ALL FOR TILES

MAGAZINE

TECNOLOGIA | MATERIE PRIME | SERVIZI | DETTAGLI | IDEE

1 APRILE - MAGGIO 2020

ALLFORTILES
Al lavoro in vista dell'edizione 2020

Speciale Spagna
Meno produzione, più fatturato

CASE STUDY
La sinergia vincente della collaborative industry

Aziende
Ricerca e sviluppo: tutte le novità

Scarica la App Ceramicanda e guarda il TG Dstretto

Tutti i giorni alle 12:00 l'informazione ceramica

Download Ceramicanda App and watch the TG Dstretto

Every day at 12:00 ceramic information

GET IT ON Google Play

Download on the App Store

I NUMERI DELLA PRIMA EDIZIONE 2019

THE NUMBERS OF THE FIRS EDITION 2019

17 Convegni
Conferences
Relatori
Speakers
22
126 Espositori
Exhibitors
Start Up 6
2 Arene Video
Cinemas
5.741
Utenti Web
Web Users
31.239
Visualizzazioni di pagina
Page Views
5.000
Visitatori
Visitors

SACMI.COM

CONTINUA+

Sempre più motivi per scegliere l'eccellenza

PIÙ PRODUTTIVITÀ

Fino a 21,460 m²/giorno ed il più basso costo operativo. Un'infinita gamma di opzioni in perfetta sincronia tra decoro digitale a secco e ad umido.

PIÙ CONNETTIVITÀ

Nativamente connessa a H.E.R.E., la piattaforma che massimizza il potenziale Digital Manufacturing 4.0

PIÙ SOSTENIBILITÀ

Il più basso consumo energetico sul mercato, fino all'80% in meno rispetto a soluzioni alternative.

SACMI
ENDLESS INNOVATION SINCE 1919

EDITORIALE

In corsa contro il tempo: traguardo il 26 e 27 novembre

La macchina organizzativa si è già messa in moto

di Roberto Caroli
carocaroli@ceramicanda.com

Sarà un lungo cammino, ma lo abbiamo cominciato con lo stesso entusiasmo con il quale pensammo, nel 2017, la prima edizione di ALLFORTILES e con il quale abbiamo scelto, l'anno scorso, di affiancare il momento di incontro e confronto affidato ad approfondimenti e dibattiti che 'scrissero' la storia dei primi ALLFORTILES il tema espositivo che ha trasformato la due giorni di Ceramicanda nella 'fiera che non c'era', il primo appuntamento del genere a pochi chilometri dal distretto ceramico, presso i padiglioni della fiera modenese che già ha accolto l'edizione 2019.
La macchina organizzativa, ammesso che si sia mai fermata, è già in movimento in vista di un'edizione che sappiamo già sarà la più difficile, perché se nel 2019 sorprendemmo, oggi si tratta non solo di confermarsi, ma di consolidare e crescere. Mica facile ma, ci siamo detti, vale la pena provarci e ci siamo messi al lavoro studiando diverse novità delle quali vi metteremo progressivamente a parte. Alcune saranno tappe di avvicinamento all'edizione 2020 del nostro evento, altre saranno parte di un programma oggi in divenire ma che, siamo sicuri, non deluderà, regalando altro spazio al mondo dell'innovazione. Anche perché ALLFORTILES è una nostra invenzione, ma è anche, e soprattutto, la 'vostra' fiera....
E come tale la stiamo pensando, e rinnovando. Qui, intanto, la sezione della nostra rivista dedicata alla 'fiera che non c'era', cui abbiamo voluto riservare uno spazio ad hoc, all'interno del quale saranno protagonisti l'eccellenza e l'innovazione, punti di forza di tante aziende e, perché no, anche di ALLFORTILES...

ALL FOR TILES

Anno XXI - Numero 138 - APRILE - MAGGIO 2020
(Chiuso in tipografia il 14/05/2020)

Una copia: euro 4,00 Abbonamento annuale
6 numeri: euro 24,00 - C.C.P. nr. 11777414

DIRETTORE RESPONSABILE
Roberto Caroli
carocaroli@ceramicanda. com

COLLABORATORI
Daniela D'Angeli, Stefano Fogliani, Edda Ansaloni, Paolo Ruini, Claudio Sorbo, Massimo Bassi, Enrico Bertoni

CERAMICANDA garantisce la massima riservatezza dei dati forniti e la possibilità di richiederne gratuitamente la rettifica o la cancellazione scrivendo al responsabile dati Ceramicanda via De Amicis, 4 - Veggia di Casalgrande (RE). Le informazioni custodite nel nostro archivio elettronico verranno utilizzate al solo scopo di inviare proposte commerciali. In conformità alla legge 675/96 sulla tutela dati personali e al codice di autodisciplina ANVED a tutela del consumatore

EDITORE
Ceramicanda s. r. l.
Pubblicazione registrata presso il Tribunale di Reggio Emilia al n° 986 in data 19/04/99
Spedizione in abbonamento postale art. 2 comma 20/c legge 662/96 - In attesa di Iscrizione Registro nazionale della Stampa

PUBBLICITÀ
Ceramicanda s. r. l.
Via De Amicis, 4, 42013, Veggia di Casalgrande (R. E.)
Tel. 0536. 990323 - Fax 0536. 990402
promozione@ceramicanda. com

PROGETTO GRAFICO
AdverCity.it

IMPAGINAZIONE
gilbertorighi.com

STAMPA E CONFEZIONE
Grafiche MDM

Si autorizza la riproduzione di fotografie e testi purché recante citazione espressa della fonte

CERAMICANDA
COMMUNICATION PROPOSALS

CERAMICANDA TV CHANNELS
il Distretto FREEPRESS
ALL FOR TILES FIERA
Andàm fòra... GUIDA

Via De Amicis, 4
42013 Veggia di Casalgrande (RE)
T. +39 0536.990323
F. +39 0536.990402
redazione@ceramicanda.com
ceramicanda.com

SOMMARIO

2 **Editoriale**
In corsa contro il tempo: traguardo il 26 e 27 novembre

7 **Speciale Spagna**
La 'via iberica' alla competitività: meno metri quadrati, ma più 'cari'

15 **Intervista**
Paolo Mongardi: «Dobbiamo restare un passo avanti»

17 **Intervista**
Paolo Lamberti: «Fare sistema per affrontare nuove sfide»

19 **La novità**
È cominciata la 'lunga marcia' di ALLFORTILES 2020

28 **Prodotti**
La pulizia e l'igienizzazione delle superfici ceramiche

29 **Impianti**
Da Airoprotech un nuovo combustore anti-emissioni per Rondine Group

30 **Case study**
La sinergia vincente nella 'collaborative industry'

33 **News aziende**
Impianti e servizi

PRIMO PIANO
22 Torrecid
24 BMR
26 Bonetti

36 **Grazie per averci scelto**

Best Squaring and Lapping Performance

IDEAS TECHNOLOGY RESOURCES HISTORY
THE ESSENCE OF LEADERSHIP.

A leader for more than forty years in the design
and manufacture of lapping, polishing,
calibrating and squaring lines for ceramic products.
Caring for nature and human beings.

BMR®
made in Italy

vernís

walking together

www.vernis.es

www.colorificiovernisitalia.com

Vernis Italia Srl
Via Montegrappa 23
41042 Fiorano Modenese (MO)
Tel +390536920365
Fax +390536920367

Costi, logistica, prezzo e qualità: le 'baldosas' viste dagli italiani

«I produttori spagnoli godono di vantaggi pazzeschi, l'Italia deve compensare il gap con la creatività e gli investimenti». Ecco il parere di alcuni dei 'nostri' imprenditori sull'eterno derby tra Italia e Spagna raccolti a margine della 38ma edizione del Cevisama

A cura della redazione

Una volta nemmeno ci si andava, al Cevisama, «perché – si diceva - è una fiera marginale». O ci si andava giusto per misurare quanto fossero lontani, i nostri cugini spagnoli che producevano ceramica, dall'eccellenza del made in Italy. Più di recente, invece, in diversi hanno scelto Valencia per andare a studiare 'le magnifiche sorti e progressive' di un settore, quello spagnolo, assurto a rango di concorrente da tenere d'occhio, e negli ultimi anni il Cevisama è diventato quasi uno stadio, dove ogni inizio d'anno si comincia a giocare l'eterno derby tra Italia e Spagna che si chiude quando le rispettive associazioni diffondono dati e statistiche, rivendicando ognuna la sua eccellenza.

L'eterno derby tra prezzo e qualità

Da una parte le 'baldosas', dall'altra le piastrelle, tra le une e le altre occhiate fitte, che si sono infittite in questi ultimi anni che hanno visto

Spagna e Italia sorpassarsi e controsorpassarsi. Perché il made in Italy è il made in Italy, ok, «ma questi spagnoli sono bravi, e stanno diventando bravissimi». E restano bravi anche in questo 2020, che a Valencia, con il Cevisama, ha aperto l'anno ceramico suggerendo ai nostri concorrenti iberici le stesse incognite che gli ultimi anni hanno suggerito ai produttori italiani. Perde metri quadri, la Spagna, e se cresce in fatturato decresce altrove. Nel consumo di smalti (-6%) e nel settore delle macchine (-30%), che si combinano alle perplessità legate a costi di produzione destinati a levitare via via che si faranno più stringenti i controlli sulle emissioni, oggetto delle preoccupazioni della maggioranza dei produttori iberici. Mal comune mezzo gaudio, tuttavia, è proverbio che non si attaglia al *sentiment* che un Cevisama da record (847 espositori di cui 395 esteri, 90mila visitatori) consegna al 2020 che verrà.

La Spagna si attrezza...

La Spagna da tempo guarda ai mercati evoluti, li blandisce e ne conquista quote, li studia e li presidia. E si attrezza alla competizione globale anche con le aggregazioni, ultima in ordine di tempo quella che ha visto Pamesa, a giugno già protagonista dell'acquisizione di, trovare anche l'accordo per l'acquisizione del 50% del capitale sociale di Argenta Ceramica e Cifre Ceramica. L'evoluzione di una concorrenza che si fa più selettiva fa, inevitabilmente, drizzare le antenne anche agli imprenditori di casa nostra, che sotto sotto i conti con i cugini li fanno da sempre. I dati del settore ceramico spagnolo si conoscono, le criticità anche, ma tra i padiglioni della fiera mica si danno i numeri. Si raccolgono opinioni e punti di vista e l'idea è che, pur in un contesto non semplice, «il vantaggio della Spagna c'è, ed è evidente: nei costi, nelle infrastrutture, nella burocrazia, anche se – spiega **Stefano Compagni**

di Mectiles – gli italiani fanno comunque prodotti migliori». Ma basta, farlo meglio, di questi tempi? La domanda si rincorre tra i padiglioni del Cevisama, solcati da imprenditori italiani che alla Spagna invidiano soprattutto quelle opportunità che a loro il Belpaese ha (quasi) sempre negato, o concesso con manica mai troppo larga. «Stiamo valutando investimenti simili tra loro, uno in Italia e uno in Spagna, ovvero uno stabilimento da 6mila metri quadri. Farlo in Spagna – spiega il Presidente di Sicer **Gianfranco Padovani** – costa, preventivi alla mano, esattamente la metà di quanto costa farlo in Italia. I vantaggi di cui si gode qui sono pazzeschi». Sulla stessa linea muove **Claudio Casolari**, presidente di Ceramicolor, che guarda a quella concorrenza di prezzo «che da' bene l'idea di un insieme che funziona, al di là di una qualità del prodotto spagnolo ancora lontana dal prodotto italiano». Della crisi (crisetta) spagnola scritta nei dati, insomma, non si fida nessuno.

... e corre forte

E la Spagna, dicono altri, ha capito che non si corre solo sul prezzo, e si è attrezzata di conseguenza perché un mercato più stretto è, va da sé, più selettivo. E le performances spagnole vanno comunque considerate, anche perché sono frutto di un sistema che funziona, e hanno una loro vivacità. Poi è vero che, spiega **Stefano Giordani**, Responsabile Marketing di Cooperativa Ceramica d'Imola, che «estetica e prezzo non fanno più la differenza su un mercato come quello di oggi», ma è anche vero, registra **Lauro Palazzi**, Responsabile di Smalticeram Spagna, che «se la Spagna ci segue ma resta indietro, la loro economia cresce, la nostra, in Italia, è in stallo». Il derby è appena cominciato, le prossime tappe sono gli scenari economici, la geopolitica che verrà, la sfida dell'innovazione, quella delle emissioni, quella della logistica che si aggiungono a quella del prodotto...

«Possiamo crescere ancora sui mercati maturi»

Alberto Echevarria, Segretario Generale di Ascer, fa il punto sul settore ceramico spagnolo: «la partita si gioca su emissioni e logistica»

A cura di Roberto Caroli e Stefano Fogliani

Alberto Echavarria

«Contiamo di mantenere le nostre posizioni sui mercati su cui siamo più stabili, anche se siamo in un momento di rallentamento a livello locale». **Alberto Echavarria**, Segretario Generale di Ascer, l'associazione dei produttori ceramici spagnoli, fa il punto a margine di Cevisama, fin qua l'unica fiera passata indenne dall'emergenza Covid-19, individuando il punto di forza della baldosa nella crescita sui mercati più solidi: «Sono quelli – dice - su cui ci interessa essere forti»

Come guardate al futuro?

«Speriamo di mantenere una linea di crescita simile a quella che abbiamo avuto fino ad ora, o comunque di poter limitare gli effetti legati alla situazione economica globale. L'auspicio è quello di consolidare le nostre posizioni sui mercati dove ora siamo più stabili come Francia e USA ed affacciarci su zone, penso alla Russia, dove ci piacerebbe che la situazione fosse migliore»

Un'incognita potrebbe essere la nuova normativa europea sulle emissioni....

«Ci preoccupa. Nel nostro caso, durante gli ultimi 5 anni, abbiamo sopportato oltre 20 milioni di euro di costi di CO2, oltre la metà dei quali sono stati spesi nell'ultimo anno: il rincaro è evidente, e da qui al 2025 potremmo spendere persino 200 milioni di euro».

I produttori spagnoli temono di più gli indiani o i cinesi?

«Quella dei produttori cinesi è una concorrenza feroce, mentre gli indiani vanno comunque tenuti in considerazione, soprattutto sui mercati che hanno economie sviluppate, e sui quali abbiano grandi interessi anche noi»

Ascer è molto attenta al prezzo dell'energia e del gas: che tipo di aspettative ci sono in questo senso?

«Una recente revisione delle tariffe da parte della Commissione Nazionale del mercato di concorrenza qualcosa ha migliorato, ma riteniamo che ci sia ancora molto da fare, anche perché l'energia vale più del 13% dei nostri costi di produzione»

La logistica è un altro asset imprescindibile...

«Ci stiamo attrezzando: il porto di Castellón sta per fare un investimento, privato, di 37 milioni di euro che garantirà benefici non solo al nostro distretto e all'industria ceramica, ma all'intero sistema logistico. Ma non c'è solo il porto: a nostro avviso è fondamentale che si continui ad investire nello sviluppo e nella costruzione del corridoio mediterraneo, ed è fondamentale si raggiunga un accordo col porto di Valencia. Anche in vista del 2022, quando Valencia sarà capitale mondiale del design: per le nostre aziende è una grande opportunità».

«Il contesto attuale spinge alle integrazioni»

Armando Meletti sull'acquisizione del business ceramico di Ferro da parte di Esmalglass. «Se il mercato non cresce esponenzialmente la tendenza è l'aggregazione»

A cura di Roberto Caroli e Stefano Fogliani

Armando Meletti

L'operazione con cui Esmalglass ha acquisito il business ceramico di Ferro è, a suo modo, paradigmatica del momento della ceramica spagnola, che si attrezza per affrontare le sfide di un mercato sempre più selettivo, ed è stata oggetto di più riflessioni in occasione della 38ma edizione del Cevisama, nel corso della quale è apparso di tutta evidenza come «il settore ceramico spagnolo abbia un suo dinamismo». La pensa così Armando Meletti, AD di Esmalglass Itaca Italia, ad avviso del quale «la capacità degli spagnoli di cambiare pelle è un fattore di sviluppo. Hanno fatto – spiega Meletti – un'efficace politica di riqualificazione del prodotto, e hanno investito molto sui beni strumentali»

Non tanto quanto gli italiani...

«Vero, ma ne seguono le orme. E come gli italiani, proprio grazie alla loro capacità di adattarsi, esportano dove esportano gli italiani, con dinamica di prezzo non priva di efficienza»

Come legge il calo della quantità di smalti venduti da parte dei colorifici: si parla di un 6% globale...

«C'è sempre un minor utilizzo dei nostri materiali, che nasce dall'efficientamento dei processi produttivi in atto presso gran parte delle aziende»

Plausibile la preoccupazione degli spagnoli rispetto all'emission trading...

«Sì: facile i costi si alzino, ma bisogna sottostare al fatto che la politica decide e che bisogna lasciare integro l'ambiente. Ed essere consapevoli che una maggiore efficienza dei processi gioverà a tutti. Anche a industrie chiamate a studiare qualcosa di nuovo a livello di forni, essiccatoi e di atomizzatori. Il processo produttivo può essere ulteriormente ottimizzato»

Se al Cevisama di qualche anno fa le avessero detto che Esmalglass comprava Ferro...

«Avrei detto, andiamo a bere una birra che è meglio...»

Invece...

«Invece il mercato sul quale lavoriamo è maturo ed è maturo il settore ceramico. Quando c'è un contesto macroeconomico di questo tipo si tende ad aggregarsi, a creare relazioni e sinergie. Il processo è cominciato con le ceramiche, con l'entrata della finanza nel settore, e riguarda anche altri settori. Quando il mercato non cresce esponenzialmente la tendenza è l'integrazione»

Ed un piccolo colorificio, di fronte ad un colosso come quello che si è creato con questa operazione, deve preoccuparsi?

«Non credo: piccoli e grandi colorifici trovano spazio finchè producono innovazione. Non conta essere grandi o piccoli, conta il cuore che si mette nelle cose, e quando le cose si fanno col cuore si vede».

«In Spagna performances molto interessanti»

Luca Bazzani, AD di System Ceramics, parla di congiuntura complessa, «ma – dice – continuiamo ad innovare»

Luca Bazzani

«Il dato è sicuramente preoccupante, ma è un dato medio di settore». Questo il parere dell'AD di System Ceramics, Ing. Luca Bazzani, a proposito delle stime diffuse, a margine del Cevisama, dall'associazione dei produttori spagnoli di impianti, che parlano di un possibile calo del 30%. «Il 2019 non è stato un anno felicissimo, ma ce lo aspettavamo»

Compenserete con le macchine nuove ?

«Stiamo lavorando e continuiamo a lavorare con delle innovazioni. Qui a Cevisama, in particolare, presentiamo l'Infinity, la macchina digitale di ultimissima generazione, il top di gamma del mercato ceramico che attualmente è già in produzione da alcune aziende del comprensorio italiano e presso qualche cliente anche qui in Spagna, dove un'altra macchina molto apprezzata è Superfast, la nostra pressa innovativa, che cambia e trasforma il concetto di pressatura»

Un'opinione su questi spagnoli che stanno andando comunque forte?

«I nostri clienti qui in Spagna hanno delle performance molto interessanti, sia dal punto di vista dei volumi, che dal punto di vista della qualità dei prodotti. Naturalmente le nostre macchine aiutano»

Cosa la sorprende rispetto all'Italia?

«Noi italiani abbiamo sempre la voglia di fare questi paragoni, ma di quest'area della Spagna possiamo apprezzare le infrastrutture e tutto quello che è stato fatto per le aziende: vediamo un sistema che ha funzionato e che ha dato dei servizi alle imprese»

Cresce il fatturato, calano i volumi

Il 2019 della Spagna: meno metri quadri, ma più 'cari'. In flessione colorifici e impiantisti

A cura di Enrico Bertoni

L'industria spagnola delle piastrelle ha chiuso il 2019 con una crescita del 4%, superiore a quanto inizialmente previsto. Il settore ha raggiunto un fatturato totale di 3.740 milioni di euro, il 75% dei quali realizzati al di fuori della Spagna, con un incremento sensibile su mercati strategici quali quello statunitense. Negli USA la Spagna ha aumentato le vendite del 17%, compensando con un

«Servono nuove idee per creare valore»

Secondo Fabio Tarozzi, Presidente di Siti B&T Group, «il mercato vive di cicli: dobbiamo saper leggere quanto accade»

Fabio Tarozzi

Un evento presso il Palau de les Arts Reina Sofia per presentare l'approdo più recente della ricerca di SITI B&T Group. Un evento «con cui festeggiamo l'avvio di una nuova linea a Castellon realizzata con le tecnologie *SUPERA®*, dedicate alle grandi lastre. Una vetrina completa per la ricerca e le capacità delle diverse aziende che fanno parte del nostro Gruppo, per la quale – spiega Tarozzi - abbiamo scelto una location a suo modo unica, come la nostra tecnologia che ci permette realizzazioni come queste»

Questo palazzo è uno dei simboli della comunità valenciana, realizzato da un archi-star come Santiago Calatrava...

«I cui tratti distintivi sono innovazione, design e creatività, valori che ispirano da sempre anche il nostro modo di fare impresa, ovvero accettare scommesse sfidanti come quelle intraprese con *SUPERA®*.»

Di coraggio ne servirà: si parla di un calo anche del 30% per il settore dei macchinari per ceramica...

«Il mercato vive di cicli, determinati da cause diverse e di differente natura. Stiamo attraversando la fine di un ciclo ma, insegna l'economia, bisogna saper leggere quanto sta accadendo e prepararsi al mercato che cambia e si consolida, anche attraverso la concentrazione di imprese»

Cosa serve, in un momento come questo?

«Servono idee nuove in grado di creare valore: il problema della ceramica è un prezzo medio ancora troppo basso».

incremento ragguardevole il forte calo registrato su altri mercati tradizionali, principalmente nel Medio Oriente. Si consolano, gli imprenditori iberici, con il mercato interno (940 milioni, +4% sul 2018) con la crescita sui mercati maturi: detto infatti degli Stati Uniti, la Francia resta il principale approdo per la produzione spagnola (302 milioni, +8%), e stupisce anche l'incremento (+6,7%) registrato nel Regno Unito, condizionato dalla necessità dei distributori locali di aumentare le scorte a magazzino in vista della Brexit. Il buon andamento delle vendite contrasta, tuttavia, con un calo della produzione, da 530 a 503 milioni di metri quadrati prodotti, che si riflette a sua volta sui dati diffusi anche dalle associazioni che raggruppano gli impiantisti e i colorifici, le cui stime, ancorchè ufficiose, raccontano inattese sofferenze. Il giro d'affari dei primi si aspetta un calo del 30%, mentre per i colorifici si parla di un -7%.

ALL FOR TILES

DETTAGLI, SOLUZIONI, IDEE
PER L'INDUSTRIA CERAMICA

DETAILS, SOLUTIONS, IDEAS FOR THE CERAMIC INDUSTRY

CERAMICA NDA

«Dobbiamo restare un passo avanti rispetto ai competitors esteri»

A cura della redazione

Secondo il Presidente di Sacmi Paolo Mongardi «il contesto sul quale siamo abituati a muoverci cambierà profondamente»

Paolo Mongardi

«Il mondo cambierà e le aziende dovranno cambiare il modo di lavorare». Paolo Mongardi, Presidente di Sacmi, guarda già ad un dopo-emergenza che, fosse per lui, sarebbe già cominciato per diverse filiere produttive («ma la politica ha frenato, anche se non capisco il perchè») ma sembra ormai prossimo, «anche considerato che gli standard di sicurezza, all'interno delle nostre aziende, sono ampiamente rispettati. Così, credo proseguiremo con lo smartworking per gli impiegati, anche per evitare concentrazioni all'interno di uffici che torneranno alla normalità solo tra qualche tempo, mentre sui reparti produttivi abbiamo già predisposto tutte le misure tese a preservare la sicurezza degli addetti»

Cosa vi ha insegnato questa emergenza?

«Credo abbia velocizzato la digitalizzazione delle persone, facendo fare a tutti un salto tecnologico che questa fase ha accelerato. Come Sacmi, ad esempio, abbiamo messo in condizione oltre 2mila dei nostri 3mila addetti in condizione di lavorare da casa...»

Che mercato troverete alla ripresa?

«Noi siamo andati avanti con tutti i nostri progetti, ma cambieranno molte cose a livello di contesto. Immagino avremo rapporti diversi dal punto di vista 'sociale', si viaggerà meno, e si tratterà di rafforzare le nostre unità di business che sono più vicine ai clienti. Sarà complicato 'muovere' tecnici e commerciali, e credo diventerà strategico appoggiarsi alle 70, 80 realtà della galassia Sacmi che presidiano i diversi mercati. Nessun dubbio che il contesto sul quale siamo abituati a muoverci cambierà profondamente»

Cambieranno anche le fiere, che per il vostro settore sono un appuntamento strategico..

«Quasi inevitabile. Il pregio delle fiere è la capacità di raccogliere attorno agli eventi moltissimi visitatori, ma finchè la gente non sarà tranquilla immagino sarà tutto più complicato...»

Un'idea potrebbe essere quella di 'allungarne' i tempi di svolgimento...
«Non necessariamente. Immagino piuttosto a fiere diverse, non a quelle in cui le nostre aziende portano macchinati completi e mostrano, in un certo senso, i muscoli con allestimenti anche imponenti che alzano i costi. Aziende come le nostre, in occasione di certi appuntamenti, sono abituate a portare macchinari completi, quasi ad avviare una ceramica a beneficio dei visitatori...»
Corre voce che il Tecnargilla potrebbe essere spostato a febbraio 2021, o almeno ci risulta che in ACIMAC se ne stia ragionando...
«E' la prima volta che ne sento parlare, anche perché in ACIMAC abbiamo i nostri rappresentanti ma non vado io direttamente. Il rischio è fare una fiera a beneficio dei soli italiani, perché è difficile pensare che a settembre sia tutto risolto. A freddo potrei dire che forse spostare in avanti potrebbe essere meglio, ma come ho già detto io in ACIMAC non vado»
Risulta invece che potrebbe andarci molto presto: a maggio si vota per la presidenza e i candidati sarebbero proprio Paolo Mongardi di Sacmi e Paolo Lamberti di Tecnografica. Grandi e piccole aziende in lizza...
«La differenza la fa la persona, non l'azienda che rappresenta. La Presidenza è portatrice dell'interesse di tutte le aziende associate, non delle singole realtà, siano esse grandi o piccole. E' un ruolo che porta avanti le idee di un settore inteso nel suo insieme, non metterei i termini 'grandi' e 'piccole' in contrapposizione»
Cosa serve, oggi, al vostro settore?
«Tutta la manifattura deve restare un passo avanti rispetto ai competitors stranieri che erodono le nostre quote di mercato. Il mercato si è ristretto, è sempre più selettivo e ritengo sia importante far capire al mondo che i nostri investimenti in ricerca e innovazione si traducono in un valore aggiunto che è giusto sia riconosciuto. Il nocciolo è questo: se la mettiamo sulla quantità la partita non possiamo vincerla ma ricerca e innovazione sono roba nostra, inteso come made in Italy».

Cambio al vertice per Acimac

In scadenza il mandato dell'attuale Presidente Paolo Sassi

A cura della redazione

L'ultima verità, intesa come verità ufficiale, la conosceremo più avanti, ma sono in corso da tempo e sono arrivate alla 'stretta decisiva' le 'grandi manovre' destinate a dare ad ACIMAC un Presidente che succeda a Paolo Sassi, numero uno di BMR e Presidente uscente dell'associazione dei costruttori italiani di impianti, macchine, attrezzature e materie prime e servizi per l'industria ceramica. In lizza ci sono il Presidente di Sacmi Paolo Mongardi e il Presidente di Tecnografica Paolo Lamberti, attuale Vicepresidente dell'associazione che ha sede a Villa Marchetti. Dove sarebbe già al lavoro la Commissione, composta da tre 'saggi' deputata ad individuare una o più candidature da sottoporre al consiglio direttivo, la cui designazione verrà poi ratificata, a giugno, in occasione dell'assemblea generale dell'associazione che rappresenta 150 aziende che 'valgono' circa 1,8 miliardi di fatturato.

«Sarà un anno di grande cambiamento»

Secondo Paolo Lamberti di Tecnografica «per le aziende si tratterà di fare sistema per affrontare nuove sfide»

A cura della redazione

Paolo Lamberti

«La preoccupazione, oggi, è quella di non ritrovare più, quando ripartiremo, le condizioni che c'erano prima. Adesso si tratta, di fronte ad un mercato che cambierà, di essere ancora più efficaci nel fare sistema». Detta la linea, Paolo Lamberti: il numero uno di Tecnografica è uno dei candidati alla Presidenza di Acimac, e spiega come «mai come quest'anno saremo posti di fronte ad un cambiamento che ci imporrà di vedere in modo nuovo le dinamiche tra le aziende, il loro modo di proporsi al mercato o di promuoversi attraverso gli appuntamenti fieristici»

A proposito di fiere... per Tecnargilla di parla di rinvio al febbraio del 2021...

«La fiera ha bisogno di tempo per essere preparata nel modo giusto, e la logica vorrebbe andasse di pari passo con il Cersaie. Diciamo che stiamo affrontando il tema, ma fin qua non sono emersi orientamenti in merito»

Le cose sembrano più definite in Acimac, dove il cambio al vertice è certo...

«Si va verso cambiamenti forti, come del resto è ovvio in un settore in continua evoluzione come il nostro. Occorre che le aziende facciano sistema tra di loro, che cerchino di ampliare i mercati, che facciano valere la loro eccellenza tecnologica anche in altri settori. Siamo di fronte ad una serie di sfide che andranno affrontate anche a livello associativo»

La parola d'ordine è diversificazione...

«Tanto è stato fatto e tanto si può ancora fare per alzare la competitività dell'intero sistema»

Si è candidato alla Presidenza di Acimac...

«Mi piacerebbe poter fare un lavoro importante per le aziende associate, con le quali come Tecnografica abbiamo rapporti trasversali e consolidati. Proprio nell'ottica di fare sistema in modo più efficace»

L'altro candidato è Paolo Mongardi di Sacmi: la partita si gioca tra grandi gruppi e aziende più piccole...

«La cosa principale è la valorizzazione delle diverse aziende che compongono il sistema. Non ci possono essere grandi società piccole e piccole società grandi: siamo tutti parte di un'unica realtà complessa all'interno della quale fare sistema rende ogni azienda più forte. Si tratta di parlarsi, e di avere idee ancora migliori rispetto a quelle sulle quali abbiamo lavorato finora».

be different
be colourful

SMAC

Ceramic tiles, bricks and roof tiles glazing equipments

OFFICINE SMAC SPA
Fiorano Modenese - Italy
www.smac.it - info@smac.it

È cominciata la 'lunga marcia' di ALLFORTILES 2020

A cura di Enrico Bertoni

Già in distribuzione il media-kit dedicato all'evento promosso da Ceramicanda in programma il prossimo 26 e 27 novembre presso ModenaFiere

E' già in moto, e da tempo, la macchina organizzativa di ALLFORTILES. La linea del traguardo è fissata al 26 e 27 novembre prossimi, ma l'organizzazione è già al lavoro per promuovere i tanti strumenti che ci (e vi) accompagneranno da qui alla due giorni di Ceramicanda, in programma presso ModenaFiere. Opportunamente rivisto e aggiornato, è già stato stampato, ed è in distribuzione presso tutte le aziende, il media-kit relativo all'edizione 2020 di ALLFORTILES, uno strumento agile e veloce, facilmente consultabile, che raccoglie le tante opportunità riservata ai nostri partners per lasciare un segno tangibile della propria

presenza alla due giorni di Ceramicanda, che manterrà, innovandolo, il carattere che la ha permesso di raggiungere, nel 2019, numeri di tutto riguardo. Tremilacinquecento visitatori, 126 espositori cui si sono aggiunte, nella sezione loro dedicata. 6 start up, due sale video, una sala convegni al cui interno si sono svolte 17 conferenze che hanno visto intervenire 26 relatori i riscontri consegnati a Ceramicanda dall'edizione 2019, che ha avuto eco importante anche sui mezzi di comunicazione tradizionale oltre che sul web, con 5741 utenti che si sono collegati per visualizzare i contenuti del sito www.allfortiles.it e oltre 31mila visualizzazioni delle pagine web attinenti alla due giorni di Ceramicanda. Da questi numeri siamo ripartiti per 'pensare' l'edizione 2020: l'occasione di incontro e confronto tra le tante realtà che gravitano attorno al settore ceramico, e per il settore ceramico hanno proposte in grado di accrescerne l'eccellenza e la competitività non verrà meno alla sua matrice originaria, ma si propone di allargare ancora di più, il prossimo novembre, il proprio spettro di osservazione, abbracciando più settori e discipline, coinvolgendo diverse realtà unite, tuttavia, dal *fil rouge* dell'innovazione e regalando loro nuovi spazi e nuove occasioni di visibilità, attraverso un ventaglio di proposte sempre più ampio e personalizzabile, in grado di assecondare ogni tipo di richiesta da parte di espositori, sponsor e partners. In questa direzione, ovvero quella di ampliare un universo che ha trovato nella 'fiera che non c'era' una sua dimensione compiuta ma non necessariamente completa, va anche la nascita di questo ALLFORTILES magazine, parte di un più ampio restyling della nostra rivista Ceramicanda, attraverso il quale si integrano e si saldano i due mondi, differenti e complementari, che il Gruppo editoriale fondato e diretto da Roberto Caroli ha scelto di esplorare e raccontare, puntando con decisione su formule innovative che agiscono su diversi registri e a diversi livelli, lasciando interagire più voci all'interno di un unico coro. E mantenendo quello stile che ne contraddistingue la narrazione da oltre un ven-

tennio. Una sfida nella sfida, cui Ceramicanda non si è sottratta. Si tratta, del resto, di dare voce, e spazio, a realtà senza dubbio differenti tra di loro, di continuare a favorire, attraverso differenti strumenti di comunicazione, un momento di dialogo e di approfondimento, trasformando i nostri palinsesti (quello di ALLFORTILES non fa eccezione) in un incubatore di idee dal quale nascono altre idee. E si tratta di allargare ulteriormente il confine di un confronto tra realtà che, ognuna con le sue peculiarità ed eccellenza, recitano il loro ruolo su un unico palcoscenico: quello della evoluzione e della competitività al servizio del settore ceramico.

Torrecid guida il settore con le sue ultime innovazioni presentate in un particolare STYLE-CID: Store

Uno spazio unico, in cui convergono prodotti ceramici di altissimo livello, realizzato con le ultime innovazioni e tecnologie presenti sul mercato

A cura della redazione

Come già d'abitudine, il nuovo anno porta con sé una nuova edizione di Cevisama. In questa occasione, Torrecid ha puntato su STYLE-CID: *Store*, un fiore all'occhiello in cui convergono prodotti ceramici di altissimo livello, realizzato con le ultime innovazioni e tecnologie presenti sul mercato. Con un eccezionale design architettonico in un contesto estremamente particolare, STYLE-CID: *Store* è stato concepito per offrire ai clienti un'esperienza impossibile da replicare in un altro scenario. Si tratta di uno spazio unico, in cui risiede una collezione di pezzi con i design, le trame e gli effetti più all'avanguardia. Una combinazione perfetta di tecnologia e creatività in grado di creare i prodotti con il più alto valore aggiunto sul mercato, in uno spazio esclusivo nel centro della Capitale del Turia. Una serie di ambienti che hanno permesso al cliente di verificare in prima persona le caratteristiche e le funzionalità della ceramica di alta qualità.

Innovazione, marchio distintivo di Torrecid

Sin dalle sue origini, l'innovazione è stata la base di tutti i suoi passi. Per Torrecid non è una moda o una tendenza effimera, ma un processo continuo applicato a tutte le decisioni senza eccezione, con l'obiettivo di offrire ai clienti i prodotti e i servizi più avanzati ed adatti alle loro esigenze, in grado di distinguersi dal resto del concorrenti.

Questo costante impegno per l'innovazione ha portato numerose rivoluzioni nel settore ceramico, partendo dalla monocottura nel 1985, passando per le superfici lucide o le soluzioni antiscivolo, fino alla rivoluzione digitale con l'implementazione nel 2004 della prima Macchina per la decorazione digitale con inchiostri pigmentati. Passo dopo passo, tutto questo è culminato nella ceramica Full Digital che è in grado di applicare rilievi, finiture ed effetti attraverso un sistema completamente digitale, compatibile anche con smalti ed inchiostri

eco-sostenibili base d'acqua ECOINK-CID®.
Con tutte queste innovazioni, è stato possibile passare da una ceramica monotona, limitata e di piccolo formato a una ceramica leggera, di grande formato, con disegni irripetibili ed arricchita da un'estetica esclusiva. La sua evoluzione è stata tale che si è affermata come materiale di riferimento nei progetti di costruzione di architetti, designer e interior designer. L'ampliamento della linea di soluzioni eco-compatibili rimane una priorità per Torrecid. Gli ultimi sviluppi in questo senso sono gli smalti e gli inchiostri 2low-inkcid®. Tali soluzioni sono a bassa emissione, producono scarso odore e possono essere utilizzati con stampanti e testine convenzionali.
Durante questa edizione di Cevisama 2020, le ultime innovazioni lanciate dal Gruppo Torrecid sono state molto ben valutate dai clienti, sia nazionali che internazionali, che hanno visitato lo stand. I nuovi rilievi digitali, gli effetti metallizzati e reattivi, i top cucina, multiformato adattabili a tutti i tipi di spazi ed i grandi formati sono state alcune fra le più apprezzate. Tra queste ha spiccato però, senza alcun dubbio, la nuova generazione di inchiostri ad alta intensità cromatica, in grado di conferire ai pezzi una luminosità molto particolare e finora inedita. Questa innovazione inoltre, è anche in grado di rispettare l'ambiente lavorativo e quello circostante, portando avanti l'impegno di Torrecid nei confronti della sostenibilità ambientale. Per far fronte alle complicate prospettive previste per quest'anno 2020, vista la situazione economica e geopolitica globale, in questa edizione di Cevisama Torrecid ha lanciato numerose e importanti innovazioni, poiché l'innovazione è lo strumento fondamentale ed imprescindibile che deve essere utilizzato per uscire da tempi difficili. L'obiettivo del Gruppo è continuare ad evolversi e crescere sia nel settore ceramico che in molti altri in cui è già presente, senza scartare la possibilità di acquisizione di nuove società.

Il porcellanato a specchio secondo BMR

a cura di Claudio Avanzi

L'azienda scandianese si conferma leader nel fine linea, sviluppando tecnologie all'avanguardia sia per quanto riguarda il processo di squadratura, sia di levigatura e lappatura

BMR conferma la propria leadership nel segmento del fine linea ceramico, sviluppando tecnologie all'avanguardia sia per quanto riguarda il processo di squadratura, sia di levigatura e lappatura. Anche l'affermazione delle lastre nei principali mercati internazionali è stata affrontata da BMR con una flessibilità dimensionale e di movimentazione delle proprie macchine che consente di lavorare sia il grande formato, sia il formato tradizionale 600x600 mm.
Un grosso vantaggio impiantistico, che permette di ottenere molteplici servizi di squadratura e lappatura in una sola linea. Tale versatilità si sviluppa ulteriormente per il processo di lappatura nella capacità di realizzare specchiature di diversi livelli, fino all'ottenimento dell'effetto "lake mirror", ovvero la specchiatura perfetta, senza alcuna deformazione.
Infatti, a seconda della planarità della superficie della piastrella è possibile avere leggere deformazioni che rendono il riflesso sulla piastrella leggermente mosso.
Questo effetto non è legato alla qualità della lavorazione, poiché si tratta di superfici con diversità di planimetria pari a centesimi di millimetri: un valore che è impercettibile all'occhio umano, ma che è evidente sull'immagine riflessa e che può essere gestita a seconda del livello di lappatura desiderato.
Le moderne levigatrici LevigaPlus di BMR sono già predisposte per questi effetti poiché possono essere allestite con differenti teste spatolanti, ed effettuano le differenti lavorazioni sia sul gres porcellanato lappato tecnico monolitico o doppio caricamento, sia sul gres porcellanato smaltato con applicazione di cristallina in spes-

SUPERFICIE LUCIDA NON SPECULARE

PLT6
TESTA TANGENZIALE

PLT6
TESTA TANGENZIALE

PLT6
TESTA TANGENZIALE

SUPERFICIE LUCIDA "LAKE MIRROR"

PLS5
TESTA SATELLITE

PCS
TESTA CILINDRICA

PLT6
TESTA TANGENZIALE

sore che consente asportazioni di 0,5 mm.
Se si desidera una superficie lucida non speculare, la lappatura verrà eseguita con teste spatolanti tangenziali – es. PLT6 – che azzerano i microsolchi superficiali con effetto di lucidatura. L'effetto "lake mirror" si ottiene installando, nelle prime posizioni di lappatura, dalle 4 alle 6 teste satellitare (come la PLS5) o cilindriche (come la PCS), le cui caratteristiche si identificano nella rigidità e nella precisione dei meccanismi. Questo consente un perfetto piano di planarità, a cui le successive teste spatolanti tangenziali (come la PLT6) aggiungeranno solo l'azzeramento dei microsolchi superficiali con effetto di lucidatura.

Premessa: formati a partire dal 1200x1200 mm non consentono la calibratura dello spessore. La tecnologia lastre non richiede calibratura dello spessore.	**GRES PORCELLANATO SMALTATO**	**GRES PORCELLANATO TECNICO**
LEVIGA 1	Levigatura lieve su cristallina o smalto miscelato con cristallina	Levigatura lieve
Asportazione superficiale	0,2 / 0,5 mm	0,2 mm
Gloss	65-70	60-65
LEVIGA 2 La lappatura come ciclo finale di lucidatura ci dimostra che la levigatura è già compresa.	Lappatura	Lappatura
Asportazione superficiale	0,1 mm	0,1 mm
Asportazione complessiva	0,3 / 0,5	0,3 mm
Gloss finali	70 / 80	65 / 70
Piastrella da tecnologia tradizionale - Effetto "lake mirror"	Minimo spessore cristallina asportabile 1,0 mm	Asportazione 0,6/0,8 mm Probabile necessità di calibratura spessore
Piastrella da tecnologia lastre Effetto "lake mirror"	Minimo spessore cristallina asportabile 0,5 mm	Asportazione 0,2/0,4 mm

BMR è in grado di effettuare anche successivi processi di trattamento superficiale: generalmente, il primo è quello del decapaggio acido, effettuato per escludere eventuali ombreggiature derivanti dai lavaggi dopo posa con detergenti aggressivi. Per i trattamenti successivi, a seconda delle diverse tipologie di superfici, BMR offre due diverse soluzioni: TopCoat (che conserva i Gloss di lucentezza originale) e SuperShine, macchina per trattamento ad alta tecnologia che effettua una lavorazione termo-meccanica in grado di incrementare di 30 punti e oltre il grado di Gloss proveniente dalla lappatura.

Bonetti Pubblicità: insegne e totem Top class

Vent'anni di eccellenza nel campo delle insegne luminose esterne e dei totem aziendali

A cura della redazione

Bonetti Pubblicità nasce 20 anni fa in un garage in provincia di Reggio Emilia dai fratelli Bonetti , appassionati di design e profondi conoscitori dei materiali tecnici grazie agli studi ed alle esperienze lavorative effettuate in ambito tecnico e costruttivo. Fin dall'inizio l'azienda coglie nel totem (insegna dall'orientamento verticale), il prodotto sul quale puntare lo sviluppo in quanto elemento nuovo ed emergente, che consente alle attività una facile segnalazione introducendo un primordiale concetto di design, in quegli anni appannaggio di pochi. Infatti viene realizzato con materiali nuovi ed inusuali per la produzione standard di quell'epoca, rappresentata da semplici manufatti dal medesimo colore e forma. «Le nostre realizzazioni si contraddistinguono dai prodotti tradizionali grazie all'aspetto estetico nuovo e da una visione di qualità insolita per quegli anni». Questo processo consente a Bonetti Pubblicità di affermare sul territorio i suoi valori: qualità, creatività, customizzazione, design e passione per il prodotto "ben fatto" quindi durevole e performante nel tempo. «Questo non è stato sem-

plice in quanto l'immagine esterna dell'azienda è sempre stata considerata dagli imprenditori un elemento non essenziale per lo svolgimento dell'attività e quindi ridotto alla minima spesa». Oggi il vento soffia in una nuova direzione. Fare business significa dover affermare un brand, e questo si ottiene attraverso una serie di azioni che riguardano anche l'immagine aziendale, utilizzando i diversi media oggi disponibili. «Tra questi sicuramente annoveriamo il visual aziendale esterno. I prodotti sui quali puntiamo sono le insegne luminose esterne e i totem aziendali, disponiamo di oltre 2000 mq produttivi, oltre 2000 aziende servite annualmente, 1500 mq di materiale lavorato. Siamo soliti collaborare con i progettisti della committenza per studiare assieme la giusta soluzione e per dare forma alle loro idee, utilizzando la nostra fantasia per realizzare prodotti esclusivi per coloro che desiderano un impatto visivo accattivante. Particolare risalto vorremmo dare anche ad un aspetto al quale stiamo assistendo negli ultimi tempi, ovvero la grande diffusione dei magazzini verticali, che consentono alle aziende di poter disporre di un'ampia area a grande visibilità per valorizzare il proprio logo. Ci siamo così specializzati nella fornitura di insegne luminose di grande formato e soprattutto nelle soluzioni per il fissaggio su pareti non sempre adatte a tale scopo.

Il nostro processo produttivo inizia dalla verifica dell'esigenza aziendale, poi passa al progetto dell'insegna o totem corredato di rendering e offerta economica, prosegue con la produzione del manufatto all'interno delle nostre officine e si conclude con la posa in opera attraverso mezzi e nostro personale interno. Il tutto termina con la recensione che il cliente gentilmente ci lascia attraverso il nostro form dedicato su Google. Il nostro metodo di lavoro non lascia spazio alle incomprensioni e/o agli errori in quanto ogni dettaglio del lavoro viene concordato: colore, materiale, dimensione, forme. Solo così abbiamo potuto realizzare manufatti all'altezza di grandi gruppi aziendali con successo e soddisfazione per entrambi».

«Oggi la pulizia e l'igienizzazione sono fondamentali»

Le nuove necessità manutentive delle superfici ai tempi del Covid-19: il punto di vista di Francesco Pettenon, CEO di Fila

A cura della redazione

Francesco Pettenon

A voler fare una sintesi brutale, possiamo dire che, prima di questa transizione che ha cambiato il quotidiano di ognuno, quello della pulizia e igienizzazione delle superfici era tema marginale. Oggi, invece, pulizia, igienizzazione e sanificazione, sono temi oltremodo sensibili. «Prima eravamo una sorta di cassetta di attrezzi per le emergenze, cui ricorrere in caso di contestazione, oggi invece...». Francesco Pettenon, CEO di Fila, azienda che da oltre settant'anni opera nel settore della pulizia delle superfici, guarda alle tante opportunità che la contingenza di questo periodo sembra poter assicurare alla sua azienda, ad una nuova attenzione, da parte di consumatori e produttori, per un tema che diventa cardinale. «La sola igienizzazione e/o disinfezione delle superfici – dice - senza una precedente pulizia atta a rimuovere lo sporco accumulato può rivelarsi insufficiente. Lo sporco di fondo, se non ben rimosso, diventa ricettacolo di germi e batteri, ed oggi questo assunto è di tutta evidenza»

Prima di questa emergenza che sta cambiando le abitudini di tutti l'approccio era differente...

«Prima parlare di una protezione e lavaggio delle fughe, di pulizia post-posa, di contaminazioni batteriche era tema che non si può dire avesse grande sex appeal. Un pavimento non pulito passava come inestetismo,oggi invece lo sporco viene giustamente considerato come proliferazione batterica, e viene trattato di conseguenza»

Pulizia e igienizzazione vanno quindi di pari passo...

«Prima di igienizzare è fondamentale pulire. Un'igiene corretta delle superfici passa necessariamente da una corretta pulizia. Igienizzazione e sanificazione vengono dopo»

Per voi una transizione del genere può essere un'opportunità di business: nelle bozze dei nuovi decreti è previsto un credito di imposta del 50% per gli investimenti per l'igienizzazione delle aziende...

«Noi, rispetto ad altri settori, siamo effettivamente in controtendenza, e in questo periodo abbiamo lanciato una nuova gamma di prodotti per l'igienizzazione. Questo ci agevolerà e credo diventeremo una linea di prodotto fondamentale perché immagino che un domani il cliente finale non chiederà più soltanto un pavimento, ma chiederà come si igienizza quella superficie, che tipo di manutenzione richiede»

Non tutte le superfici sono uguali, tuttavia...

«Vero, ma il nostro know how permetterà di sopperire alla varietà delle stesse, facendoci diventare un partner strategico per gran parte dei players del settore».

Da Aiprotech il nuovo termocombustore di Rondine Group

L'impianto risolve il problema delle emissioni odorigene: un investimento da un milione di euro sul sito produttivo di Rubiera

A cura di Roberto Caroli e Stefano Fogliani

da sinistra Lauro Gatti, Graziano Verdi, Emanuele Cavallari, Giorgio Zanni

Un nuovo impianto per abbattere le emissioni odorigene della produzione. E' il punto di arrivo di un percorso intrapreso da Italcer presso lo stabilimento di Rubiera della ceramica Rondine, presso il quale è stato realizzato un termocombustore di ultima generazione studiato da Airprotech, azienda leader nella produzione di impianti di trattamento delle emissioni industriali, che risolve in maniera definitiva un problema «molto sentito dalla cittadinanza, e del quale ci siamo fatti carico da quando abbiamo acquisito l'azienda. E' comprovato che questo tipo di emissioni non ha alcun effetto dannoso, ma certamente non possono essere apprezzate. Abbiamo quindi deciso di intervenire – ha detto Graziano Verdi, AD di Italcer - scegliendo un partner che aveva grandi competenze in questo campo». Alla presentazione del nuovo impianto sono intervenuti anche il sindaco di Rubiera Emanuele Cavallaro e il Presidente della Provincia di Reggio Emilia Giorgio Zanni. L'impianto sta dando i risultati attesi, complice un abbattimento di oltre il 99% delle emissioni, e le analisi più recenti hanno rilevato una concentrazione di composti volatili pari a 1, sostanze organiche 1 e aldeidi 0,13, in assoluto i valori più bassi mai registrati fino a questo momento. «Ed è senza dubbio - spiega Lauro Gatti, CEO di Aiprotech - l'evoluzione tecnologica più all'avanguardia per l'eliminazione delle sostanze odorigene. I dati confermano che la tecnologia risponde in maniera adeguata alle necessità». Garantendo allo stabilimento rubierese di Rondine un ulteriore asset sul quale costruire il proprio percorso nel segno dell'evoluzione produttiva e della sostenibilità ambientale.

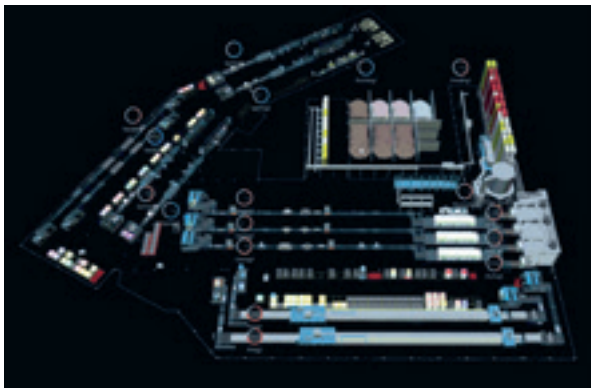
Ceramiche Mariner e System Ceramics: sinergia vincente grazie a Prime

Nel cuore del distretto ceramico il primo esempio di Collaborative Industry grazie ad un'innovativa piattaforma che gestisce l'intero flusso produttivo attraverso sistemi informativi evoluti

A cura di Stefano Fogliani

Le esigenze di personalizzazione della produzione, la riduzione dei lotti, fino alla possibilità di processare un unico prodotto, sono le nuove sfide con le quali l'industria manifatturiera si trova a confrontarsi. Una completa digitalizzazione dei processi, l'utilizzo delle risorse in condivisione e la gestione efficiente dei dati sono elementi fondamentali per lo sviluppo di un nuovo modello industriale, che guarda alla flessibilità e alla sostenibilità. A Roteglia in provincia di Reggio Emilia, nel cuore del distretto ceramico italiano è sorto il primo stabilimento completamente digitalizzato per la produzione di piastrelle in ceramica. **Ceramiche Mariner SpA** è l'azienda promotrice di questo nuovo paradigma industriale e Prime è la piattaforma software realizzata da **System Ceramics** che ha permesso di concretizzare questa idea di manifattura digitale. Dalla lavorazione delle materie prime alla realizzazione del prodotto finito, **Prime** gestisce l'intero flusso produttivo attraverso sistemi informativi evoluti, che utilizzando concetti moderni, è in grado di monitorare tutto il processo avvalendosi di un'unica interfaccia grafica di ultima generazione e attraverso tecnologie 3D. Ceramiche Mariner diventa così straordinario esempio di integrazione orizzontale e di *Collaborative Industry*: la scelta di utilizzare Prime mette in evidenza un nuovo concetto di *human-centered manufacturing*, dove al cuore dell'industria del futuro c'è l'informazione generata all'interno della fabbrica, che deve essere gestita e trasformata, grazie all'intervento umano, da semplice dato a conoscenza utile per migliorare il processo e la catena del valore. «Quando, nel 2016, abbiano pensato il nostro stabilimento avevamo ben in mente quali erano i cardini su cui esso doveva erigersi: flessibilità,

performance, qualità e interconnessione. Siamo riusciti perfettamente nel nostro intento con la regia di Prime. Basti pensare - spiega Giulia Catti, di Ceramiche Mariner - abbiamo prodotto oltre 130 articoli diversi in un solo mese: System Ceramics ha creato un potente sistema di efficientamento industriale, che opera sulla base dell'interconnessione di tutti i reparti, dall'ingresso in stabilimento delle materie prime fino alla spedizione del pallet, ma siamo solo all'inizio dello sviluppo più ampio di una vera manifattura 4.0». Questo approccio innovativo rappresenta una vera e propria evoluzione e trasformazione di ruolo per System Ceramics, che da costruttore di impianti e macchine per il settore ceramico, diventa anche fornitore di servizi all'avanguardia, in cui la struttura organizzativa, così come il modello di business, vengono ridisegnati in linea con i fondamenti della meccatronica, la quale ha trovato nella trasformazione digitale il suo alleato vincente. Già da diversi anni, infatti, System Ceramics è impegnata in un processo di digitalizzazione per offrire ai propri clienti soluzioni innovative di *smart manufacturing* che fino a qualche tempo fa, risultavano essere molto complesse.



C.T.M.

CENTRO TRASMISSIONI MECCANICHE SRL

IMPORT-EXPORT

K.S.B.

Bearings and Components

KPT

Power transmission

Siamo un gruppo giovane, che ha da poco superato i venticinque anni di attività, ma già estremamente noti nella distribuzione dei componenti tecnici per l'industria. I nostri marchi più importanti sono legati alle reali esigenze dei nostri clienti, laddove nella costante ricerca dell'eccellenza tecnica qualitativa, abbiamo formalizzato un'importante partnership con i brand KSB bearing components e KPT power trasmission che distribuiamo con esclusiva internazionale.

Nata nell'89 da una brillante idea del fondatore Bruno Severi CTM centro trasmissioni meccaniche si colloca oggi ai vertici del settore, forte anche di una moderna compagine operante all'interno dei nostri stabilimenti. CTM tratta anche altri marchi primari (***OPTIBELT - NKE - ASK - IWIS - TSUBAKI - VAMBERK - SKF - FAG - AIRON***) notoriamente riconosciuti come i migliori nell'ambito distributivo ed è sempre alla costante ricerca di ulteriori opportunità commerciali da condividere con la sua fitta schiera di clienti.

Collocata nel pieno della Ceramic Valley CTM è riconosciuta come una delle più importanti aziende territoriali nel comparto produttivo di zona.

Da anni CTM ha inoltre attivato linee di import-export che l'hanno resa un'importante realtà a livello nazionale ed internazionale

C.T.M. CENTRO TRASMISSIONI MECCANICHE s.r.l. - VIA VOLTA, 29 - TEL 0522 99 60 20 - VILLALUNGA DI CASALGRANDE (RE)

www.centrotrasmissionimeccaniche.com

E-mail: commerciale@ctmksb.com - imp.export@ctmksb.com - amministrazione@ctmksb.com

FLAMINIA, SICUREZZA E SMART HANDLING CON SACMI

Un impianto completo ad alto contenuto di tecnologia al servizio della smart factory sanitaryware 4.0

Dopo avere installato di recente un impianto completo SACMI ad alto contenuto di tecnologia, Ceramica Flaminia fa un ulteriore passo nella direzione dell'automazione 4.0 delle proprie linee produttive nella sede di Civita Castellana, nel viterbese. Interessata dall'ultima scelta di investimento è la linea di smaltatura, già equipaggiata con tutte le automazioni e predisposta per l'implementazione delle movimentazioni tramite veicoli laserguidati. In particolare, SACMI ha fornito una nuova isola di lavorazione per la movimentazione automatica dei pezzi, depositati sui carri in uscita dalla linea di smaltatura direttamente alla stazione per la soffiatura interna. Un ulteriore robot si occupa poi del trasferimento dei pezzi su nastro trasportatore che li avvia al reparto cottura. La soluzione, personalizzata e sviluppata in ottica 4.0, risponde peraltro a una precisa evoluzione del prodotto, lavabi e WC sempre più grandi e dal peso unitario importante, difficili da movimentare manualmente nel rispetto delle normative vigenti sulla sicurezza degli operatori. Per Flaminia, primario interlocutore del distretto di Civita Castellana, un altro passo nella direzione della totale automazione dello stabilimento, avvalendosi del miglior stato dell'arte della tecnologia SACMI al servizio della *smart factory sanitaryware 4.0*

BUONE PERFORMANCES PER BMR TRA RUSSIA E UCRAINA

L'azienda scandianese si conferma partner di riferimento per i produttori locali

BMR cavalca il buon andamento del mercato russo e ucraino confermandosi partner di riferimento per i produttori locali. Per l'azienda di Scandiano, che da oltre cinquant'anni produce macchinari e tecnologie per il fine linea ceramico, i due mercati continuano a presentare interessanti opportunità di sviluppo. Tra i principali clienti russi di BMR Kerama Marazzi, Unitile e Grani Taganaya, con i quali la collaborazione è continua e consolidata nel tempo. Anche in Ucraina - mercato in espansione che punta ad incrementare la produzione interna per ridurre le importazioni - BMR ha saputo intercettare le esigenze dei nuovi produttori di ceramica. Impianti BMR per la levigatura, lappatura, squadratura e trattamento delle superfici sono già in funzione negli stabilimenti dei più prestigiosi brand, come Kharkiv Tile Plant, Epicentr K, Atem e Intercerama.

FERRARI & CIGARINI AMPLIA LA SEDE SPAGNOLA

Anche un ampio showroom all'interno della filiale, operativa dal 2018

Ferrari & Cigarini, azienda di Maranello produttrice di macchine da taglio e profilatura di piastrelle, ha completato i lavori di ampliamento di Fercig España, la filiale spagnola operativa dal 2018 a Elda (Alicante). Accanto all'ufficio commerciale e al reparto di assistenza tecnica, ora la sede dispone anche di un ampio spazio showroom per mostrare tutte le macchine in funzione. L'ampliamento della sede supporterà meglio lo sviluppo delle relazioni commerciali di Ferrari & Cigarini nel distretto ceramico spagnolo, grazie alla vicinanza e alla possibilità di offrire un servizio di assistenza tecnica/commerciale ancora più veloce.

SITI B&T GROUP: OK AL PROGETTO DI BILANCIO E AL BILANCIO CONSOLIDATO AL 31 DICEMBRE 2019

Il CdA ha approvato il progetto di Bilancio d'Esercizio al 31 dicembre 2019: ricavi per 175 milioni di euro

Il Consiglio di Amministrazione di SITI B&T GROUP S.p.A., produttore di impianti completi a servizio dell'industria ceramica mondiale, quotata sul mercato AIM Italia (Ticker: SITI), ha approvato oggi il progetto di Bilancio d'Esercizio al 31 dicembre 2019, redatto secondo i principi contabili nazionali, nonché il Bilancio Consolidato relativo all'esercizio 2019 redatto secondo i principi contabili internazionali (IAS/IFRS). «Il 2019 – commenta Fabio Tarozzi, Amministratore Delegato di Siti B&T Group, commenta - è stato un esercizio nel quale il nostro Gruppo ha dovuto fare fronte alla contrazione generalizzata del mercato, tuttavia la marginalità è stata in linea con quella dell'anno precedente e la generazione di cassa positiva per 5,3 milioni, nonostante importanti uscite per le acquisizioni delle minorities. Per il 2020 ritengo che la solida struttura patrimoniale e finanziaria nonchè il recente rifinanziamento del debito a lungo termine ci consentono di essere fiduciosi nel superamento del momento contingente». Tra i dati maggiormente in evidenza, i ricavi di vendita consolidati pari a 175,1 milioni di euro, 206,2 milioni di euro nel 2018, un Ebitda consolidato ante partite non ricorrenti pari a 19,0 milioni di euro, 19,2 milioni di euro nel 2018, un Utile netto consolidato complessivo pari a 3,1 milioni di euro, 8,0 milioni di euro nel 2018. Quanto agli investimenti, Complessivamente, nel 2019 l'ammontare ha superato i 7 milioni di Euro, pari al 4% del fatturato, di cui 3,7 milioni sono stati spesati nell'esercizio. Attualmente, il Gruppo è titolare di circa 200 brevetti industriali e può contare su uno staff R&D composto da oltre 60 addetti che si occupano dello sviluppo di soluzioni innovative che garantiscano l'efficienza dell'intera linea produttiva.

SYSTEM CERAMICS SI CONFERMA PARTNER DI DELTA CERAMICA

Il più importante produttore dell'America Latina ha scelto la tecnologia innovativa di System Ceramics per la decorazione digitale, la linea di scelta, il confezionamento e la pallettizzazione.

Delta Ceramica è uno dei maggiori player dell'America centrale e meridionale. Nel suo stabilimento all'avanguardia di Rio Claro, verranno installate 3 Creadigit XXL per la decorazione dei grandi formati, ognuna delle quali sarà equipaggiata da un Creavision. Creadigit continua ad essere la stampante di riferimento per il mercato internazionale nell'ambito dell' high-performing surface decorative printing, che accompagnata dal sistema di visione Creavision, rende il processo di decorazione uno dei più performanti non solo in termini di qualità e definizione della stampa su supporto, ma anche in termini di sostenibilità industriale. System Ceramics è partner di Delta Ceramica anche per 4 nuove linee che vedranno l'installazione di 4 sistemi di scelta Multigecko, 4 Multipack e 4 pallettizzatori Griffon. Il raggiungimento di risultati così importanti dimostra come siano fondamentale la sinergia e il supporto da parte della filiale System Brasil, che garantisce in loco un efficiente e qualificato servizio alle clientela.

GIGA, LA LAVAPAVIMENTI RCM DI ULTIMA GENERAZIONE

Massima autonomia e consumi ridotti caratterizzano il nuovo modello made in RCM

GIGA è la lavapavimenti professionale RCM di ultima generazione agile e compatta, con alta produttività per le medie superfici. GIGA ha una lunga autonomia delle batterie, riduce i consumi di acqua e detergente, è amica dell'ambiente e garantisce un costante controllo dei parametri di pulizia. I sistemi GO GREEN e MY consentono di pulire in modo sostenibile mantenendo intatta l'efficacia: permette di risparmiare risorse e di rendere semplici ed ecologiche le operazioni di pulizia! RCM progetta e costruisce macchine, come da tradizione, solide e semplici da usare, per facilitarne al massimo l'utilizzo e la manutenzione e per ridurre al minimo i costi di mantenimento.

◆

EFG P30I: JUNGHEINRICH PRESENTA IL CONTROBILANCIATO DEL FUTURO

Si tratta del più potente carrello elettrico per impiego esterno

Alla conferenza stampa "Innovations & Highlights 2020", in anteprima assoluta, Jungheinrich ha presentato il controbilanciato del futuro. Si tratta del modello EFG P30i, un carrello con le prestazioni di un elettrico e la forza di un carrello diesel: il più potente carrello elettrico per impiego esterno, che definisce nuovi standard in termini di efficienza, ergonomia e sostenibilità. Un punto di svolta nel mondo dei carrelli controbilanciati che Jungheinrich prevede di lanciare sul mercato verso la fine del 2021.

SCADA/MES DI PROGEA NEL CUORE DELLE CERAMICHE

Le soluzioni software Progea scelte da Panariagroup per il progetto di connessione di tutti i suoi impianti produttivi in Italia e all'estero

Con l'avvento di I4.0 e della consapevolezza che i dati provenienti dal campo sono importanti per migliorare le performance produttive, la qualità e la competitività, le soluzioni SCADA/HMI/MES di Progea sono state scelte da importanti gruppi ceramici. Tra questi Panariagroup, che sta implementando un ambizioso progetto per connettere tutte le macchine dei propri stabilimenti, tre in Italia e tre all'estero, con l'obiettivo di migliorare l'efficienza del processo produttivo e di conseguenza diminuire gli scarti. Attraverso il Data Collection si riesce ad ottenere la tracciabilità dei vari lotti di produzione e l'analisi di efficienza delle macchine in termini di produttività e resa oraria. Anche i magazzini di Work in Process saranno gestiti per avere la situazione sempre sotto controllo in tempo reale. L'obiettivo finale del progetto intrapreso è quello di connettere tutti gli stabilimenti fra di loro in modo da consentire un'analisi di efficienza per poter confrontare e ottimizzare la pianificazione di produzione all'interno del gruppo.

Grazie per aveci scelto

	pag.
BMR	**4-24-25**
BONETTI	**26-27**
CTM	**32**
FERRARI & CIGARINI	**37**
SACMI	**1**
SMAC OFFICINE	**18**
TORRECID	**22-23**
VERNIS	**6**

BIGslim

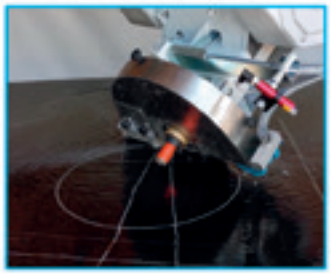
spessore sottile GRANDI FORMATI
thin thickness BIG SIZES

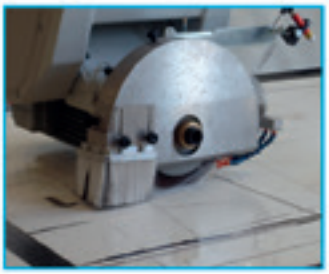
DID YOU MEAN... BIG SLIM FOR BIG SLABS

MFL004 STRADORA - CNC

FORATURA E TAGLIO
DRILLING AND CUTTING

NEW





Visit us at COVERINGS - Booth# 9354

50 YEARS 1969-2019

FERRARI & CIGARINI
VERY ITALIAN TECHNOLOGY

Tel. +39 0536 941510
sales.dpt@ferrariecigarini.com
www.ferrariecigarini.com