCI

Client: Iris Ceramica
Creative: Iris Ceramica
Production: Iris Ceramica
Agency: Iris Ceramica

Photo: L. Labar (1997, 1998)

1990s
Campagna "repliche d'arte"
The "repliche d'arte" Campaign

AGENCIJA ZA VEŠTAČENJE I PROMOTIVNE DEJAVNOSTI
BEOGRAD
ADCI

Client: Iris Ceramica
Creative: Iris Ceramica
Production: Iris Ceramica
Agency: Iris Ceramica

Photo: L. Labar (1997, 1998)

10s

ADV PAGES

L'introduzione delle grandi lastre MAXFINE punta l'obiettivo sul superamento dei limiti tecnologici. Le superfici diventano elementi d'arredo e danno una nuova dimensione al concetto di progetto.

The introduction of MAXFINE maxi-slabs focuses attention on the ability to overcome technological barriers. Surfaces become items of décor and add a new dimension to the concept of design.

MAXFINE
300x150 cm
EXTRA LARGE.
INCREDIBLY
EXTRA LARGE.

33 colori, 3 superfici, 10 formati.

MAXFINE
www.iris.com

MAXFINE
300x150 cm
GRANDE.
VERAMENTE
GRANDE.

36 colori, 4 superfici, 10 formati.

MAXFINE
www.iris.com

SHAPE
YOUR
IDEAS

MAXFINE
www.iris.com

12 PARTICOLARI INTERESSANTI DA NON PERDERE / 12 DETAILS YOU WON'T WANT TO MISS



1 LE COLLEZIONI ICONICHE / ICONIC COLLECTIONS

I formati della Tanagra anni '70:
la piastrella rotonda e quella a freccia.

The Tanagra tile of the '70s:
round and arrow-shaped tiles.



2 POLLUTION / 1972

La piastrella originale, utilizzata nel 1972
per rivestire piazza Santo Stefano, con
la riproduzione di una zolla di terra, che
si ritrova nella copertina del Disco LP
"Pollution" di Battiato.

The original tile representing a clod
of earth that was used to cover
Piazza Santo Stefano in 1972, featured
on the cover of Battiato's LP "Pollution".



3 60s

LA LINEA DEL TEMPO / TIMELINE

I perfetti bozzetti disegnati a mano dei
cataloghi anni '60 (e la versione realizzata).

The perfect drawings done by hand for
the catalogues of the '60s (and the version
published).



7 70s

LA LINEA DEL TEMPO / TIMELINE

L'insero pubblicitario Iris Ceramica
nel "Topolino" originale del 1975.

The Iris Ceramica advertisement in this
original 1975 "Topolino" comic book, the
Italian version of Mickey Mouse.



8 70s

LA LINEA DEL TEMPO / TIMELINE

Le piastrelle premiate della serie
"Città di Faenza" anni '70.

The award-winning tiles in the
"Città di Faenza" series of the '70s.

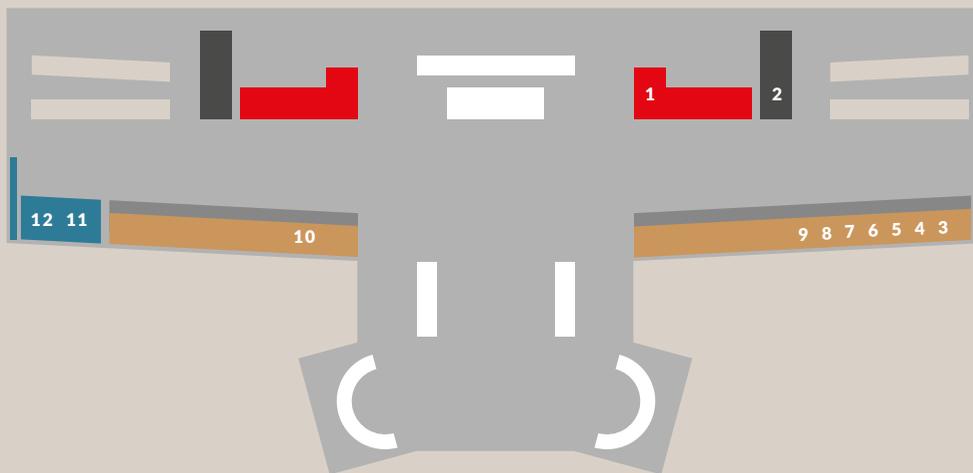


9 80s

LA LINEA DEL TEMPO / TIMELINE

Le fotografie del Maestro Franco Fontana
nel libro del 1981.

Franco Fontana's photographs in the 1981
book.



4
70s
 LA LINEA DEL TEMPO / TIMELINE
 L'ambientazione dell'uomo baffuto.
 The room the man with the moustache sits in.



5
70s
 LA LINEA DEL TEMPO / TIMELINE
 I bellissimi 40x40 in bicottura ad alto spessore della linea Mediterraneo.
 The beautiful 40x40 thick double-fired tiles in the Mediterraneo line.



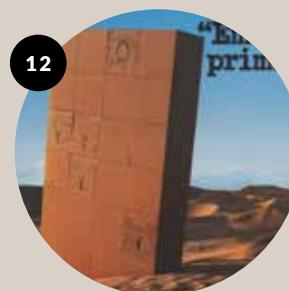
6
70s
 LA LINEA DEL TEMPO / TIMELINE
 Catalogo originale del 1974, soprannominato "La Bibbia", un documento straordinario per la ricchezza degli ambienti.
 An original 1974 catalogue, nicknamed "The Bible", a document that stands out for the wealth of settings contained.



10
00s
 ARCHIVIO STORICO CERAMICO / CERAMIC HISTORY ARCHIVE
 La piastrella "a specchio" con un altissimo contenuto di platino per il mercato Russo anni 2000.
 The "mirror" tile with a high platinum content made for the Russian market of the 2000s.



11
 ADV GALLERY
 I fantastici manifesti con la tartaruga e la farfalla degli anni '80.
 The fantastic posters of the '80s featuring the tortoise and the butterfly.

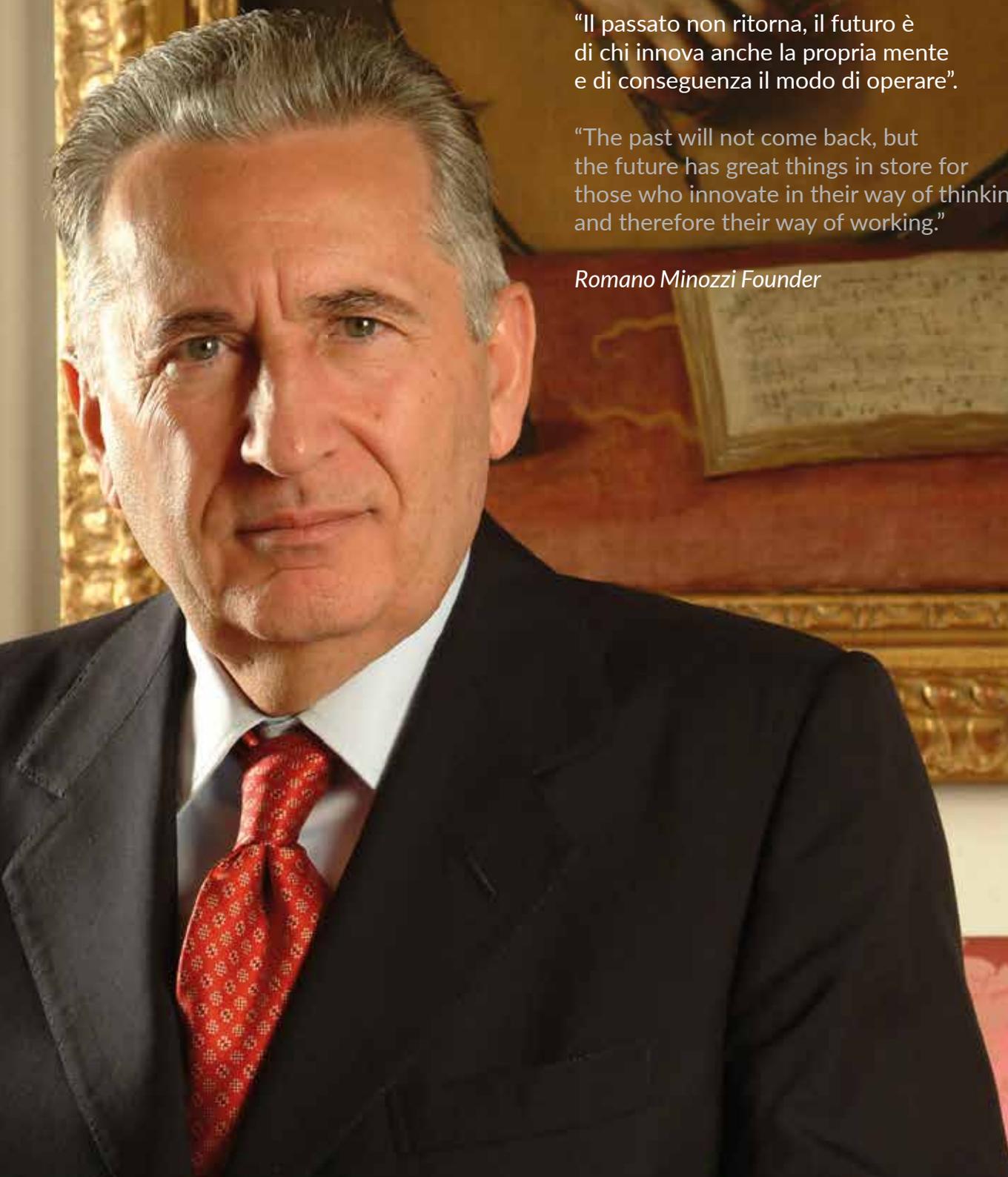


12
 ADV GALLERY
 Una troupe si trasferì nel 1974 nel deserto Algerino per 15 giorni, lo scopo era fotografare le piastrelle nel deserto del Sahara dove erano stati trovati i graffiti rupestri ispirazione delle collezioni.
 In 1974 a troupe went to Algeria for 15 days to photograph tiles in the Sahara Desert, where the cave paintings that inspired the collection were found.

“Il passato non ritorna, il futuro è di chi innova anche la propria mente e di conseguenza il modo di operare”.

“The past will not come back, but the future has great things in store for those who innovate in their way of thinking and therefore their way of working.”

Romano Minozzi Founder



Future

MUSEO  STORICO

MUSEO STORICO

Via Ghiarola Nuova, 119
41042 Fiorano Modenese
Modena, Italia
+39 0536 862111

irisceramicagroup.com



Per maggiori informazioni visita
la pagina web del museo.

For more information visit
the museum's web page.

associato a
associated with



MUSEIMPRESA

Google Arts & Culture