CERAMICANDA

MAGAZINE

UOMINI | AZIENDE | ECONOMIA | MERCATO | PROGETTI

144 AGOSTO - SETTEMBRE 2021

CERSAIE
2021: l'edizione del rilancio

L'EVENTO
La ceramica dentro e fuori il Salone

CERAMICANDA
La nuova stagione: debutta Eccetile

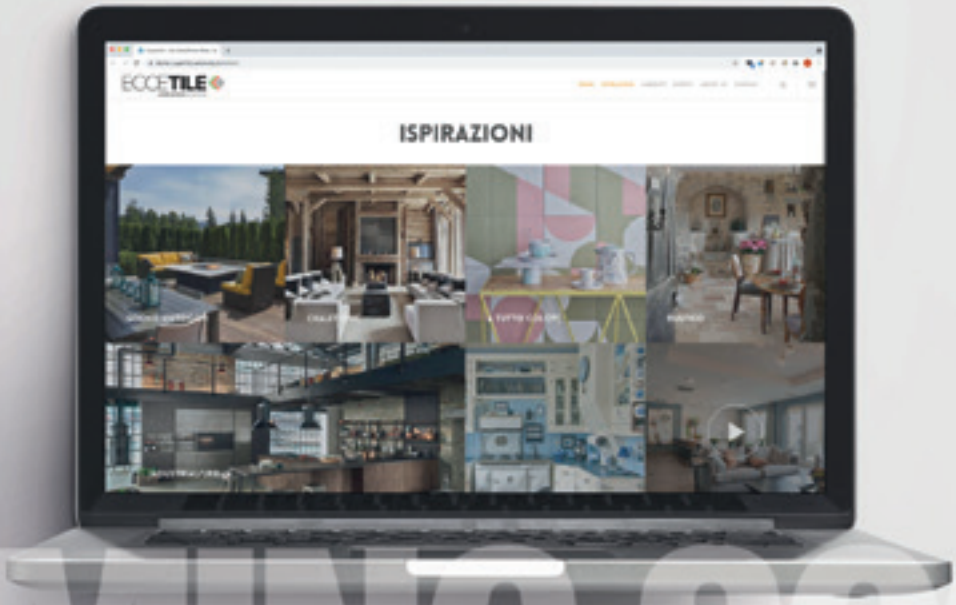
[VIEW THE VIDEO]

ECCE TILE
evoluzioneceramica

Ceramicanda pensa ogni giorno a come migliorare e rendere ancora più efficienti gli strumenti di comunicazione. Per mostrare al pubblico e ai professionisti della ceramica le infinite varietà che questo settore mette loro a disposizione, abbiamo pensato di costruire **un contenitore con tante vetrine che espongono i prodotti delle molteplici aziende di ceramica italiane**. Le ispirazioni, gli ambienti, i materiali, le soluzioni, tutto questo in un unico portale:

ECCETILE.COM

IL PORTALE DEDICATO ALLE AZIENDE DI CERAMICA ITALIANE



COMING SOON

per informazioni: marketing@ceramicanda.com

CERAMICANDA

FLORIM >

SOSTENIBILITÀ
È UN INVITO
A PENSARE AL FUTURO

Certified B Corporation

Quest'azienda opera nel rispetto dei più alti standard esistenti d'impatto sociale e ambientale

Milan · New York · Moscow · Singapore

Florim è la prima industria ceramica ad essere Certificata B Corp
Siamo un'azienda italiana certificata B Corp,
che produce ceramiche di design con
l'impegno a rispettare il futuro di tutti.
La sostenibilità è una scelta:
facciamola insieme.
Frankfurt
London
Abu Dhabi

visit us at CERSAIE
HALL 29 Stand A22-B21 + A18-B17
from 27-09 to 01-10
CERAMICA
Rondine

EDITORIALE

Ecce Cersaie

di Roberto Caroli
carocaroli@ceramicanda.com

Ecce Cersaie! Eccolo finalmente, il primo dopo la pandemia non ancora sedata, ma non per questo meno interessante dei precedenti, per le aziende presenti e l'interessante calendario di eventi in programma. E con Cersaie arriverà anche Eccetile, il nuovo portale by Ceramicanda dedicato all'innovazione ceramica, ai prodotti di ultima generazione, ai nuovi sbocchi delle superfici ceramiche italiane, alla storia, alla cultura del materiale le cui origini si perdono nella notte dei tempi. Di certo non sarà il Cersaie dei record di presenze, lo sappiamo, da molte parti del mondo, quelle più lontane, in tanti saranno costretti a declinare la partecipazione all'evento bolognese, nel rispetto dei protocolli sanitari dei loro Paesi, ma arriveranno gli europei, in rappresentanza di quello che rimane comunque il mercato principale della ceramica made in Italy. Non sarà quindi un edizione da archiviare in fretta, anzi! Quantomeno sarà ricordata come la fiera della ripresa del mondo edilizio italiano, del boom delle costruzioni, non solo nel vecchio continente ma nel mondo intero, passerà alla storia come la kermesse dell'esplosione degli ordini e della difficoltà ad evaderli, della crescita dei consumi di ceramica nei mercati europeo ed extra europeo: +40% in Francia,+30% in Russia,+20% in America nel primo semestre. Il magico momento ci richiama al periodo in cui file di camion ingestibili sostavano davanti alle fabbriche in attesa che le piastrelle, oggi superfici ceramiche, uscissero dai forni. E scusate se è poco! I ritardi delle consegne delle *vecchie* collezioni hanno suggerito ai gruppi ceramici di ritardare la fuoriuscita di quelle nuove, motivo per cui potrebbe anche non essere, quella di

fine settembre, l'edizione delle grandi novità, delle soluzioni estetiche in grado di sbalordire i visitatori, ma non per questo la manifestazione perderà d'interesse; ciò che si preannuncia dilagante, a livello espositivo, sono le tinte unite, a supporto anche di ricercate decorazioni, e il ritorno ai piccoli formati, ottenuti alla pressa o in serigrafia: pur che sia ceramica, in un momento così florido per le costruzioni, non si guarda solo alle grandi lastre. Sarà comunque il Cersaie delle conferme della fantasia e leadership italiane, del nostro gusto, anche nel modo di presentare i prodotti; sarà la fiera per misurare la reazione dei clienti a fronte degli inevitabili quanto prossimi aumenti di listino, dovuti principalmente all'innalzamento dei costi generali, soprattutto nel contesto produttivo. Preoccupa la crescita smisurata del costo delle materie prime, in primis il gas, ma anche le quote dell'Emission trade system, aumentate in valore di 280 milioni di euro nel solo 2020, nonché l'aumento dei costi dei noli marittimi, senza tralasciare quelli di confezionamento e pallettizzazione. Sarà quindi un Cersaie di lingua prevalentemente europea, e non è poco alla luce del potenziale del vecchio continente: i numeri divulgati da Confindustria ceramica, l'associazione dei produttori di superfici ceramiche, indicano in 391 milioni di metri quadri la produzione italiana di superfici, 73 milioni destinate al mercato interno, 317 all'export, di questi, il 50% all'indirizzo dell'Europa occidentale! E scusate se è poco! Il vecchio continente resta il mercato principale, quello da difendere e presidiare! Con le unghie e con i denti. Anche attraverso il Cersaie.
Buona fiera a tutti!

CERAMICANDA

Anno XXII - Numero 144 - AGOSTO - SETTEMBRE 2021
(Chiuso in tipografia il 17/09/2021)

Una copia: euro 6,00 Abbonamento annuale
4 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**
Ecce Cersaie

7 **Speciale Cersaie**
Di nuovo in presenza, di nuovo a Bologna

10 **Opinioni**
Cersaie 2021: le aspettative degli addetti ai lavori

12 **La novità**
Eccetile: la nuova piattaforma di Ceramicanda

15 **Speciale Salone**
A Milano, tra ceramica e design

20 **Personaggi**
La terza generazione della 'dinastia' Soriano

23 **Intervista**
Stefano Bonaccini: «le risorse del PNRR gioveranno anche al settore ceramico»

26 **Economia**
Il futuro dei distretti tra 4.0 e filiere allargate

29 **Lavoro**
Il 2022 sarà l'anno del 'reskilling'

33 **News aziende**
Prodotti e produttori

39 **Intervista**
Mauro Vandini: «Arte e cultura devono essere un patrimonio anche della ceramica»

50 **Progetto**
Le superfici Mirage per il 'Life Source' di Bergamo

PRIMO PIANO
18, 40 – Caesar Ceramiche
42 – Mirage
44 – Ceramiche Keope
46 – Emilgroup
48 – Leonardo Ceramica

54 **Grazie per averci scelto**

Superfici ceramiche Antimicrobiche,
Antinquinamento, Autopulenti e Antiodore.
Efficaci contro il SARS-CoV-2 (Covid-19)
ACTIVE
QUESTO
MURO
LI RENDE
LIBERI
www.active-surfaces.com
SURFACES
ACTIVE
design for a better life
A BRAND OF
IRIS CERAMICA GROUP

CERSAIE
OPEN TO EVOLUTION

Bologna, 27 settembre - 1 ottobre 2021

4SCRADI

Seguici anche su

CERSAIE digital

dal 20 settembre all'8 ottobre 2021

Salone Internazionale della Ceramica per l'Architettura e dell'Arredobagno

Nuove proposte per la progettazione evoluta degli spazi architettonici.

www.cersaie.it

CERSAIE
Bologna - Italy

Promosso da

CONFINDUSTRIA CERAMICA

In collaborazione con

Bologna Fiere

Organizzato da

EdiCer SpA

Con il supporto di

ITA

nell'ambito del progetto Fiera Smart 365

Di nuovo in presenza, di nuovo al Cersaie

La fiera bolognese torna alla normalità dopo lo stop del 2020: «Una manifestazione fondamentale per la competitività internazionale delle nostre aziende», dice Emilio Mussini

a cura di Enrico Bertoni e Stefano Fogliani

Tornare a organizzare un evento fisico della portata di Cersaie, riportando i clienti a vivere direttamente le innovazioni del *Made in Italy* «è fondamentale per la competitività internazionale delle nostre aziende. Così come lo è per la ripartenza di tante aziende dei nostri territori in termini di servizi, ricezione e ospitalità». Così Emilio Mussini, lo scorso 2 agosto, a proposito della fiera bolognese, che 'torna in presenza' dopo la pausa dovuta alla pandemia e punta decisa verso un'edizione che confermi il suo ruolo di leadership internazionale con un ricco programma culturale e istituzionale. Resta, la settimana bolognese, l'appuntamento mondiale più

importante per la ceramica, l'arredobagno, l'architettura ed il design e consolida il proprio ruolo con un ricco programma di iniziative supportate dal Ministero degli Affari Esteri e ITA Agenzia, da svolgersi nel rispetto dei più stringenti protocolli di sicurezza. Riguardo ai quali a luglio Cersaie e le istituzioni cittadine e regionali hanno realizzato "Bologna Together with Cersaie", un manifesto che mette assieme tutte le attività e i servizi che vengono offerti ai visitatori italiani ed internazionali per poter organizzare al meglio ed in sicurezza la partecipazione. I quindici padiglioni della fiera bolognese occupati integralmente, i circa 600 espositori (il 41% dei quali esteri) danno invece la misura del crescente interesse e dell'attrattività di un evento centrale, che in questa edizione 2021 si mantiene fedele a se stesso, con un programma non privo di novità. Come gli spazi del Contract Hall e Archincont(r)act, allestiti presso il padiglione 18 e dedicati al networking tra il mondo della produzione, quello del progetto e la committenza nell'ambito del Real Estate e del Contract. Dopo il tradizionale taglio del nastro, lunedi 27 settembre in mattinata si tiene, presso l'Europauditorium, il Convegno Economico cui parteciperanno, tra gli altri, il Ministro dello Sviluppo Economico Giancarlo Giorgetti, mentre alle 18 è Palazzo Re Enzo a fare da cornice alla Conferenza Stampa Internazionale Ceramics of Italy, a margine della quale è prevista la consegna del XXIV Ceramics of Italy Journalism Award e dei Confindustria Ceramica Distributor Awards. Altri appuntamenti sono in programma martedi 28, quando viene inaugurata, nell'ambito di 'costruire, abitare, pensare' la prima mostra dedicata ai progetti del gruppo di giovani architetti coinvolti da Renzo Piano nel progetto G124, e giovedi 30, presso l'Agorà dei Media, dove esponenti di Confindustria Ceramica, Angaisa – Associazione nazionale dei distributori idrotermosanitari e ceramica – e PwC TLS parleranno di riqualificazione della casa, con un focus dedicato al Superbonus ed alle altre forme di incentivo possibili attraverso l'acquisto di piastrelle di ceramica e prodotti dell'arredobagno. Tema-chiave, quello della riqualificazione, cui sono dedicati anche gli appuntamenti con "Cersaie Disegna La Tua Casa", il format giunto alla sua 9ª edizione. Confermati, anche, i 'Cafè della stampa', e la 'Città della Posa'.

‘Costruire, abitare e pensare’: tra gli ospiti Shigeru Ban

Il programma culturale della settimana ‘bolognese’, tra progettisti e archistar

Numerosi i grandi nomi che Cersaie ospita nell’ambito di “costruire abitare pensare”, il programma culturale parallelo e complementare alla kermesse bolognese. Ci sono Odile Decq e Benedetta Tagliabue si confrontano sul tema “Architettura Sensibile”, insieme allo storico dell’architettura Fulvio Irace, ma anche 11 celebri studi di architettura italiani (Atelier(s) Alfonso Femia AF517, asv3 officina di architettura, Bricolo e Falsarella, CZA - Cino Zucchi Architetti, Diverserighe-studio, Iotti + Pavarani Architetti, Labics, MAP studio, Orizzontale, TAMassociati e Werner Tscholl) protagonisti di “Small Talks Reloaded – Viaggiare come studiare” e dare spessore ad un programma impreziosito anche dalla presenza del Pritzker Prize Shigeru Ban, protagonista della Lectio Magistralis di venerdì 1 ottobre. Cornice degli eventi il Palazzo dei Congressi.

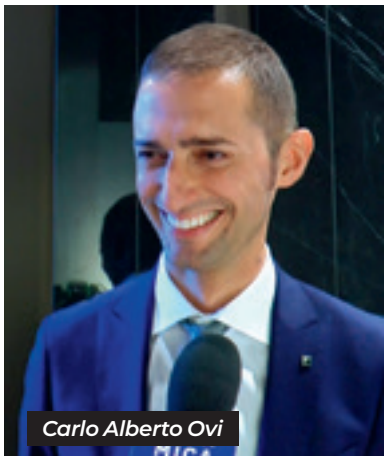
Cersaie 2021: secondo gli addetti ai lavori «sarà la fiera del rilancio»

Più evoluzioni sull'esistente che novità, temi estetici consolidati e occhio al 'piccolo': la ceramica ripensa se stessa rielaborando tematiche consolidate. Ma le sorprese, a Bologna, non mancheranno, «perché la ricerca va avanti...»

a cura di Roberto Caroli e Stefano Fogliani

Non sarà, forse la fiera delle novità, ma con tutta probabilità sarà comunque quella del rilancio. Il ritorno in presenza – e pazienza se le presenze saranno giocoforza inferiori a quelle delle altre edizioni, stante le note limitazioni agli spostamenti che ancora condizionano molti paesi esteri – garantisce infatti al Cersaie l'aspettativa che serve. A occhio, comunque vada, non andrà tradita, l'aspettativa, «tanta è la voglia di ritrovarsi e confrontarsi dopo un anno e mezzo che ha profondamente segnato tutti». E non ci sono dubbi circa l'entusiasmo che accompagnerà la settimana bolognese. Qui, però, mica ci si occupa di dati ma, come detto, di aspettative, e le aspettative scegliamo di declinarle su quello che vedremo esposto tra i tanti stand che animeranno, anche in questo 2021, il quartiere fieristico bolognese, tradizionale vetrina della ceramica che verrà. E le novità non mancheranno, anche se il contesto di questo 2021, stanti vendite in prepotente ascesa e prospettive di crescita che sorriderebbero al settore almeno da qui ai prossimi quattro anni, potrebbe aver suggerito a più realtà aziendali

Armando Meletti


Carlo Alberto Ovi

Elena Pellesi

di consolidare, piuttosto che sperimentare. «Gli 'stili', del resto, sul mercato continuano ad essere vincenti, quindi non mi aspetto rivoluzioni dal punto di vista estetico, ma piuttosto rielaborazioni ed evoluzioni dell'esistente», spiega **Armando Meletti**, Amministratore Delegato di Esmalglass e abituale interlocutore di Ceramicanda quando si tratta di dare un'occhiata a quanto si muove all'interno del settore ceramico. 'Il Cersaie del colore'... 'La fiera dei legni ceramici'.... 'Pietre e cementi dettano il trend'... 'La fiera delle lastre'... Tutte etichette che, obbedendo ad obblighi di sintesi giornalistica, abbiamo appiccicato negli anni a quello che resta il principale appuntamento per il made in Italy della piastrella, vetrina mondiale delle novità di prodotto e di processo ma che questa edizione 2021, stando al parere degli addetti ai lavori, il Cersaie si stacca di dosso suggerendosi piuttosto, appunto, come 'la fiera del rilancio'.
La prima post-pandemia, cui ci si affaccia per vedere 'in quanti ci vengono a trovare' ma anche per studiare evoluzioni che non mancheranno. A livello estetico e tecnico come nei formati. «Si è lavorato soprattutto sulle applicazioni, alla ricerca di strutture che arricchissero le superfici, garantendo loro matericità e tridimensionalità», spiega **Carlo Alberto Ovi**, Direttore Commerciale di Smalticeram, ad avviso del quale «a livello di tipologia non si può dire ci sia un'estetica dominante. Legno, pietre, cementi sono direttrici che continuano a rappresentare buona parte del fare ceramica, che tuttavia continua ad innovare, arricchendo superfici sulle quali non si smette di investire in ricerca». Colori e decori diranno la loro, declinati su grandi formati che tratteggiano le tendenze soprattutto in tema di rivestimento, mentre non sfugge come la sperimentazione, che ha spinto se stessa oltre il limite con la 'grande lastra', non disdegni il ritorno al piccolo formato alla ricerca di nicchie di mercato contendibili.
«Sul piccolo c'è un ritorno importante», conviene **Elena Pellesi**, AD di Digital Design, che proprio nel 'brick' individua uno dei possibili paradigmi di 'rottura' rispetto alle grandi superfici, «con soluzioni che muovono dal prodotto ceramico più 'classico', ovviamente personalizzato ed evoluto in ragione delle nuove esigenze del mercato. Le altre tendenze estetiche restano, a loro modo, fedeli a quanto già studiato, e del resto il momento favorisce, giustamente, più la vendita che non la ricerca». E l'estetica? Quella resta, ma si evolve: «Struttura e materia», dice Ovi e, aggiunge Meletti, «non puoi dire, oggi che ogni azienda si dota di una gamma la più completa possibile, tanto nelle grafiche quanto nei formati, che ci sia una tendenza del gusto che prevale su altre. La tendenza – chiude Meletti – si consolida attraverso le evoluzioni che vedono, ad esempio, grande attenzione ai materiali a secco o alla circolarità del ciclo produttivo, ma anche questi sono temi sui quali la ceramica è al lavoro da tempo».

ECCETILE: la ceramica come non l'avete mai vista

Il nuovo portale di Ceramicanda, spiega Roberto Caroli, «vuole rendere omaggio a questo straordinario materiale nelle sue più moderne declinazioni»

a cura della redazione

«Fin dalla notte dei tempi, l'uomo ha scelto la ceramica quale compagna di viaggio. Lo ha fatto dopo aver scoperto le proprietà di questo materiale, frutto dell'unione di tre elementi: acqua, fuoco e terra. È il motivo per cui, tra le mura domestiche, si è sempre servito di oggetti realizzati in ceramica. Le sue particolari proprietà legate alla resistenza meccanica, all'impermeabilità, alla versatilità, infatti, ne fanno un materiale unico al mondo». Muove da qui, Roberto Caroli, per raccontare ECCETILE, il nuovo portale con il quale Ceramicanda «vuole rendere omaggio a questo straordinario materiale nelle sue declinazioni più moderne». Non smette di rinnovarsi, il Gruppo editoriale fondato e diretto dal giornalista scandianese, che si avvia a chiudere il suo 25mo anno di attività proponendo questo nuovo strumento con il quale 'le ceramiche, divenute nel frattempo superfici', trovano un nuovo spazio all'interno del quale raccontare le loro eccellenze capitalizzando le infinite possibilità offerte dal web e 'piegandole' a quella cifra narrativa grazie alla quale Ceramicanda resta un punto di

riferimento nella narrazione di una filiera le cui complessità ed eccellenze verranno indagate partendo, appunto, dal prodotto. Ecce come l'*ecco* latino, a richiamare le origini nobilissime di un materiale cui l'innovazione tecnologica e i mutamenti del gusto hanno dischiuso destinazioni d'uso fino a pochi anni fa impensabili, conferendogli qualità che sintetizzano l'antico saper fare con le tecnologie più 'spinte', esaltate dalla rivoluzione digitale e da quel 4.0 che ne hanno riscritto il presente e ne scriveranno il futuro. E 'tile' a suggerire che un nuovo linguaggio è possibile, in tempi di globalizzazione esasperata, big data e realtà virtuale e 'aumentata' che spostano sempre più avanti la linea di un traguardo che si chiama futuro. «ECCETILE è evoluzione della ceramica made in Italy, è il portale dedicato alle ispirazioni, alle ultime collezioni, agli ambienti, agli effetti, ai formati, ai materiali, alla posa e alle soluzioni», spiega ancora Caroli, che con Ceramicanda scelse di 'accompagnare' il settore lungo un percorso che ha sempre trovato un approdo, reinventando e migliorando se stesso attraverso investimenti, innovazione, creatività. E con ECCETILE rilancia... «E' una nuova sfida, quella che Ceramicanda raccoglie con ECCETILE: il palinsesto è pronto, lo arricchiremo giornalmente e non smetteremo di lavorarci sopra, come del resto abbiamo fatto ogni volta che abbiamo accettato di confrontarci con un mondo che cambia, e rispetto al quale non possiamo e non vogliamo restare indietro. Cambiare e innovarsi, guardare avanti – conclude Caroli – è nel nostro DNA da sempre. ECCETILE è solo un altro passo lungo quella strada che abbiamo intrapreso, con Ceramicanda, a metà degli anni Novanta, e sulla quale ci piace continuare a correre, sapendo che su quella strada ci sono quegli uomini, quelle aziende e quelle realtà che racconteremo, con ECCETILE, anche attraverso un altro punto di vista. Ovviamente inedito, e facendo di quegli uomini, di quelle realtà e di quelle aziende i nostri compagni di viaggio. Con i quali sarà bello, strada facendo, condividere quanto il futuro ci offre».

Ceramicanda, via alla stagione 2021/2022

Il nostro format in onda su TRC e Telereggio, oltre che sulle nostre piattaforme online

Ricomincia, con il settembre che segna l'inizio di quello che chiamiamo 'anno ceramico', anche la rubrica televisiva che è la punta di diamante, ormai da più di un quarto di secolo, del gruppo editoriale fondato e diretto da Roberto Caroli. La stagione 2021/2022, cominciata il 16 settembre, vedrà i nostri palinsesti ulteriormente arricchiti, ma il format televisivo che racconta il settore ceramico a 360° resta appuntamento centrale, che andrà in onda su TRC e Telereggio il giovedì alle 22,30, con repliche il sabato alle 13 e alle 16,30 su TRC, la domenica alle 13,30 sull'emittente reggiana. Dal venerdì la puntata sarà online su www.ceramicanda.com e sulla app Ceramicanda.
Proponendo, come di consueto, approfondimenti e servizi sulle tante realtà che 'fanno' il settore ceramico secondo la formula consolidata che ha permesso al format ideato a metà degli anni Novanta da Roberto Caroli di diventare un punto di riferimento del mondo della comunicazione del settore ceramico. E non solo.

Masterpiece.

design Ferruccio Laviani

leaceramiche.com

LEA

CERAMICHE

La ceramica dentro e fuori il Salone

Abbiamo chiesto a tre 'creativi' che si sono confrontati con la ceramica quali sono i plus di questo materiale «antichissimo, nobile, ma sempre attuale»

a cura della redazione

Elena Salmistraro

Ferruccio Laviani

Antonio Rordriguez

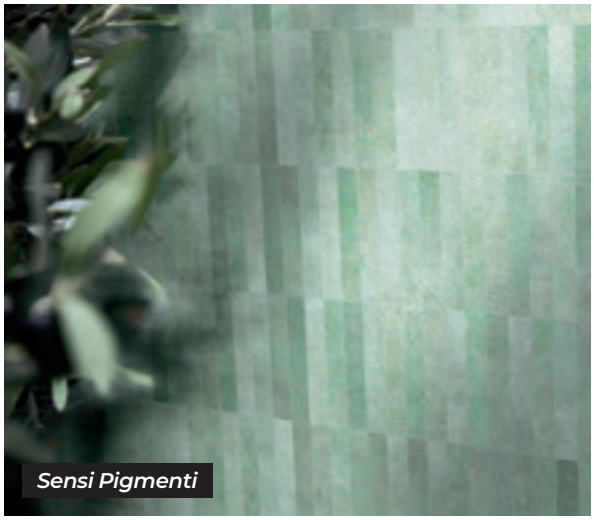
«Noi siamo designer, o progettisti, non siamo artisti. Abbiamo vincoli che l'artista non ha, legati al mercato, alla committenza e alla tecnologia. Ma ovviamente non per questo si smette di creare, inventare ed esplorare». Partiamo da questa professione di realismo che **Antonio Rordriguez** ci ha affidato durante la design week milanese per riproporre un tema sempre attuale, ovvero quello del rapporto tra ceramica e designers, o meglio tra superfici ceramiche e quanti sono chiamati ad interpretarle. Le occasioni non mancano, come non mancano gli interpreti, cui Ceramicanda ha chiesto conto dei cambiamenti delle superfici e degli spazi, ottenendone punti di vista che 'promuovono' in toto la ceramica. «Materiale antichissimo, e tuttavia sempre attuale», detta **Elena Salmistraro**, talento emergente del design italiano ed internazionale. «Ha caratteristiche, dalla reperibilità ai costi, alle proprietà tecnologiche che la rendono unica – aggiunge - e il fatto che, nonostante le sue origini siano antichissime, continui a recitare un ruolo di preminenza nella progettazione come nel nostro quotidiano ne testimonia l'eccellenza». Salmistraro ha curato l'installazione con cui CEDIT ha animato il suo 'spazio' milanese in occasione della design week, traendo ispirazione, dice, «sia dal mio percorso di ricerca, fatto di emozioni, empatia, colore che dalla lastre sulle quali ho lavorato». Libertà espressiva, emozione, ricerca: la superficie ceramica con la quale si confronta la creatività di architetti e designers diventa una sorta di recettore sul quale traslare sensibilità che, per dirla con Rodriguez, hanno vincoli, ma lasciano tutto lo spazio che serve ad elaborazioni non prive si suggestioni in grado di esaltare tanto 'l'idea' del progettista quanto l'ecletticità di un materiale destinato a trovare spazio sempre maggiore in diversi ambiti. Ridisegnandoli anche alla luce delle funzionalità richieste dai nostri ambienti domestici, che la pandemia ha

imposto ai più di ripensare, e riconsegnandoli a sperimentazioni che non prescindono da materia e colori, il cui ritorno è prepotente. Sulla prima e sui secondi ha lavorato, a quattro mani con la divisione R&D di Lea Ceramiche, **Ferruccio Laviani**: il risultato è 'Masterpiece', eclettica collezione protagonista dell'installazione 'Endless Landscape' con la quale Laviani elabora spazi che sono ora paesaggio, ora giardino materico. E muove dai materiali naturali da cui trae ispirazione (il marmo Verde Alpi, l'ocra della Terra di Siena, il ruggine del Cotto Lombardo ed il grigio della Pietra Serena) restituendo alle superfici la loro dimensione più piena, «anche attraverso l'interpretazione del colore, che – spiega Laviani - è uno dei linguaggi principali del nostro sentire, ed è stato il punto di partenza dello studio di questa collezione, pensata appunto a quattro mani. Da una parte l'azienda, dall'altra la possibilità di tradurne lo spirito in prodotto». Qua si torna, insomma: al confronto tra la creatività del progettista, l'eccellenza della superficie, le istanze di un mercato che chiede materiali in grado di combinare la valenza estetica all'eccellenza tecnologica.

E qui si arriva, all'interpretazione della materia, al 'tocco' di chi quella materia nobilita ed esalta, suggerendone approccio che stimola la creatività. «Il confronto con la superficie ceramica è sempre molto stimolante», dice Antonio Rodriguez, che per il brand Casa dolce casa di Florim ha elaborato, insieme a Matteo Thun, 'Sensi Pigmenti', che completa la serie di lastre ceramiche "Sensi of Casa dolce casa". E ha trovato agi importanti, nell'assecondare la sua creatività, proprio su quelle superfici «sulle quali chi crea potrebbe davvero fare tutto, e paradossalmente si trova tuttavia a dover mediare tra le infinite possibilità offerte dalla superficie stessa e la necessità di aderire a quelle che sono le richieste del mercato. Che oggi chiede anche materiali 'da toccare con gli occhi', ovvero non solo ridefinire la materia, ma anche e soprattutto – chiude Rodriguez – potersi idealmente confrontare con lei. La 'riscoperta' del colore, tuttora in atto, mi pare testimoni anche questo».

Endless Landscape

Hotel Chimera


Sensi Pigmenti

ALLURE
MARBLE SEDUCTION

COTTOD'ESTE
EXCLUSIVE SURFACES

cottodeste.it

‘The instant of change’: Caesar reinterpreta la materia

In occasione del Fuorisalone l’azienda fioranese ha proposto, presso il suo Urban Lab milanese, un approccio inedito alla ceramica

a cura della redazione

Uno studio sulla materia, e sulla sua trasformazione nel tempo, con un approccio inedito all’interno di uno spazio propositivo dedicato a designer e progettisti, ma anche a committenza e privati. E’ stato un appuntamento dall’elevato spessore estetico, scientifico e filosofico quello che Caesar ha proposto presso il suo Urban Lab di Milano, in occasione del Fuorisalone, con un allestimento che ha dato piena dimensione allo spazio milanese dell’azienda fioranese, trasformato in una sorta di moodboard in grado di suggerire differenti soluzioni al mondo della progettazione e dell’abitare. *The instant of change* il titolo del progetto di ricerca che il fotografo Alecio Ferrari, insieme a Caterina Gabelli e Sara Maragotto del collettivo creativo Studio Fludd, hanno realizzato per Caesar, «richiamando in un certo senso – spiega Moreno Cerri, Direttore Unità Promozione Italia Caesartech – attraverso il percorso creativo dal quale nasce

The instant of change, i nostri studi di laboratorio, orientati alla ricerca di soluzioni tecniche ed estetiche in grado di rispondere al gusto e alle differenti aspettative del mercato nei confronti della materia». L'insolito approccio fotografico, aggiunge Cerri, arricchisce lo spazio milanese, restituendo al visitatore un punto di vista di indubbia originalità riguardo l'esplorazione degli stati della materia filtrati dal passaggio del tocco umano e del tempo, con l'obiettivo di portare la ceramica ad un livello superiore, e farne strumento in grado di trasmettere non solo valore materico ma anche di benessere e di design, esprimendo al massimo tutta la sua reale versatilità. La mostra fa parte del ricco carnet di eventi che rientrano nell'ambito di "Season Première", il concept con cui Caesar ha inaugurato un settembre ricco di proposte e novità. «Season Premiere – spiega ancora Cerri - si propone come collettore di tutte le iniziative che Caesar propone a clienti e visitatori, unendo sinergicamente le opportunità live e quelle digital. Non solo prodotti, ma un insieme di novità, l'implementazione di quanto serve per essere sempre aggiornati sul mondo Caesar. Anche grazie a servizi di assistenza dedicati come Caesartech, la divisione che da' risposte specifiche in ordine a settori come il wellness, l'hotellerie o ancora su prodotti customizzati su particolari richieste o come Caesar Service, che offre un customer care dedicato e servizi di consulenza progettuale e invio di campioni».

CAESAR Milano Urban Lab Inaugurato nell'ottobre del 2020, è il punto di riferimento di Ceramiche Caesar nella città meneghina, con cui l'azienda conferma la propria vicinanza al mondo del design e dell'architettura. In via Molino delle Armi, a soli 15 minuti da Piazza del Duomo e in prossimità della linea M4 della metropolitana, Caesar espone le sue eccellenze presso Mo.1950, struttura polifunzionale nata dalla visione imprenditoriale di Corrado Molteni e progettata dal designer Matteo Lualdi, dove trovano piena espressione materiali e prodotti selezionati per realizzare anche i più complessi progetti di interior design.

Nella pagina afianco: il Caesar Urban Lab di MIlano.
Sopra: alcuni scatti di 'The instant of change'

«Se hai successo qui, hai successo ovunque». Il Gruppo Porcelanosa punta sull'Italia

La multinazionale spagnola ha aperto, a Milano, un nuovo showroom, inaugurato in occasione della design week milanese: a fare gli onori di casa i nipoti dell'indimenticato Josè Soriano

a cura della redazione

«Per noi è fondamentale essere qui, nella capitale del design. Su questo spazio abbiamo lavorato ed investito, ed averlo inaugurato è motivo di grande soddisfazione. I feedback ricevuti fin qua, tra l'altro, sono oltremodo positivi». Non ha dubbi, il Responsabile Marketing e Comunicazione di Porcelanosa **Grazia Segarra Soriano**, circa le opportunità che deriveranno alla multinazionale spagnola dall'apertura del nuovo showroom milanese. Uno spazio innovativo, rivolto ai professionisti dell'architettura, dell'interior design e del design: seicento metri quadrati attestati in posizione strategica rispetto al centro cittadino, concepiti per essere vetrina di tutte le soluzioni che Porcelanosa è in grado di proporre. Orientato al cliente professionista e impegnato con l'industria del design milanese, lo store ospita le collezioni più innovative e le soluzioni tecniche più avanzate del momento. Le ceramiche di grande formato, i mobili di design, i bagni sostenibili e le cucine integrali sono solo alcune delle principali novità esposte nelle diverse sale del negozio. Tra queste ultime spicca Porcelanosa - Mediterranean Lifestyle and Design, una sala in cui rilassarsi e lasciarsi ispirare dalle serie di Porcelanosa. «Lo showroom – prosegue Grazia Segarra Soriano – è concepito in modo da interpretare appieno lo 'spirito' del nostro Gruppo, e al contempo declina i diversi ambienti secondo le esigenze più contemporanee dell'abitare, offrendo un ventaglio di soluzioni molto ampio».

Porcelanosa, con questo spazio, prosegue il suo percorso di espansione, rafforzando anche la sua posizione nel mercato italiano. «Un mercato strategico, anche perché – aggiunge **Silvestre Segarra Soriano**, che del Gruppo iberico è Direttore Commerciale - a livello personale siamo fanatici dell'Italia. Vi arrivammo nel 1982, vent'anni fa abbiamo aperto un altro showroom a Corsico, ed essere qui ha una doppia valenza. Da una parte, infatti, c'è l'ammirazione nei confronti dell'Italia e la consapevolezza di quanto sia un mercato importante, dall'altra siamo convinti che avere successo in Italia, dove ci sono i clienti più esigenti, sia il viatico per avere successo ovunque». Soprattutto in un momento come questo, «di ripartenza e di ascolto, un momento fondamentale che – sostiene invece **Josè Maria Segarra Soriano** - credo possa dire molto circa il futuro del mercato mondiale». La pandemia, ammettono i tre eredi del fondatore di Porcelanosa, quel Josè Soriano che fondò il Gruppo e del quale sono nipoti, ha causato problemi anche ad una realtà strutturata come quella rappresentata dalla multinazionale spagnola ma, puntualizza Josè Maria, « registriamo con favore come oggi le cose vadano decisamente meglio, e non ho dubbi che il mercato post pandemia sarà sicuramente più ricco di opportunità, ma anche estremamente selettivo». Giusto, dunque, attrezzarsi per essere in grado di consolidare quel ruolo di protagonista che Porcelanosa recita da sempre. «Si tratta di continuare ad innovare e investire, di puntare sulla creatività e sulla sostenibilità, consolidando la propria presenza sullo scenario globale e cogliendo le opportunità che lo stesso offre alle imprese». L'apertura dello showroom milanese, collocato nel cuore di una delle capitali europee del design e dell'architettura, va in questa direzione. Ed in questa prospettiva vanno letti anche i cospicui investimenti che la multinazionale spagnola sta facendo sui propri impianti produttivi. «Entro l'anno prossimo, spero già entro i prossimi dieci mesi, allestiremo un impianto all'avanguardia per la produzione di lastre. Un impianto tra i più importanti, se non il più importante, di quelli fin qua sviluppati a livello mondiale.

Chi ben comincia... ad ALLFORTILES un'apertura col botto...

Non è solo una fiera, la due giorni di Ceramicanda, ma anche un momento di incontro e confronto cui non si sono sottratti uomini delle istituzioni e dell'associazionismo industriale, imprenditori, economisti e docenti

Dal Presidente della Regione Stefano Bonaccini ai vertici delle associazioni industriali che rappresentano le aziende della filiera ceramica, fino ad economisti e giuslavoristi. Del momento espositivo dell'edizione 2021 di ALLFORTILES leggerete (o avete letto) su altre pagine, come dei numeri che confermano l'efficacia dell'intuizione che ha spinto Ceramicanda a promuovere un evento che si è chiuso con la soddisfazione dei più.

Qui, o meglio nelle pagine di seguito, si da' invece conto dei 'temi' emersi durante due giorni di convegni e seminari, aperti da una tavola rotonda che si è interrogata sul futuro del distretto. Fornendo spunti di riflessione in ordine alle dinamiche tra aziende e istituzioni, ma anche a proposito delle evoluzioni e dei cambiamenti del territorio e del mondo del lavoro all'interno di un contesto che negli anni più recenti è mutato radicalmente.

Stefano Bonaccini; «infrastrutture e PNRR: io sono, e resto, fiducioso»

Ospite di ALLFORTILES, il Presidente della Regione ha fatto il punto sul presente e sul prossimo futuro del distretto: «E' necessario che le risorse del PNRR arrivino anche qui»

a cura di Roberto Caroli

Stefano Bonaccini e il direttore Caroli

Ha chiuso i battenti a metà luglio, lo 'spogliatoio' del distretto ceramico, ma non si può dire ALLFORTILES, la due giorni di Ceramicanda tenutasi presso ModenaFiere, non abbia proposto spunti ed idee, complice la presenza, oltre che di alcuni tra i principali players del settore ceramico, del Presidente della Regione **Stefano Bonaccini**. Lo spogliatoio,

«Bretella, porto di Ravenna, scali merci: credo questi possano essere i tempi giusti per venire a capo di diverse questioni»

del resto, è il luogo dove ci si ritrova, ci si carica e ci si ricompatta, ma anche quello all'interno del quale, oltre a festeggiare le vittorie, si analizzano le criticità che possono portare alla sconfitta, «e parlare di spogliatoio, per un evento come ALLFORTILES, è – spiega il Presidente della Regione Emilia Romagna - quantomeno evocativo. Se guardo al settore ceramico, dico che è necessario colmare alcuni ritardi, ma aggiungo che credo questi possano essere i tempi giusti per venire a capo di diverse questioni».

A cosa si riferisce, in particolare?

«Alla realizzazione della bretella Campogalliano-Sassuolo in primis, ma anche agli investimenti, attesi da decenni, sul porto di Ravenna e anche al collegamento degli scali merci di Marzaglia e Dinazzano per aprire un corridoio verso l'Europa a beneficio sia del trasporto su gomma che su ferro.
Abbiamo già chiesto, per questo, risorse al governo nell'ambito del PNRR, il Piano nazionale di ripresa e resilienza»

Ha detto, in più occasioni, di essere fiducioso in ordine alle capacità del sistema regionale di 'agganciare' la ripresa...

«Sì, anche perché qui ci sono imprenditori straordinari che hanno retto l'onda d'urto di una contingen-

za drammatica, che ricorderemo negli anni a venire. La capacità di reazione di un sistema di eccellenze che ha saputo 'resistere' si concretizzerà in un PIL che, dicono le previsioni, potrebbe anche essere superiore a quello del 2019, che fu un anno record per la nostra Regione. E rimontare oltre 10 punti di PIL sarebbe un risultato clamoroso»

«La capacità di reazione del sistema regionale potrebbe concretizzarsi in un PIL che potrebbe anche essere superiore a quello del 2019»

Il distretto ceramico che ruolo ha, in questo sistema di eccellenze?

«Rappresenta senza dubbio un punto di forza. E non è un caso che Draghi, per la sua prima uscita ufficiale post-pandemia, abbia scelto il distretto ceramico. La sua visita credo vada interpretata come un riconoscimento all'imprenditorialità e all'intraprendenza di un comparto a beneficio del quale adesso occorre investire in infrastrutture materiali e immateriali. E sull'internazionalizzazione: partono i bandi europei e conto da questi possa derivare soddisfazione anche per le aziende del distretto ceramico»

Oltre a quello delle infrastrutture, oggi uno dei temi 'caldi' è quello della CO_2: la Regione cosa può fare?

«Occorre investire su fondi che vadano a premio degli investimenti per la riduzione dell'impatto ambientale ed energetico. Servono risorse statali, regionali ed europee come incentivo alle buone pratiche poste in essere per creare un ambiente migliore e servono risorse che spingano le aziende a investire su queste. In questo senso i contatti tra la Regione e i Ministri per l'innovazione tecnologica e per la transizione ecologica, Vittorio Colao e Roberto Cingolani, sono continui e costanti»

Il Recovery Fund rovescerà sull'Italia una pioggia di denaro: a suo avviso qualche goccia bagnerà anche il distretto ceramico?

«Bisogna. Capisco che in Italia, quando si parla del distretto ceramico, non se ne comprenda la realtà in modo approfondito, e non perché non se ne riconosca l'eccellenza. Ma per me che sono Presidente della Regione è motivo di orgoglio raccontare come il 90% dell'intera produzione ceramica italiana avvenga tra Sassuolo, Imola e Faenza. Bisogna che arrivino risorse anche qui: lo abbiamo detto al Premier Mario Draghi, quando ha visitato il distretto, sia io che il Presidente di Confindustria Ceramica Giovanni Savorani a nome degli amministratori e imprenditori, e lo abbiamo ribadito con forza presentando i nostri progetti per i quali abbiamo chiesto finanziamenti. Ma come ho detto, sono fiducioso che le nostre istanze possano essere accolte».

«Sulla CO_2 Servono risorse statali, regionali ed europee che incentivino le buone pratiche poste in essere per creare un ambiente migliore»

IN 9,5 mm OUT 20 mm

IN HALL **25** STAND **A146 - B147**

OUT HALL **26** STAND **A176**

CERSAIE
Bologna - Italy
27 - 09 / 01 - 10 - 2021

I distretti emiliano-romagnoli fanno meglio della media nazionale: export a +6,4%

Si conferma il ruolo centrale dei cluster emiliano-romagnoli, per i quali la ripresa è già cominciata

a cura della redazione

Il 2021 inizia con dati positivi, e migliori di quelli registrati dalla media nazionale, per l'export dei distretti dell'Emilia-Romagna. Si parla di un +6,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente che era stato solo parzialmente impattato dal lockdown iniziato a marzo, dato migliore anche rispetto allo stesso periodo del 2019 (+2,2%). I distretti emiliano-romagnoli fanno meglio della media distrettuale italiana, che mostra un ritardo del -2,8% rispetto ai livelli pre-covid: sono questi i principali dati che emergono dalla ricerca sui Distretti industriali dell'Emilia-Romagna curata dalla Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo Buono l'andamento dell'export sui mercati maturi (+6%) che crescono anche rispetto al primo trimestre 2019 (+4,5%), grazie al traino di Francia, Germania e Belgio. Ottima poi l'accelerazione delle vendite sui nuovi mercati (+7,5%), dove spiccano i risultati ottenuti in Cina e Turchia, ben oltre i livelli pre-pandemici (+14,7% e +84% rispettivamente). Intesa Sanpaolo sottolinea come abbiano iniziato l'anno in crescita 13 distretti su 20 e come 12 distretti regionali siano già oltre i livelli di export dei primi mesi del 2019: tra questi le macchine per l'industria ceramica ed il settore ceramico. La ripersa, insomma, è già iniziata, ed i distretti si confermano modelli vincenti che, dice Carla Sauris, Economista della Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo, «sono destinati a proseguire il loro percorso e molto verosimilmente già a fine 2021 potranno completare il recupero di quanto perso sui mercati esteri a causa della crisi pandemica, cogliendo le opportunità di cerscita sui mercati internazionali, dove gli scambi sono in forte accelerazione».

«Adesso si tratta di allargare i confini»

Lucio Poma non ha dubbi: «L'evoluzione dei distretti è già scritta nel 4.0 e nell'integrazione di filiere complesse»

a cura di Roberto Caroli

Lucio Poma

Ci crede, nei distretti, Lucio Poma, «perché nella manifattura siamo i più bravi di tutti». E crede nel distretto ceramico, ma gli chiede passi avanti: dal suo osservatorio (è capoeconomista di Nomisma e Professore all'Università di Ferrara) vede un possibile «salto di qualità, agganciando appieno quel 4.0 che ha rotto un paradigma, allargando ogni settore ben oltre i suoi ambiti e i suoi confini»

Il distretto sta facendo abbastanza, per le aziende?

«Può fare di più, paradossalmente smettendo di ragionare da distretto. Dovrebbe forse ragionare in ottica di sistemi integrati di impresa, con filiere più larghe di quelle attuali. Essere un distretto, ovvero una concentrazione territoriale di imprese, vuol dire essere parte di un flusso di conoscenza, e si può scegliere se essere un torrente o un flusso principale»

Le aziende, invece, cosa possono fare?...

«Devono muoversi per allargare quanto più possibile i loro confini. O meglio, i confini non devono esistere: la differenza tra settore e settore, oggi, è minima, e tutti hanno bisogno di campi

«Si tratta di unire i nuovi linguaggi della tecnologia, dei big data, del 4.0 all'antico saper fare»

del sapere cento volte più estesi di quanto ne servissero, per fare impresa, una decina di anni fa. Il mondo va veloce, e chiede attori sempre più performanti, in grado di lavorare in sinergia tra di loro, anche per superare dimensioni di impresa che potrebbero essere un limite»

Di acquisizioni ed aggregazioni, tuttavia, il settore ceramico ne ha già viste diverse...

«Unire non significa continuare a fare la stessa cosa più in grande, ma fare altre cose e, aggiungendo e moltiplicando produzioni e competenze, allargando le filiere attraverso quel flusso di conoscenza di cui si diceva prima»

L'eccellenza passa dalla conoscenza, quindi...

«Il made in Italy non può rincorrere, per dire, la Cina, sul prezzo. Deve fare cose nuove e mettersi in grado di dire al mercato '*noi facciamo questo, è il prodotto migliore, e lo facciamo solo noi*'. Da questo punto di vista può essere un vantaggio anche il cambio generazionale che avviene a più livelli, ma si tratta di unire, virtuosamente, i nuovi linguaggi della tecnologia, dei big data, del 4.0, all'antico saper fare».

Wide&Style Mini collection

ABK, brand of ABK GROUP Industrie Ceramiche S.p.A

abk.it

ABK

EMOZIONI IN SUPERFICIE

Il 2022 sarà l'anno del 'reskilling'

La pandemia ha ridefinito gli standard della formazione aziendale, cambiandone i paradigmi

a cura di Enrico Bertoni e Stefano Fogliani

Tra i tanti aspetti che sono stati radicalmente modificati dalla pandemia troviamo sicuramente la formazione. Non solo quella scolastica, con la ormai celeberrima DAD (Didattica a distanza) e tutte le problematiche – e gli strascichi polemici – legati alla gestione delle scuole e della didattica in presenza. In questo spazio parleremo della formazione aziendale: negli ultimi mesi siamo stati costretti a rivedere completamente le skills degli attori coinvolti nel processo formativo e l'approccio culturale alla formazione. Soprattutto nelle grandi aziende, stanno emergendo figure professionali nuove ed estremamente importanti legate all'apprendimento digitale.
Il tipico mindset di questa figura comprende in primis una solida cultura digitale, poi la conoscenza di strumenti e tecnologie digitali

Il Lavoro? Non solo tecnica, ma anche 'anima'

Secondo Michele Tiraboschi il binomio tra aziende di qualità e lavoro di qualità è inscindibile

«La forza del distretto ceramico è stata quella di investire sulle persone, formarle, retribuirle adeguatamente, attrarre professionalità anche da altri luoghi: le dinamiche del lavoro, tuttavia, sono cambiate e stanno cambiando, e adeguarsi al cambiamento è un'ulteriore sfida». Un settore

evolute e naturalmente delle piattaforme di digital learning. Spesso a queste si affiancano competenze legate alle neuroscienze, molto importanti in contesti dove l'apprendimento è quasi completamente digitale e "contactless", e la conoscenza approfondita di percorsi di formazione "blended", ovvero che uniscono e affiancano apprendimento digitale e in presenza.
In questo senso il cambio di paradigma è evidente: in primis il docente non smette mai di imparare a sua volta, dovendo restare sempre aggiornato in un ambiente in continua e rapidissima evoluzione.

Il 4.0 impone, anche in azienda, un continuo scambio di competenze tra nativi digitali e non

Accanto a questa evoluzione del tradizionale processo di formazione top-down , sta prendendo sempre più piede il cosiddetto fenomeno del reverse-mentoring: molte grandi aziende stanno iniziando a includere nei mansionari di figure junior (quindi mediamente anagraficamente più giovani) attività di "tutoraggio digitale" verso figure senior, con l'obiettivo di accompagnarle a una miglior comprensione dei meccanismi del web 4.0, in uno scambio di competenze tra nativi digitali e non. Il reverse mentoring può diventare uno strumento utilissimo per le aziende, anche al di là del suo contenuto puramente strumentale. Può infatti favorire lo sviluppo della leadership nei giovani manager, aiutare a creare commitment verso l'azienda e genera fiducia e legami interni – notoriamente più saldi quando il rapporto è di interdipendenza e non solo di dipendenza top-down. Infine, la riduzione del digital gap ai livelli di top management aiuta l'efficacia delle decisioni strategiche aziendali e la diffusione di una cultura di "apprendimento continuo" riduce il rischio di ancorarsi a schemi rigidi e obsoleti.
In generale si può dire che una delle parole chiave per il 2022 sarà *reskilling*: le aziende che saranno in grado di formare meglio non solo i nuovi, ma anche e soprattutto i vecchi manager, e continuare a farlo nel tempo – possibilmente in un'ottica di scambio di competenze tra giovani e senior - saranno quelle con più probabilità di successo.

di qualità non prescinde da un lavoro di qualità: Michele Tiraboschi, giuslavorista dell'Università di Modena e Reggio Emilia, nell'affrontare la dicotomia tra 'qualità del lavoro' e 'qualità delle aziende' non si tira indietro. «La coesistenza dei due fattori è fondamentale: se un sistema produttivo non si regge su professionalità preparate, su diritti e salari adeguati dice - non resiste sul medio periodo»

Il settore ceramico a che punto è?

«Ha sempre investito sulle persone e sulla loro professionalità, adesso si tratta di adeguarsi al cambiamento, perché il lavoro, oggi, non è più quello del Novecento. Si impone una rilettura di regole e dinamiche, cosa peraltro per larga parte già fatta dalle aziende del distretto, che si sono messe in condizione di affrontare il futuro con prospettive tutto sommato rosee»

In che senso?

«Arriva una stagione importante, con significative risorse economiche che entreranno in gioco: è necessario fare sistema e farsi trovare pronti a novità che non mancheranno»

Suggerimenti per affrontare il cambiamento?

«Il settore è già forte e ancora trainante rispetto ad altri. Ma dal mio osservatorio mi sento di dire che ai giovani, oltre che lavoro e salario, andrebbero offerte anche sfide valoriali e culturali. Servono progetti e opportunità, servono 'maestri' e punti di riferimento. Le aziende devono essere in grado di trasmettere passione, competenza e professionalità, quindi la tecnica, ma anche e soprattutto l'anima del mestiere».

DELCONCA

CERSAIE 2021_BOLOGNA
27.09 / 01.10
PAD 36 / STAND A16 - B19

un'anima tridimensionale genera bellezza

Dinamika è l'evoluzione tecnologica di una materia che racchiude vita, capace di raccogliere le pulsazioni del mondo e restituirle con estrema naturalezza. Ogni singolo dettaglio di superficie viene esaltato per raccontare una veridicità unica, data dalla perfetta sincronia tra grafica e struttura.

DINAMIKA
deep surfaces

UN NUOVO PRIMATO PER ACTIVE SURFACES

Le superfici nate dalla ricerca di Iris Ceramica Group dimostrano una potente efficacia antibatterica anche in assenza di luce

Le superfici Active Surfaces di Iris Ceramica Group mettono a segno un altro importante risultato: **sono in grado di distruggere oltre il 99% dei batteri con cui entrano in contatto**, in soli 30 minuti al buio, dimostrando una potente efficacia antibatterica anche in assenza di luce. Questa proprietà è stata comprovata effettuando test che hanno messo a diretto confronto i materiali Active Surfaces ed un campione ceramico non trattato, ma operando in tempi brevissimi. Il protocollo della norma ISO 22196 prevede che entrambe le superfici vengano messe a contatto con una quantità nota di batteri, in questo caso specifico batteri del ceppo *Escherichia Coli* e lasciate al buio per 24 ore. Tuttavia, è importante sottolineare quanto sia fondamentale, che una superficie ceramica antibatterica dimostri la propria efficacia in tempi sicuramente inferiori alle 24 ore, in particolare in ambienti specifici come ospedali, case di cura o anche scuole e centri per l'infanzia, luoghi in cui l'attenzione all'igiene è prioritaria. Per questo motivo, Iris Ceramica Group ha chiesto di verificare quanto i materiali Active Surfaces fossero in grado di **dare una protezione reale alle persone negli ambienti in cui vengono applicati**. Mantenendo inalterati tutti i parametri richiesti dal protocollo ISO 22196, è stato quindi ridotto progressivamente il tempo di esecuzione del test, da 8 a 4 e a 2 ore, per poi arrivare a 30 minuti. Questo è un dato che traduce con concretezza scientifica la continua ricerca dell'eccellenza di Active Surfaces, che in 30 minuti al buio, ha dimostrato un'efficacia antibatterica di oltre il 99%. Un risultato chiaro che testimonia la peculiarità di Active Surfaces.

LAMINAM: L'INNOVAZIONE SOSTENIBILE COME MOTORE DELL'EVOLUZIONE

Pubblicato il secondo bilancio di sostenibilità dell'azienda fioranese, realizzato in collaborazione con Nomisma

Laminam ha da tempo abbracciato il concetto di innovazione sostenibile come guida del proprio modo di fare impresa, individuando i pilastri sui quali fondare la propria strategia di crescita: governance, prodotti, persone, processi. In quest'ottica, Laminam si è dotata di **una Road Map che definisce azioni e obiettivi** da raggiungere per ciascuno dei quattro pilastri: dalla promozione di un ambiente di lavoro inclusivo, costruttivo e sicuro, alla continua ricerca di materiali naturali e processi eco-sostenibili, al costante impegno volto a ridurre e mitigare l'impatto ambientale lungo tutta la catena del valore. I dati contenuti nel secondo bilancio di sostenibilità, realizzato in collaborazione con Nomisma, certificano tale impegno. **Nel 2020, presso gli stabilimenti produttivi del Gruppo i consumi energetici e le emissioni di CO2 sono diminuiti del 10%**, e si sono ridotte le altre emissioni in atmosfera grazie anche all'installazione di impianti di abbattimento a carboni attivi Kyoto friendly. Laminam ha inoltre ridotto del 16% i prelievi di acqua, del 23% i rifiuti prodotti e del 17% i materiali di imballaggio. Inoltre il 95% del materiale precottura viene reinserito nel circuito produttivo, il 100% dell'acqua di processo viene re-immessa nel ciclo di produzione, la quasi totalità dei rifiuti viene portata al riciclo ed una crescente percentuale degli imballi (736 tonnellate nel 2020, il triplo rispetto al 2018) viene recuperata. Le superfici Laminam contengono almeno dal 20% al 40% di materiale riciclato pre-consumo, come confermato dalle certificazioni LEED e BREEAM, e in alcuni prodotti la percentuale di scarto precottura riutilizzato raggiunge il 60%.

DEL CONCA È FRA GLI SPONSOR DEL PADIGLIONE SAN MARINO AD EXPO DUBAI 2020

L'azienda ha fornito i pannelli decorativi, in lastra ceramica di dimensioni 120x260cm effetto marmo Onice Fantastico della collezione Boutique, che rivestiranno le pareti della vip lounge

Del Conca sponsor del padiglione sanmarinese in occasione di Expo2020, che si terrà a Dubai dal 1° ottobre al 31 marzo. Il Gruppo Del Conca, che è composto da quattro marchi, Faetano, Del Conca, Pastorelli e Del Conca USA ha fornito i pannelli decorativi, in lastra ceramica, che rivestiranno le pareti della vip lounge contribuendo a dare un tocco di stile ed eleganza allo spazio che accoglierà ospiti d'onore, delegazioni e potenziali investitori in visita al Padiglione San Marino durante l'Esposizione Universale. «Un'occasione unica - spiega **Paolo Mularoni**, Presidente di Ceramica Faetano, capofila del Gruppo Del Conca - per presentare al mondo la nostra realtà e contribuire a diffondere una conoscenza del Paese che siamo orgogliosi di poter rappresentare attraverso il nostro prodotto e la storia generazionale del Gruppo Del Conca».

DUE REFERENZE FLORIM PREMIATE AL CERAMICS OF ITALY 2021 TILE COMPETITION

Il concorso premia i migliori progetti architettonici realizzati nel Nord America con ceramiche italiane

Due referenze Florim premiate al **Ceramics of Italy 2021 Tile Competition**: il Waterline Square, lussuoso complesso residenziale realizzato a New York con le superfici Florim, è stato scelto come vincitore del "Ceramics of Italy 2021 Tile Competition", nella categoria residenziale multifamiliare, mentre il progetto del Penthouse Miami ha ricevuto una Menzione d'Onore nella categoria Residenziali unifamiliari. Il concorso premia ogni anno i migliori progetti architettonici realizzati nel Nord America con ceramiche italiane, selezionati da una giuria internazionale.

L'INSTALLAZIONE "HOTEL CHIMERA", TRA DESIGN E MODA

Lo Spazio CEDIT cornice dello shooting fotografico di "Decibel", la nuova capsule collection di Marella ART.365 disegnata da Elena Salmistraro

Lo **Spazio CEDIT** cornice dello shooting fotografico di "***Decibel***", la nuova *capsule collection* di **Marella ART.365** disegnata da **Elena Salmistraro** – talento del design italiano che ha firmato la serie "***Chimera***" di CEDIT – Ceramiche d'Italia. I motivi grafici micro e macro della collezione autunno-inverno 2021 Marella ART.365 strizzano infatti l'occhio anche al **decorativismo dell'interior design** riportando ai temi ornamentali indagati con "*Chimera*", le cui grandi lastre vestono l'omonimo allestimento "***Hotel Chimera***" nello Spazio CEDIT di Milano – disegnato nel 2020 dalla stessa Elena Salmistraro – e fanno da sfondo al suo estro, raccontato attraverso una storia di moda immersiva.

VICTORIA HA GRANDI AMBIZIONI IN ITALIA

«Abbiamo piani ben precisi per incrementare la nostra presenza nel settore ceramico e stiamo attualmente esaminando diverse opportunità potenziali», dice l'AD, Philippe Hamers

Quattro anni fa, Victoria Pie non operava affatto nell'industria ceramica. Oggi, il Gruppo del flooring - quotato alla Borsa di Londra per una capitalizzazione di un miliardo e mezzo di euro - è il sesto maggior gruppo attivo nel settore ceramico al mondo, con stabilimenti sia in Italia sia in Spagna. Una parte importante della sua rapida ascesa nel settore è provenuta da acquisizioni, cinque delle quali perfezionate in Italia - Ceramiche Serra, Ceramiche Ascot, Keradom, nonché, nei mesi recenti, Ceramiche Colli e Ceramiche Santa Maria. Peraltro, secondo quanto dichiarato da Andrea Bordignon, alla guida delle attività italiane di Victoria (con l'eccezione di Keradom, che opera indipendentemente), il Gruppo sta investendo in modo significativo per sviluppare una crescita interna. Victoria ha investito decine di milioni di euro negli ultimi tre anni nelle proprie fabbriche, per migliorarne produttività e qualità, nonché in immobili al fine di migliorare i servizi logistici e oggi ha più di 490 dipendenti nelle proprie attività italiane. **La società ha un fatturato previsto per il 2021 di circa 220 milioni di dollari** e intende accrescere ulteriormente la propria presenza in Italia, come confermato dall'Amministratore Delegato Philippe Hamers. «Abbiamo – dice - piani ben precisi per incrementare la nostra presenza nel settore ceramico e stiamo attualmente esaminando diverse opportunità potenziali. L'Italia, con la Spagna, ci interessa in modo particolare poiché la qualità e lo stile delle ceramiche prodotte in Italia sono fra i migliori al mondo».

GRUPPO ROMANI PARTNER PER LA PERSONALIZZAZIONE DELLA NUOVA SEDE DI AMBER A MODENA

Creati, attraverso la divisione Cerasarda Custom, prodotti "su misura" che declinano in scala cromatica il colore giallo del logo

Amber, il nuovo spazio dedicato al benessere a trecentosessanta gradi, creato da Filippo Bottura, Marco Farina, Benjamin Mascolo e Cecilia Montano, ha scelto Gruppo Romani come partner per la personalizzazione della nuova sede di Modena. Il concept, curato da Wabisabistudio, unisce un nuovo pensiero di cucina sostenibile e responsabile al desiderio di vivere in sintonia con il proprio corpo, e offre un percorso di benessere completo dal fitness alla tavola nei suoi spazi Amber Cafè, Amber Lounge e Amber Fitness.
Per risolvere le esigenze stilistiche del locale, **Gruppo Romani ha realizzato, attraverso la divisione Cerasarda Custom, prodotti "su misura"** che declinano in scala cromatica il colore giallo del logo. Per il bancone dell'Amber Cafè sono state scelte le caratteristiche esagone di Cir Ceramiche, mentre per le pareti dei bagni e per il rivestimento di elementi di arredo, l'esclusivo soggetto decorativo effetto wallpaper Chromagic Floral. Il brand Atelier Cerasarda ha creato in esclusiva le proposte coordinate per la *mise en place*.

COTTO D'ESTE È 100% PROTECT®

La prima azienda ceramica il cui catalogo di prodotti è completamente antibatterico

Copertura totale non è solo sinonimo dell'**assoluta efficacia antibatterica del sistema Protect®, che elimina fino al 99,9% dei batteri.** Da oggi riguarda anche la gamma di **Cotto d'Este**, che è **la prima azienda ceramica** il cui catalogo di prodotti è **completamente antibatterico**.
Tutte le serie di Cotto d'Este sono infatti complete della tecnologia Protect® (unica eccezione i decori e i prodotti destinati all'outdoor), a conferma dell'assoluta eccellenza del brand.

FAP SELEZIONATA PER IL PRESTIGIOSO PREMIO BIENNALE COMPASSO D'ORO ADI 2022

Bloom Star selezionato per la pubblicazione sull'ADI Design Index 2020

L'Osservatorio permanente del Design ADI (Associazione per il Disegno Industriale) ha selezionato il prodotto ***Bloom STAR*** di FAP, per la pubblicazione sull'ADI Design Index 2020, primo volume del ciclo biennale dei lavori selezionati per il prestigioso Compasso d'Oro ADI 2022.
Il Premio, istituito nel 1954 da "La Rinascente" e gestito dall'ADI dal 1956, riconosce la qualità produttiva e progettuale di beni, processi, servizi e sistemi del Design italiano. *Bloom STAR* rappresenta una grande novità nella produzione FAP: la più grande piastrella 3D da rivestimento nell'inedito formato 80x160 cm, caratterizzata da **una texture tridimensionale ispirata a produzioni artigianali**, che rievocano l'antica arte degli origami e la lavorazione artistica della carta.
"Una ceramica da toccare", vibrante, mossa in mille direzioni, capace di dare enfasi scenografica e sensoriale alle pareti. Il grande formato di *Bloom STAR* amplifica il motivo tridimensionale e permette di dare continuità visiva allo spazio, realizzando tappeti avvolgenti con pochissimi elementi e il minor numero di fughe possibili. Il risultato finale è un delicato senso di movimento che si esalta nell'incontro con la luce, donando ritmo alle pareti con piacevoli chiaroscuri e contrasti luce e ombra.
Ad accompagnare l'innovazione estetica della piastrella 3D la tecnologia in pasta bianca, che rende più facile la posa e l'installazione, grazie a lastre leggere, facili da tagliare, forare, movimentare.

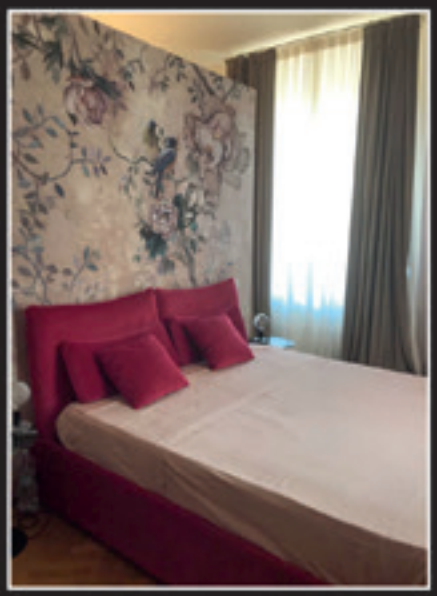
PORCELANOSA È PARTNER DI BAM – BIBLIOTECA DEGLI ALBERI DI MILANO

L'impegno dell'azienda spagnola a favore del terzo parco pubblico meneghino

Porcelanosa è partner di BAM – Biblioteca degli Alberi Milano – un progetto di Fondazione Riccardo Catella – uno dei player culturali e luoghi più rappresentativi del capoluogo lombardo con una visione di ampio respiro dedicata allo sviluppo di una città sempre più smart, inclusiva e sostenibile. Fin dal suo esordio, Porcelanosa Group ha incluso lo sviluppo sostenibile nella propria filosofia. Questo ha portato l'azienda a implementare processi e prodotti innovativi che rispettano l'ambiente e riducono al minimo le emissioni di CO2. **Porcelanosa ha deciso di diventare partner di BAM riconoscendone il valore culturale** e inquadrando questa iniziativa nel più ampio impegno dell'azienda sui temi dell'innovazione e della sostenibilità. Terzo parco pubblico milanese per dimensioni con i suoi 90.000 mq BAM – Biblioteca degli Alberi Milano è un'innovativa partnership pubblico privata tra la Fondazione RiccardoCcatella e il Comune di Milano che offre alla cittadinanza un programma culturale gratuito ispirato agli obiettivi di sostenibilità dell'ONU. Caratteristica che lo distingue quale eccellenza all'interno del panorama non solo meneghino ma nazionale è la produzione di un programma culturale gratuito per tutta la cittadinanza e l'assenza di qualsiasi tipo di recinzione o accesso controllato, fattore che sottolinea ancor di più la sua vocazione a luogo di incontro aperto a tutti: anche grazie alla partnership con Porcelanosa, il programma culturale di BAM sarà più ricco di progetti e attività per tutte le età e per tutti i gusti.

RODRY

Arredamento per interni



Rodry Srls - **SHOWROOM** Via Vespucci 12 - 41049 Sassuolo (Mo)
Tel. 0536 807484 - Beppe Gatti 340 6998301 - Email: rodrysassuolo@gmail.com - @anteo_rodry

ALE spa

building & consulting

EDILIZIA INDUSTRIALE & CAPANNONI in CLS

ALE spa Building & Consulting è una azienda che si occupa di edilizia industriale. È specializzata nella costruzione di capannoni in calcestruzzo e opere edili complementari. Nella realizzazione dei propri prodotti, si avvale di tecnologie all'avanguardia e di professionisti esperti così da garantire le migliori soluzioni al servizio di ogni richiesta con risultati qualitativamente eccellenti.

...Al servizio del cliente per:

- Opere edili e murarie
- Strutture prefabbricate
- Pavimentazioni industriali
- Rivestimenti in resina
- Ristrutturazioni civili ed industriali
- Opere fognarie e stradali
- Opere in cemento armato
- Rimozione eternit
- Coperture

...in partnership con:

TesiSystem
Soluzioni prefabbricate

GRUPPO GRIGOLIN

Sede legale: **MODENA** - 41121 Via A. Nardi, 35
Sedi operative: **SASSUOLO (MO)** - 41049 Via Felice Cavallotti, 140
MILANO - 20122 Corso Europa, 15
TRAVERSETOLO (PR) - 43029 P.zza Mazzini, 2
BOLOGNA - 40133 Via Speranza, 54

Tel. 0536.882774
info@alespa.net

Mauro Vandini: «Arte e cultura sono un patrimonio anche per la ceramica»

Così l'AD di Marazzi Group, a margine dell'inaugurazione della mostra 'Luigi Ghirri. The Marazzi Years 1975-1985' con cui la storica azienda sassolese celebra il suo legame con il grande fotografo

a cura di Roberto Caroli

Mauro Vandini

«La storia, l'arte e la cultura sono un patrimonio cui deve attingere anche la ceramica». A margine dell'inaugurazione della mostra fotografica 'Luigi Ghirri. The Marazzi Years 1975-1985', visibile presso il Palazzo Ducale di Sassuolo fino al 31 ottobre, con cui Marazzi celebra la sua collaborazione con il grande fotografo emiliano, Ceramicanda ha chiesto all'AD di Marazzi Group Mauro Vandini quanto e come la ceramica debba seguire la cultura, specchiarsi in un passato che altri paesi non hanno. «Non solo la ceramica deve seguirla, ma è evidente come anche la ceramica debba riappropriarsi di un proprio patrimonio artistico e culturale. Se pensiamo al decennio raccontato da questa mostra, vediamo quanto fossero diffuse, allora, le collaborazioni tra industria e creazione artistica. Poi c'è stata una fase in cui questo legame si è allentato, ma credo oggi sia tempo di tornare a questi aspetti, anche considerate la diffusione e la velocità dei mezzi di comunicazione»

Presentando la mostra ha detto che la ceramica non deve solo essere imitatrice della natura, ma riappropriarsi di una sua identità: magari, suggerisco, con il colore?

«Con il colore, con le forme, con le diverse dimensioni in cui il materiale ceramico è sempre stato declinato. La ceramica resta comunque il prodotto che, al di là dei materiali naturali, è il più naturale di tutti. Ha una sua funzione, oggi, ampiamente riconosciuta e apprezzata, ma deve anche tornare ad essere ciò che era, riprendendo quelle tradizioni che ne hanno scritto, nel tempo, l'eccellenza. Non possiamo fare una cosa senza fare l'altra, e credo che l'Italia, visto il suo background storico, culturale ed artistico, oggi abbia questa possibilità»

Ma come si comunica il valore della tradizione in chiave contemporanea?

«E' un tema sul quale il settore deve continuare a lavorare, perché la comunicazione del prodotto ceramico va migliorata. La ceramica è diventata l'ideale per diverse applicazioni, ma non siamo ancora in grado, spesso, di comunicarlo in modo adeguato. E qui torniamo alla storia, alle collaborazioni tra industria, arte e cultura, al patrimonio che, con la sua arte e le sue tradizioni, rappresenta l'Italia»

L'Italia, già: peccato sia sempre più difficile produrre in un paese come il nostro. Come se ne esce?

«Come si è sempre fatto in Italia. Con umiltà, intelligenza e perseveranza».

Il 'Caesar Design Film Award' all'Ennesimo Film Festival

Troiane di Santamato vince il CDFA, il premio nato dalla collaborazione fra Ceramiche Caesar ed Ennesimo Film Festival per creare un ponte fra cinema, design e architettura. Menzione Wannabe a There's a tree on the sidewalk

a cura della redazione

Si è tenuta lo scorso primo luglio al Castello di Spezzano, all'interno della serata di apertura dell'Ennesimo film Festival, la premiazione dei vincitori della seconda edizione del Caesar Design Film Award, il premio nato dalla collaborazione fra Ceramiche Caesar e Ennesimo Film Festival per creare un ponte fra cinema, design e architettura. «Per Caesar la collaborazione con Ennesimo Film Festival riveste una grande importanza - spiega Marco Chiletti, responsabile della promozione UK, che ha presentato la serata - Per noi l'innovazione e la sperimentazione sono valori imprescindibili, non solo in ambito di prodotto ceramico ma anche nella ricerca di forme di comunicazione di avanguardia. Il cinema è sicuramente veicolo di linguaggi sempre nuovi e freschi, che ci stimolano e ci spingono a riflettere e migliorare. L'argomento della nostra call per la CDFA 2021 è stato Design For Living, con l'intento di ricevere spunti su come il design possa migliorare la vita delle persone, con un particolare riferimento anche alla situazione pandemica che stiamo vivendo. Le opere sottoposte ci hanno fatto confrontare con tematiche importanti, su tutte la sostenibilità, e con visioni interessanti del design, che dialoga con la Natura, diventa collante per le comunità, o fornisce risposte a emergenze sociali. A nome di Caesar desidero esprimere un ringraziamento a tutti coloro che hanno partecipato, dall'organizzazione di EFF, ai giurati, gli studenti della giuria Wannabe desi-

gner e tutti i registi che hanno inviato le proprie opere». La Giuria internazionale, composta da Adolfo Tancredi, AD di Ceramiche Caesar, Vito Palmieri regista e docente al DAMS di Bologna, Stefano Maffei direttore del Polifactory di Milano, l'architetto Guglielmo Renzi e Ana Traverso-Krejcarek urbanista dell'High Line di New York ha deciso di premiare il corto Troiane di Stefano Santamato che racconta del recupero di 400 tronchi fra gli oltre 14 milioni di alberi abbattuti tra Trentino-Alto Adige, Veneto e Friuli-Venezia Giulia nell'ottobre del 2018. Il film è stato premiato perché "riesce nel difficilissimo compito di raccontare un evento catastrofico e di trasformarlo in fatto spettacolare e vitale. Costruisce un rapporto emotivo forte e non scontato tra lo spettatore e il destino degli alberi di cui mostra il viaggio, favorendo una forte empatia con i veri protagonisti del documentario". La Giuria ha poi assegnato una menzione speciale a We are not Bad Kids di Ben Falk, presentato in anteprima mondiale al Caesar Design Film Award. Fra i premiati anche il corto There's a Tree on the Sidewalk di Jonathan Pinkhard e Adam McConnachie che ha vinto la Menzione Wannabe Designers assegnata dagli studenti frequentanti i corsi di Cinema e di Design del prodotto industriale dell'Università di Bologna. «Siamo molto soddisfatti per la seconda edizione del CDFA – spiegano Federico Ferrari e Mirco Marmiroli – non solo per l'alta qualità dei corti e l'ottima partecipazione di pubblico quanto perché abbiamo portato, insieme a Ceramiche Caesar, all'attenzione del Distretto come la rinascita e la sperata fine di un momento che ha coinvolto tutti a livello globale può essere sostenuta anche dalla progettazione di un mondo nuovo, diverso, un mondo in cui tornare a vivere appunto in cui cinema, design e architettura possono guidare questa nuova rivoluzione di spazi comuni che deve essere fortemente legata al tema della sostenibilità».

JOLIE
Praise to Beauty

La nuova collezione di marmi in gres porcellanato Mirage

a cura della redazione

Il fascino del marmo ha resistito intatto nei secoli, diventando uno dei principali protagonisti dell'evoluzione nell'architettura, riuscendo a incarnare di volta in volta lo stile e la tradizione di chi lo ha scelto. **Jolie** è la nuova collezione di marmi esclusivi in gres porcellanato Mirage.

Un'antologia di riferimenti rari e purissimi, dove ogni venatura ed ogni singola lastra sono il frutto di un'accurata selezione, al fine di reinterpretare in modo estremamente fedele il pregio estetico e gli elementi di unicità che soltanto la natura è in grado di creare.

Pavimenti, rivestimenti, ma anche arredi e finiture, Jolie è uno strumento creativo e progettuale per qualsiasi tipo di stile ed ambiente.

Sette colori di straordinaria eleganza, che richiamano la tradizione più antica ma dall'effetto straordinariamente contemporaneo, proposti in formati che vanno dal 800x800 fino alla grande lastra 1200x2780 in superficie sia lucida che opaca, morbida al tatto.

Jolie rappresenta anche la continuità di un percorso che Mirage ha intrapreso da alcuni anni. La collezione, infatti, si va a sommare e soprattutto amplifica esponenzialmente il potenziale delle essenze marmoree, composto dalle collezioni Jewels, Cosmopolitan, Wanderlust.

Una vera e propria "marmoteca" composta da oltre 35 colori in gamma.

L'outdoor secondo Ceramiche Keope

Inaugurato, presso l'HQ di Casalgrande, il nuovo padiglione progettato dall'architetto Pierluigi Molteni e dallo Studio duePIU architects

a cura della redazione

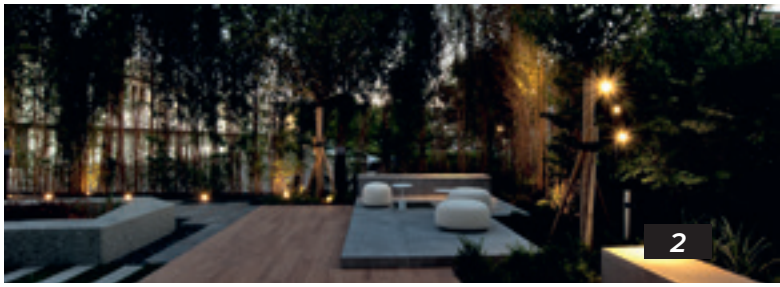
1

Forte del successo e della crescita degli ultimi anni, **Ceramiche Keope amplia la sua area espositiva riservata alle proposte per esterni** e inaugura il nuovo padiglione progettato dall'architetto Pierluigi Molteni presso l'headquarter di Casalgrande, in provincia di Reggio Emilia.

In questi anni, Keope ha costruito la sua **leadership nella produzione di rivestimenti per l'outdoor** e, grazie alla notevole varietà di gamma, è in grado di **soddisfare ampiamente anche l'indoor residenziale e commerciale** con abbinamenti di materiali ed effetti diversi **in&out.**

Con il mutare delle esigenze funzionali e di rappresentatività, l'azienda ha scelto di **studiare un nuovo spazio architettonico** - che va ad aggiungersi allo showroom già presente all'interno della sede – al fine di valorizzare l'offerta per l'outdoor con un allestimento caratterizzato da un linguaggio contemporaneo e coerente. Lo spazio si presenta con un raffinato **giardino botanico** – frutto del progetto dello **Studio duePIU architects** - dove la componente verde conduce il visitatore attraverso una **promenade emozionale** fatta di **scorci e prospettive** che valorizzano non solo la produzione ma pongono l'accento anche sul **benessere e la sostenibilità**.

Simbolo dell'eccellenza delle collezioni per outdoor esposte all'interno del nuovo padiglione è il sistema



2

3

4

K2: soluzioni in **gres porcellanato dallo spessore di 20mm** che introducono una innovativa prospettiva progettuale garantendo **continuità tra interni ed esterni**. Le collezioni per esterni con spessore 2 cm – **insieme alle numerose soluzioni con spessore 1cm - sono perfettamente abbinabili alle proposte per interni di Keope**. Dall'effetto pietra con differenti intensità di stonalizzazione, ai materiali di evocazione industrial fino al legno più caldo**,** le serie dalla connotazione in&out rispondono in maniera attenta e puntuale alle esigenze dell'architettura moderna proponendo sempre nuovi spunti creativi.
«Gli importanti investimenti che stiamo sostenendo, quelli per il nuovo padiglione dedicato all'outdoor ma anche la costruzione della nuova sede prevista per il prossimo biennio, ci permetteranno di seguire in maniera ancora più performante il costante aumento della domanda di prodotto», commenta **Paolo Cesana, Direttore Marketing Ceramiche Keope**. L'obiettivo della costruzione della nuova area espositiva, prosegue Cesana,«è non solo quello di sancire il nostro ruolo di leader nelle proposte per l'outdoor ma anche quello di avere uno spazio di incontro per progettisti e architetti in modo che possano apprezzare la versatilità e le infinite possibilità applicative della nostra ricca produzione».

5

6

7

8

9

1-6. Nelle immagini, vista in notturna del nuovo padiglione di Ceramiche Keope riservato alle proposte per esterni presso l'headquarter di Casalgrande (RE) progettato dall'architetto Pierluigi Molteni.

2-7. Nell'immagine, allestimento del nuovo padiglione di Ceramiche Keope riservato alle proposte per esterni con la collezione Lineo, finitura Honey, formato 30x120 K2 posato su massetto con colla e la collezione Noord, finitura Grey, formato 80x80 K2 con posa sopraelevata.

3. Nell'immagine, allestimento del nuovo padiglione di Ceramiche Keope riservato alle proposte per esterni con la collezione Lineo, finitura Honey, formato 30x120 K2 e la collezione Percorsi Extra Pietra di Bressa, formato 30x240 K2 con posa a secco.

4-9. Nelle immagini, interni del nuovo padiglione di Ceramiche Keope riservato alla vasta gamma di proposte per esterni presso l'headquarter di Casalgrande (RE) progettato dall'architetto Pierluigi Molteni.

5. Nell'immagine, il nuovo padiglione di Ceramiche Keope riservato alle proposte per esterni presso l'headquarter di Casalgrande (RE) progettato dall'architetto Pierluigi Molteni.

8. Nell'immagine, allestimento del nuovo padiglione di Ceramiche Keope riservato alle proposte per esterni con la collezione Midlake, finitura Porfido, formato 60x90 con posa a secco.

EMILCERAMICA 1961-2021: DA SESSANT'ANNI ESPLORIAMO NUOVI SPAZI

Dal 27 settembre al 1° ottobre 2021 un'esclusiva open week per festeggiare 60 anni di attività

a cura della redazione

Nel 1961 il volo di Jury Gagarin attorno alla Terra ha dato l'avvio all'era della conquista dello spazio. In quello stesso anno, a Fiorano Modenese, nella provincia di Modena, nasceva Emilceramica: una delle prime aziende di quello che sarebbe diventato il più importante comparto ceramico del mondo.
A sessant'anni da quella data Emilgroup festeggia l'importante traguardo con *Space*, uno straordinario evento in occasione della fiera Cersaie, dal 27 settembre al 1 ottobre 2021.
Un evento che si ispira alla conquista dello spazio - fisico e astronomico - per celebrare la vocazione che caratterizza l'azienda fin dalla sua nascita: raggiungere nuovi orizzonti e dare forma concreta all'immaginazione e alla creatività.
Spazi che si conquistano e che si moltiplicano: quest'anno le location in cui sarà possibile apprezzare le nuove collezioni di Emilgroup raddoppiano. Oltre alla tradizionale presenza presso la fiera Cersaie (Pad. 36 – stand A20-B23) l'azienda apre le porte della sua sede e presenta i nuovissimi showroom di brand Emilceramica, Ergon, Provenza e Viva.
Lo stand di Cersaie 2021 diventa così l'ideale punto di partenza del viaggio nello spazio e nel tempo che il 60°anniversario di Emilgroup celebra. Qui i visitatori troveranno un'anteprima delle collezioni ceramiche 2021-2022, ampiamente rappresentate nei nuovi showroom in sede.
I nuovi spazi espositivi aziendali sono stati progettati spingendo al massimo le possibilità creative dei prodotti Emilgroup, sottolineando quello che da sempre è il principio ispiratore dell'azienda: trasfor-

mare in realtà ciò che è immaginato dai progettisti, dando forma al futuro del design.
Un'opportunità unica per vedere e toccare con mano le novità ceramiche 2021-2022, a un passo dall'area R&D, cuore pulsante dell'azienda dove inizia quel processo creativo che dà vita ogni anno a prodotti ceramici distintivi e riconosciuti come emblema del Made in Italy nel mondo.
Una rivoluzione che cambierà il volto dell'azienda, che si appresta così ad essere non solo centro progettuale e produttivo, ma uno spazio vocato all'innovazione e al design, dove ospitare i clienti e mostrare le potenzialità dei prodotti Emilgroup.
Sono passati 60 anni dall'avventura dei primi uomini nello spazio. Con lo stesso approccio di quei pionieri, Emilgroup guarda al futuro in equilibrio tra tradizione e innovazione, produzione e visione, progettualità e realizzazione.
Dal 1961, grazie alla sua continua vocazione per la sperimentazione e la ricerca, Emilgroup continua ad esplorare e rivestire nuovi spazi, quelli del nostro vivere quotidiano.

www.60space.it

ATTITUDE. It's our feeling

Il nuovo progetto in gres porcellanato tecnico di Leonardo.

a cura della redazione

LEONARDO è il brand di Cooperativa Ceramica d'Imola rivolto alla ricerca e alla sperimentazione, per mettere a punto soluzioni ceramiche evolute e nuove soluzioni da applicare ai tradizionali processi produttivi. Un ulteriore passo in avanti in fatto di ricerca, ci permette oggi di presentare Attitude: il nuovo progetto in gres porcellanato tecnico di Leonardo.

Realizzato con una nuova tecnologia studiata, ideata e progettata dalla nostra azienda, ed ora brevettata, che si contraddistingue per 3 principali plus:

- alto livello estetico, senza alcun intervento della tecnologia digitale;
- la capacità di creare innumerevoli forme, che siano scaglie o grani o altre figure, di piccola e grande dimensione dagli infiniti colori. Un'attenta combinazione tra la componente meccanica e quella di software ci permette di gestire contemporaneamente tutte queste variabili, a seconda dell'estetica che si intende conferire al prodotto;
- una nuova tecnologica che ci consente di disporre le scaglie e i grani in modo casualmente perfetto sulla superficie, sia in termini di mix dimensionale che di colorazione.

ATTITUDE rappresenta il compendio giusto tra tecnica e bellezza, presentandosi come una "**pietra tecnologica industriale**" dalla duplice valenza estetica e prestazionale. Il risultato è un gres porcellanato a tutto spessore, proposto sia nella finitura naturale che in una, di nuova introduzione, denominata 'silk; un effetto "vissuto" che conferisce al prodotto una superficie opaca, quasi consumata dal tempo ed estremamente piacevole al tatto. Disponibile in 4 colorazioni, nei tre formati più richiesti dal mercato, 60x60 cm, 60x120 cm, 120x120 cm, e quest'ultimo proposto anche con finitura outdoor.

'Attitude is our feeling', un concetto di ampio respiro, per esaltare le peculiarità del prodotto e i valori principali sui quali si basa la brand Idea di Leonardo. In continuità con i progetti Endless ed Overcome, Attitude si fregia del 100% GUARANTEED, un sigillo a garanzia di tutti prodotti tecnici, ottenuti esclusivamente con la miscelazione di materie prime nobili, senza alcun intervento di decorazione digitale sulla superficie, utilizzabili in qualsiasi contesto e sostanzialmente eterni.
Perché Leonardo è #BuiltoLast al di là dello spazio, del tempo, dello stile.

Le superfici Mirage per il 'LIFE SOURCE' di Bergamo

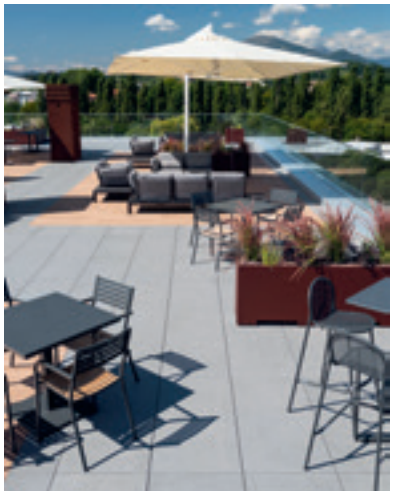
Un polo ricettivo trasversale e all'avanguardia, nel segno dell'innovazione e della sostenibilità

a cura della redazione

Progetto avanguardistico capace di far dialogare sostenibilità e design, innovazione tecnologica e sperimentazione architettonica, funzionalità ed estetica, ma anche un insieme di esperienze immersive che fanno della natura la loro ispirazione, Life Source è un polo ricettivo trasversale alle porte di Bergamo che coniuga nel suo interno l'ospitalità, cultura del buon cibo e benessere.

Venti metri di altezza, 4 piani, 126 camere, 5 sale per riunioni e meeting, un ristorante gourmet, un bistrot e un suggestivo rooftop di 800 mq affacciato sullo skyline di Città Alta, un parco di oltre 5900 mq: questi sono i numeri di Life

Source che, certificato LEED Gold – attestato che garantisce un elevato standard di qualità lungo tutto il percorso di costruzione e di cui in Italia possono fregiarsi solamente pochissime strutture ricettive - conta su una struttura studiata e realizzata nel nome del basso impatto ambientale, della perfetta fusione con il contesto e della sostenibilità, complici scelte architettoniche, ingegneristiche e d'interior design mirate.
Tutto parla di innovazione e sostenibilità al polo ricettivo Life Source.
Lo confermano le soluzioni eco e respectful adottate come, tra le altre, un impianto fotovoltaico ed una facciata ventilata realizzata con gres porcellanato Mirage ad aggancio



meccanico a scomparsa Walltech A, che è in grado di ottimizzare l'isolamento termico, con un contenimento del consumo energetico attestabile intorno al 30% .
L'attitudine green, l'attenzione alla sicurezza e al benessere si leggono inoltre nelle camere e negli spazi comuni, aree progettate per offrire spazi multifunzionali fruibili.

Tutta l'area reception e il lounge bar sono stati realizzati con la collezione Jewels di Mirage nel formato 1200x1200 in superficie naturale.
A spiccare nel progetto sono inoltre gli 800 mq del rooftop: un'area *en plein air* dedicata alla ristorazione in un ambiente unico e raffinato, realizzato anch'esso con gres porcellanato Mirage in 20 mm di spessore.

Grazie per averci scelto

	pag.
ABK	**28**
ALE	**38**
CAESAR CERAMICHE	**18-19 40-41**
COTTO D'ESTE	**17**
DEL CONCA	**32**
EDICER	**6**
EMILGROUP	**46-47**
FLORIM	**3ª e 4ª di cop.**
IRIS CERAMICA GROUP	**5**
ITALCER	**1**
CERAMICHE KEOPE	**44-45**
LEA CERAMICHE	**14**
LEONARDO CERAMICA	**48-49**
MIRAGE	**42-43 50-53**
NOVABELL	**25**
POLCART	**55**
RODRY	**37**

WE'LL EXHIBIT AT
CERSAIE '21
9 / 27 - 10 / 1
BOLOGNA, ITALY
HALL **28**
BOOTH **C4**

DESIGN NEVER STOPS

POLCART
display systems & showroom solutions