



► Distretto ceramico

Gli imprenditori per l'Ospedale di Sassuolo

Una donazione da un milione di euro finanzia l'acquisto di macchinari diagnostici

pagina 9



► Sport

Per il Sassuolo Calcio una partenza col botto: si comincia dalla Juve

Ecco il calendario della prossima stagione, che per i neroverdi inizia lunedì con il raduno

pagina 18



Il Distretto 290

Il giornale di tendenza che non grava sulle casse dello stato

by Ceramicanda

anno 14 numero 290 • 2 Luglio 2022 • euro 1,00

DSTRISCIO



► Non più vivere per lavorare

Di Roberto Caroli

Ricordo la fine della scuola, il periodo estivo, il lavoro stagionale nelle fabbriche dove si producevano le mattonelle di ceramica, due mesi di fatica grazie ai quali potevo permettermi alcune settimane di vacanza al mare, nei dintorni di Rimini. Al compimento dei 14 anni, grazie ad una legge del 1967, la maggior parte degli studenti approdava nel contesto produttivo delle aziende a ciclo completo oppure, nella maggior parte dei casi, presso gli smaltifici disseminati nel territorio, così venivano battezzate le fabbriche con solo i reparti di smaltatura, essiccazione, cottura, scelta e palletizzazione. Per alcuni anni fu la ceramica Silva ad assumermi, con tanto di contributi dichiarati sul libretto di lavoro che ancora conservo nel cassetto della scrivania. La mansione era sempre quella: occuparmi dell'alimentazione del caricatore posto all'inizio della linea di smaltatura e serigrafia, consisteva nel prelevare le piastrelle di semigres da un bancale per riportarle manualmente al cancelletto di partenza della produzione. Un esercizio faticoso, ripetitivo, in barba a quella legge che consentiva ai minorenni l'approdo solo in contesti di lavoro leggero. Così non era, alla fine del turno schiena e braccia erano le parti del corpo più dolenti, ma poco mi importava rispetto all'idea che alla fine del mese sarebbe arrivata la busta paga, 120mila lire netti!

continua a pag. 3

Manodopera, allarme rosso: il distretto cerca personale



TG Dstretto

scansiona il QR code per seguire, tutti i giorni dalle 12, il nostro TG quotidiano, già visibile anche sulla App di Ceramicanda che puoi scaricare su:



pagine 2 e 3

BAR DELLE VERGINI



Spagnoli o genovesi?

Al Bar delle Vergini si parla di cibo. In Spagna è diventato un caso il menù della sala stampa del Summit Nato di Madrid. Le reti televisive iberiche sono insorte per i prezzi alti: 20,35 euro per antipasto, piatto principale, pane, dolce e bevanda. Ad aggravare lo "scandalo" la presenza nel menù dell'insalata russa, vagamente fuori luogo visto i venti di guerra scatenati da Putin. Ma che dilettanti questi spagnoli, in Italia da settimane discutiamo della pizza di Briatore gustabile alla modica cifra di 99 euro... Speriamo che i cugini spagnoli non scoprano che contiene il loro prezioso Pata Negra, rischiamo l'invasione attraverso la Francia!

IL DEBITO PUBBLICO ITALIANO OGGI

€ 2.798.356.313.885

IL DEBITO PUBBLICO PER CITTADINO

€ 45.267,5

Ds ceramico

► Mercato

Un settore da record: ceramica e meccanica continuano a crescere

Saldi positivi per fatturato e produzione, ma preoccupano gli extracosti energetici

► Materie prime

Firmato un protocollo con la Germania per le argille

I volumi in arrivo nel distretto cresceranno a settembre del 10%, del 30% a fine anno

► Energia

Resta l'emergenza, ma manca un piano per affrontarla

Senza un intervento concreto dei governi il prezzo del gas è destinato a salire ancora

► Speciale Design Week

Superfici e design: la ceramica tra Salone e Fuorisalone

La kermesse milanese promuove le innovazioni delle aziende di casa nostra

pagine da 5 a 15

► Impronte digitali

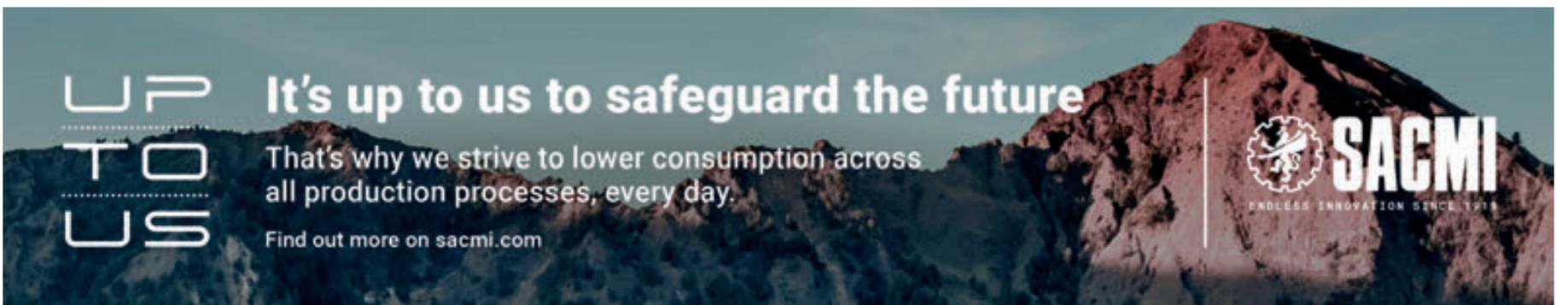
Business-to-business: l'irresistibile ascesa di LinkedIn Ads

pagina 6

► Almanacco

Tra parchi e piazze, tra feste e sagre un'estate normale

pagina 17



UP TO US

It's up to us to safeguard the future

That's why we strive to lower consumption across all production processes, every day.

Find out more on sacmi.com



«Il lavoro c'è, mancano i lavoratori» e le aziende si 'litigano' la manodopera



Sandro Morini

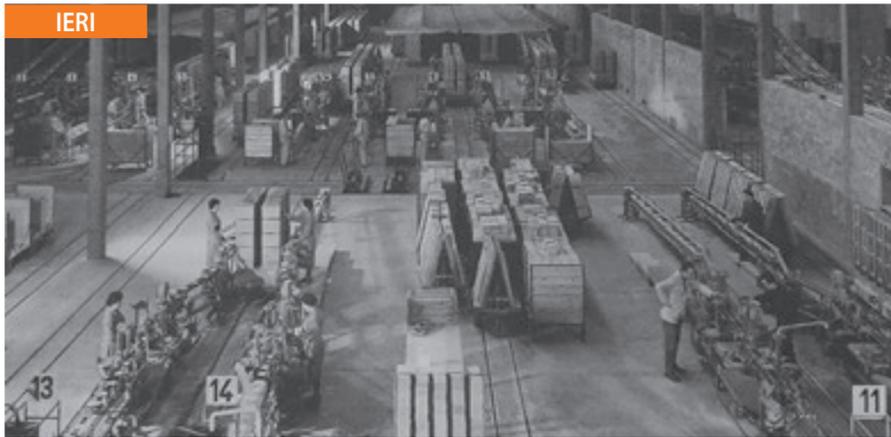
Sandro Morini, recruiter di MP Lavoro commenta contingenza inedita, che vede la domanda da parte delle aziende non soddisfatta appieno da un'offerta di risorse insufficiente a far fronte alle necessità produttive

«Oggi, nel distretto, non esiste un disoccupato con una specializzazione che possa interessare alla ceramica». Sandro Morini di MP Lavoro da un paio di decenni mette in contatto, attraverso il suo studio, aziende e manodopera, e ultimamente il nostro 'cacciatore di teste' (si chiamano così, in gergo) affronta contingenza quantomeno curiosa. Prima collocava in azienda chi il lavoro lo cercava, o lo aveva e voleva cambiarlo, oggi cerca invece personale per aziende che lavoratori ne hanno già, ma ne cercano altri e non ne trovano. O non ne trovano abbastanza rispetto a quelli che servirebbero. «E fanno i salti mortali - dice - per assoldare fuochisti, smaltatori, tecnici, magazzinieri, sceglitrici con esperienza e più in generale addetti ai reparti produttivi»

Un cambio di paradigma inaspettato... Di solito il lavoro si cerca...

«Oggi si trova, più che cercarlo... C'è più richiesta da parte delle aziende che domanda da parte dei lavoratori e, tra virgolette, ci si ruba il personale, ma di personale non ce n'è abbastanza: io prendo da te, tu prendi da un altro e via via a scalare fino a quando, con il cerino in mano, rimane chi non ha personale qualificato in grado di far funzionare gli impianti a pieno regime»

Il settore, come noto, è obbligato a produrre a pieno ritmo per soddisfare gli ordinativi in crescita, nonostante il gas alle stelle e le difficoltà nel reperire materie prime. Par di capire che a queste incognite si aggiunga anche quella del personale...



«E' così. Paradossalmente, se ieri un imprenditore voleva installare un forno nuovo per aumentare i volumi produttivi si scontrava con difficoltà di ordine tecnico o economico e finanziario - quanto mi costa, come lo pago - o tecniche - dove lo metto - oggi il primo problema da affrontare è trovare i

tecnici, meccanici, fuochisti o manutentori in grado di farlo funzionare, il forno...»

Si è sbagliato qualcosa, allora, nel formare il personale...

«Non necessariamente: vale piuttosto la pena fare un ragionamento più ampio, e indagare i motivi che spingono i lavoratori a cercare altre

collocazioni, che sono tanti e diversi tra di loro»

Ad esempio?

«Volendo fare un classifica, al primo posto ci sono i soldi, nel senso che una proposta economica convincente spesso spinge a cambiare, e favorisce la migrazione da un'azienda all'altra. Ma altrettanto

spesso incidono, stante precarietà ancora diffusa, la possibilità di una stabilizzazione e gli orari di lavoro. Ci sono turni, in ceramica, che massacrano, e una gestione più umana, sempre tra virgolette, del proprio tempo, è un altro fattore che incide sulle scelte dei lavoratori»

Inciderà anche il tipo di azienda...

«Ovvio, se parliamo di reputazione. Qui nel distretto, senza parlare per forza di ceramica, c'è il mito della Ferrari, nel senso che tutti vorrebbero andare a lavorare per il 'cavallino'. Ma anche nel settore ceramico ci sono aziende che hanno differente appeal tra di loro, e questo appeal spesso orienta le scelte di chi cambia»

Come se ne viene capo?

«Una soluzione immediata, visto il particolare dinamismo che caratterizza questo periodo, non c'è. O ci si fanno i lavoratori in casa, sapendo che formando e facendo crescere la forza lavoro all'interno di un ambito aziendale, questa si fidelizza, ma la regola non vale sempre, men che mai in un contesto fluido come quello di oggi, con la ricerca di personale che diventa parte della strategia aziendale sul breve termine. Ci sono percorsi, anche quelli della specializzazione che portano dalla scuola all'azienda, che hanno una loro efficacia nel 'legare' il lavoratore, ma non riguardano tutti i profili. Perché non stiamo parlando di lavoratori iperspecializzati, ma di quelli di media competenza e con esperienza che sono, oggi, quelli che le aziende si litigano, sempre tra virgolette, l'una con l'altra». (R.D.)

«Anche arruolare tecnici è diventato difficilissimo

«La pandemia - spiegano gli operatori del settore meccanico - ha cambiato i percorsi professionali di tanti, e il boom edilizio ha dragato gran parte della forza lavoro»

«Le problematiche ci sono, e pesano. E' vero che è un momento di picco, è altrettanto vero che la circostanza è quantomeno inusuale». Sono diverse le realtà che 'servono' le aziende del distretto ceramico (e non solo) mettendo loro a disposizione squadre di montatori specializzati, ma come le ceramiche anche queste, che delle ceramiche sono fornitrici, scontano difficoltà non indifferenti a reperire manodopera. Abbiamo parlato con alcuni addetti ai lavori che non hanno avuto difficoltà a spiegare come, a fronte della possibilità di aumentare gli organici per far fronte alle crescenti richieste «reperi-



re personale è particolarmente complicato, e lo scenario di oggi

- dicono i nostri interlocutori - è quantomeno inedito». Giusto per

dedare un'idea di quanto stia succedendo, un altro imprenditore ci spiega che «fino ad un anno fa c'era la fila per venire a lavorare: riuscivo ad accontentare, quindi, circa l'80% delle nuove richieste. Oggi siamo al 20%, e proprio a causa di mancanza di personale». Il motivo? Difficile rispondere, ma nessun dubbio che su questo strano fenomeno incidano, per comune opinione, tanto 'l'onda lunga' del postpandemia «che ha ridisegnato i percorsi professionali di molti addetti, obbligati a guardarsi attorno per continuare a lavorare anche con tante aziende in lockdown» quanto il 110%. Già, il bonus che, ci dice un altro

imprenditore «ha moltiplicato la richiesta da parte delle imprese di costruzioni, dragando parecchia manodopera che in condizioni normali avremmo arruolato nelle nostre squadre di lavoro». Di cui fanno parte, ovviamente, risorse con specializzazioni medie, ma pochi giovani. Che a questo mondo si avvicinano, par di capire, «con un approccio che non favorisce l'incontro tra domanda e offerta: in molti di loro non c'è la giusta voglia di crescere, quanto piuttosto l'attenzione solo a quelli che sono, più che le mansioni e la possibilità di imparare un mestiere sul campo, orari di lavoro e retribuzione». (R.D.)

DAXEL

AAA cercansi fuochisti, ma anche smaltatori, rettificatori, carrellisti



Matteo Bondavalli

«Tu non conosci qualche elettromeccanico che voglia cambiare?». «Al momento no, ma nel caso ti faccio sapere». A tavola, è l'ora di un pranzo di un giorno qualunque di questa estate caldissima, sono in quattro: uno, che chiede, fa il dirigente in un grande gruppo ceramico mentre l'altro, che risponde, lavora per una multinazionale dell'impiantistica. Il terzo e il quarto assistono alla breve conversazione che presto lascia il posto ad altri argomenti, ma uno dei due è un giornalista, e da' doverosamente conto della conversazione per dare l'esatta misura di contingenza inattesa, che vede le aziende cercare lavoratori che non ci sono. «L'ultimo triennio ha completamente cambiato il mondo del lavoro, e oggi – spiega **Benedetta Pellati**, Responsabile del personale presso Castelvetro Ceramiche - è difficilissimo reperire le figure che servirebbero. Tanto nei reparti produttivi quanto negli uffici». Le difficoltà di cui dava conto, nella pagina a fianco, **Sandro Morini**, trovano conferma da un rapido giro di telefonate con il quale il Dstretto ha interpellato il personale sul campo. Ottenendo risposte che certificano come, oggi, il lavoro è più facile trovarlo che cercarlo, ma domanda e offerta marciano su binari paralleli. E se in controtendenza sembrano andare le aziende che hanno stabilimenti 'decentrati' rispetto al 'cuore' del distretto come la Gold-Art di **Giancarla Benedetti** («Qui – ci dice – il problema si sente molto meno»), lungo le due sponde del Secchia, da un capannone all'altro, si combatte



una battaglia senza esclusione di colpi alla ricerca di figure che non ci sono. «Fuochisti e rettificatori,

smaltatori e in qualche caso carrellisti o magazzinieri»: il catalogo, ci spiegano da un altro ufficio

personale, è questo, e con questo si fanno i conti, intensificando le ricerche, studiando profili e can-

didature, valutando le reciproche necessità. «Tutto vero: l'offerta, oggi, è talmente elevata da metterci in oggettiva difficoltà, nel senso che in tanti cercano di ricollocarsi e, spesso, ci riescono. Magari cambiano per motivi economici, magari per avvicinarsi a casa, fatto sta che il contesto non è mai stato così fluido», spiega **Matteo Bondavalli**, Direttore tecnico di Ceramiche Mariner, ad avviso del quale il contesto si è fatto quantomeno complesso. «I giovani, parlo di quelli senza esperienza, sulla ceramica non puntano in più, altri con un po' di esperienza non ne hanno, in molti casi, a sufficienza per gestire tecnologie avanzate come quelle presenti oggi negli stabilimenti. E anche lavorare a turni diventa materia di confronto tra lavoratore e azienda», spiega ancora Bondavalli. A suo parere, dall'impasse si esce rafforzando la sinergia tra scuole e lavoro. «E comunicando la ceramica come appetibile per gli studenti, perché possano vedere le aziende con curiosità, cosa che negli ultimi anni non succede più. Io, quando ero un ragazzino, vedevo il comprensorio ceramico come un'opportunità cui legare il mio futuro, volevo entrare in azienda ed essere parte di un'organizzazione. Oggi – la chiosa – i più giovani guardano ai reparti produttivi delle ceramiche con un certo scetticismo, nonostante gran parte degli stabilimenti siano ambienti di lavoro in grado di gratificare e far crescere chi li frequentano». Ma la strada è lunga: le ceramiche chiedono, ma le risposte non sono quelle attese... (R.D.)

La ceramica combatte la 'giusta battaglia' alla ricerca di figure professionali diventate improvvisamente introvabili. «Il mercato del lavoro e le necessità degli addetti sono cambiate. E le aziende soffrono»

CONFINDUSTRIA CERAMICA

«Lavoriamo sulle competenze del futuro»

Le associazioni studiano percorsi ad hoc in grado di formare, anche in ottica 4.0, le risorse umane che si riveleranno strategiche per il distretto che verrà

E Confindustria Ceramica? Mentre le aziende rincorrono manodopera, l'associazione lavora per il futuro, dando gambe ai numerosi progetti in grado di far uscire dal mondo della scuola – e dell'Università – profili pronti ad integrarsi all'interno di realtà in continua evoluzione. Dalle stanze di via Monte Santo si elaborano percorsi ad hoc, «concordati – spiega **Enrica Gibellini** – con le aziende stesse, delle quali abbiamo ben chiare le esigenze: questo credo debba essere il compito di un'associazione, ovvero lavorare per costruire le competenze del futuro, ma serve tempo per mandare a regime progetti che tuttavia sono già in atto e stanno dando i primi risultati». E non necessariamente, si intende, per far fronte a quella che **Pietro Conte** definisce «una dinamica congiunturale, legata ad una domanda particolarmente sostenuta». La formazione delle competenze del domani e le necessità attuali delle aziende, in effetti, sono locomotive che marciano su binari paralleli, né è scritto debbano mai incontrarsi, non nell'immediato almeno: perché il primo lavoro al futuro, a quanto verrà, alle competenze iperspecialistiche che sottenderanno al settore nel futuro più prossimo, il secondo sostiene ad un presente che ha colto di sorpresa anche molti addetti ai lavori, e vede le aziende correre ai ripari alla ricerca di quei profili che la scuola, oggi, non fornisce, ma domani fornirà. Anche grazie a percorsi ad hoc, che tuttavia ancora, ad oggi, non garantiscono quanto servirebbe. Servirebbe oggi, beninteso, perché i conti con il domani sono tutti da fare...



Non più vivere per lavorare

segue dalla prima pagina

Non se la passavano bene neppure gli addetti alla smaltatura, ricordo lavoratori con lunghi stivali di gomma costretti a vivere l'intero turno di lavoro in mezzo all'acqua e all'umidità, tra mastelli di smalto, campane e retini sgraffici manuali; così come i fuochisti impegnati a spingere i carri refrattari nella bocca di essiccatoi e forni per poi estrarli dopo la cottura aiutati da un uncino metallico lungo un metro e mezzo. Oggi i reparti produttivi dell'industria

ceramica sono completamente cambiati, gli ambienti sono sani, puliti, e la fatica umana ha lasciato il posto al lavoro delle macchine, all'automazione, al digitale, al 4.0. Negli anni Settanta la vita mi sembrava eterna, motivo per cui accettavo di fare volentieri sacrifici, con la consapevolezza che prima o poi sarebbero arrivati tempi migliori, bastava solo avere pazienza e credere nei propri mezzi, perché quel treno che conduceva ad una vita migliore, lunga e senza fine, un giorno si sarebbe fermato anche nella mia stazione.

Per i ragazzi di oggi, probabilmente, non c'è più il miraggio di quel treno, e nemmeno la certezza di un domani infinito su cui poter contare, sul quale fare affidamento per realizzare i propri sogni. Esisterebbe per loro solo l'oggi. Il domani per molti giovani si esaurirebbe nelle immagini di Bergamo all'inizio della pandemia, al convoglio di camion militari carichi di salme, ai comunicati dei sanitari che ci ricordavano nella quotidianità il numero di contagiati, di ricoverati, di morti. Da alcuni mesi a quei morti si sono

aggiunti altri morti, quelli rimasti sul terreno di guerra in Ucraina; alla paura di contagio da Covid si aggiunge ora la paura di una guerra nucleare, il timore che non sia più l'intelligenza umana a farla da padrona ma la sua parte peggiore, la propensione alla autodistruzione. Il risultato di tutto ciò ci porta a inseguire solo la parte di vita ludica, piacevole, spensierata, e lo si evince dai grandi cambiamenti dei nostri comportamenti, dall'idea che abbiamo, per esempio, del tempo libero, di come lo inseguiamo, di

come lo consideriamo: la ragione della nostra esistenza. Lo si capisce dall'idea che abbiamo del lavoro, noi che fino ad oggi abbiamo vissuto per lavorare, come ci hanno insegnato i nostri padri e nonni. Se il settore ceramico e quello della ristorazione faticano a trovare, da una parte carrellisti e fuochisti, dall'altra cuochi e camerieri, non è solamente dovuto a un problema di paga, di orari e di qualità del lavoro, ma soprattutto alla nuova idea di vita che le persone hanno maturato negli ultimi drammatici anni: una vita

da vivere appieno, ora dopo ora, giorno dopo giorno, ricca di cose e situazioni che diano un senso pieno e compiuto alla nostra esistenza. E quando questo maledetto virus verrà definitivamente debellato, e il conflitto bellico tra Russia e Ucraina sarà consegnato alla storia, forse ritroveremo tutti la nostra tempra migliore, quella che ci ha tolti dalla miseria e dal fango. Per ora accontentiamoci di lavorare poco, giusto il minimo indispensabile che ci consenta di vivere...! (Roberto Caroli)

IL TG QUOTIDIANO DI CERAMICANDA

CERAMICA NDA

5 proposte tecnologiche

ARCHI NEWS 24

5 le notizie e collezioni ceramiche

il Dstretto

CERAMICANDA Magazine

ALL FOR TILES & eventi

Andam foto...

SCARICA SUBITO LA NOSTRA APP!

Download on the App Store

GET IT ON Google Play

45GRADI

CERSAIE

OPEN TO EVOLUTION

Bologna, 26 - 30 settembre 2022



Seguici anche su



CERSAIE
digital

dal 19 settembre
al 7 ottobre 2022

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

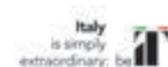
In collaborazione con



Organizzato da

EdiGer SpA

Con il supporto di



La ceramica italiana ancora in crescita



Giovanni Savorani

Ci sono i miliardi – più di 6, a scrivere un fatturato che cresce di oltre il 15% - ma ci sono anche incognite ben evidenti. Quello che Confindustria Ceramica ha chiuso con l'assemblea generale – che ha eletto per il terzo mandato Giovanni Savorani alla Presidenza – è un 2021 a due facce, che vede un contesto in forte espansione (crescono sia volume di affari che volumi produttivi) fare i conti con una serie di variabili destinate a condizionarne l'incedere del settore da qui alla fine del 2023. Perché, e lo si è sottolineato a più riprese, «se il 2021 si è chiuso con riscontri oltremodo lusinghieri, e il primo semestre del 2022 sembra essere in linea con l'anno precedente, l'esplosione nei costi dei fattori produttivi è una minaccia concreta». Chissà quanto in grado di depotenziare un settore la cui performance è stata, come detto, ragguardevole.

Il fatturato sfiora i 6,2 miliardi (+15,4% sul 2019) e la produzione si attesta oltre i 435 milioni di metri quadrati. Ma gli extracosti (energia, materie prime e trasporti) preoccupano le imprese, che per mantenere le proprie quote di mercato devono rinunciare a parte della loro marginalità

I numeri del 2021

Le 131 aziende ceramiche presenti sul suolo italiano, che occupano 18528 addetti, hanno prodotto, nel 2021, 435,3 milioni di metri quadrati (+8,6% sull'anno 2019), vendendo complessivamente 455,3 milioni di metri quadrati con un saldo positivo, rispetto al 2019, del +11,9%. Confermata la propensione internazionale che pesa per oltre l'85% sul fatturato di settore ed in ripresa (+9,2%) anche il mercato domestico, che si attesta poco oltre i 90 milioni di metri quadrati. Il fatturato totale del made in Italy della ceramica supera i 6,16 mi-



liardi di euro (+15,4%), derivante per 5,2 miliardi dalle esportazioni (+15,3%) e per 967 milioni di euro da vendite in Italia.

Le incognite

Non che sia una novità, dal momento che da queste colonne siamo stati tra i primi a lanciare l'allarme legato ad una congiuntura della quale diamo puntualmente conto da più di un anno, ma quella che Savorani ha definito «l'esplosione dei costi produzione» è un'ombra lunghissima che oscura, in parte, gli ottimi risultati conseguiti una volta archiviata l'emergenza pandemica. «I rialzi nei costi del gas, delle materie prime e della logistica che mettono a rischio la competitività del settore», ha detto infatti Savorani, e medesime

preoccupazioni sono state espresse da Armando Cafiero, Direttore Generale dell'associazione di via Monte Santo. I numeri forniti da Confindustria Ceramica, tra l'altro, lasciano pochissimo spazio all'immaginazione: il gas comporterà extracosti per 900 milioni di euro, «ma la stima – la precisazione – è in difetto e prudenziale», i pallet in legno sono aumentati del 224%, i cartoni per imballaggio del 180%, i noli marittimi hanno quintuplicato il prezzo e sono ben note le difficoltà di approvvigionamento di materie prime innescate dal conflitto russo-ucraino.

La marginalità

In questo contesto hai un bel da rivedere i listini: «la possibilità di trasferire sui prezzi questi au-

menti – ha detto ancora Savorani – ha oggettivamente dei limiti e sta creando fortissime tensioni nella marginalità aziendale». Il paradosso, infatti, è che la domanda, particolarmente sostenuta, è un treno che la ceramica italiana non può permettersi di perdere, quindi si produce e si vende, rinunciando a qualcosa, «perché si tratta di mantenere le nostre quote di mercato: se perdiamo quelle – la sintesi di Savorani - perdiamo tutto». Ma è di tutta evidenza come la circostanza non potrà non riflettersi sui bilanci delle aziende, che oggi a qualcosa, pur di mantenersi competitive possono rinunciare, ma domani non è detto. Urgerebbero soluzioni, urgerebbe che il cosiddetto 'sistema' muovesse in soccorso del comparto per preservarne la competitività

ma anche in questo caso, e anche in questo caso non è una novità, le urgenze del settore ceramico non trovano debito riscontro a livello istituzionale.

Contromisure e controsensi

Bene le prime contromisure assunte dal Governo per 'mettere in sicurezza' il sistema, ma si può fare di più, e di meglio. Questa la sintesi delle istanze di Confindustria Ceramica, perché da una parte ci sono risorse importanti a famiglie ed imprese per contrastare il caro energia, che però riducono solo del 12% l'incremento annuo stimato per la ceramica, «e per tali misure è necessaria una proroga fino a fine dell'anno». Richiesta inoltre «la previsione di una gas release di 2,2 miliardi di metri cubi nell'estrazione nazionale, da destinarsi a prezzi equi ai settori gas intensive maggiormente esposti alla concorrenza internazionale» e richiesti i decreti attuativi del decreto Energia, ancora lettera morta a tre mesi dall'approvazione. Bene, infine, le due nuove navi rigassificatrici «anche se va ricordato che il gas liquido arriva per mare dopo viaggi di migliaia di miglia, che il processo di rigassificazione assorbe oltre il 30% dei volumi complessivi, che le dispersioni di gas in atmosfera sono estremamente più impattanti che la CO2 emessa in fase di combustione. Ma soprattutto, che sotto le ancore di queste navi ci sono giacimenti di gas metano a cui l'Italia non attinge mentre altri paesi lo fanno in modo massiccio. Questo – dice Confindustria Ceramica - è un incredibile controsenso». (S.F.)

Le macchine per ceramica oltre i 2 miliardi

Crescita oltre le aspettative per il comparto, che rispetto al 2020 registra un +39%. Paolo Lamberti nuovo presidente di Acimac.

Il settore dei costruttori di macchine e attrezzature per ceramica chiude il 2021 con una crescita straordinaria, nonostante i rincari sui prezzi delle materie prime e dell'energia, oltre al perdurante scenario pandemico internazionale. Il fatturato 2021 supera i 2 miliardi, con un incremento rispetto al 2020 del 39%, registrando risultati vicini a quelli del 2017. A contribuire al rapido sviluppo sia il mercato interno sia quello estero. Centotrentotto le imprese attive e che occupano 7.212 addetti (+3,8% sul 2020) e, stando ai dati diffusi a margine dell'Assemblea annuale dei Soci dal Centro Studi Mees – Acimac, confermano nell'export il punto di forza del settore. Dopo il calo



Paolo Lamberti

degli ultimi tre anni, il 2021 segna un + 41,8% e un fatturato pari a 1,541 milioni di euro, ovvero il 74,9% del fatturato

totale. L'Unione europea si conferma la principale area di destinazione delle macchine italiane per ceramica e assorbe il 27,4% (421,8 milioni di euro) del fatturato totale; seguita dall'Asia (India, Malesia, Thailandia, Vietnam, ecc... Cina esclusa) al secondo posto con un valore di 272 milioni di euro ed un'incidenza del 17,6%, e dal Centro e Sud America al terzo posto, con 215,8 milioni di euro (54,7%). In crescita (del 31,2%) anche le vendite sul mercato interno, che passano dai 392,9 milioni di euro nel 2020 ai 515,4 milioni di fine 2021. Il mercato domestico rappresenta il 25,1% del fatturato totale. Detto che l'industria delle piastrelle ceramiche incide per l'86,8%

sul volume d'affari complessivo, registrando un +46,1% rispetto all'anno prima, resta da registrare la soddisfazione del neopresidente Paolo Lamberti, che ha parlato di un «biennio sfidante», aggiungendo come «nonostante il perdurare di crisi geo-politiche il nostro comparto lo scorso anno ha lavorato per reagire in modo positivo alla difficile situazione, aumentando l'occupazione e tornando ai livelli di fatturato del 2017. Siamo fiduciosi e lo dimostra anche il dato emerso dall'ultimo Osservatorio Congiunturale del comparto che vede il 45% degli operatori italiani stimare per i prossimi mesi un aumento del business». (S.F.)

www.airpowergroup.com

Argille: le ferrovie tedesche si accordano con Confindustria Ceramica

Confindustria Ceramica sigla, in occasione di Ceramitec, un 'memorandum' sulla base del quale i volumi di materie prime in arrivo dalla Germania aumenteranno del 10% entro la fine di agosto e del 30% entro la fine dell'anno

L'annuncio dell'accordo lo aveva dato il Presidente di Confindustria Ceramica Giovanni Savorani in occasione della presentazione dei dati relativi al 2021: era la metà di giugno e tempo una decina di giorni, a margine del Ceramitec, fiera tedesca del settore ceramico e delle materie prime tenutasi a Monaco, il protocollo ha preso forma. Si tratta di un "Memorandum of Understanding" tra Confindustria Ceramica, l'associazione italiana dei produttori di ceramica, e BKRI, l'associazione tedesca dei produttori di materie prime per ceramica e minerali industriali (Bundesverband Keramische Rohstoffe und Industriemineralien) teso ad accrescere i volumi di materie prime – e di argille in particolare – dai produttori tedeschi alle aziende del distretto ceramico. Complice il conflitto russo ucraino, infatti, le difficoltà di approvvigionamento delle materie prime dalle zone del Donbass – prima della guerra l'Italia importava circa 2 milioni di tonnellate di materie prime, in particolare argilla – hanno imposto ai produttori ceramici di studiare soluzioni alternative ed in questo senso è strategico il rafforzamento del rapporto con la Germania, con la quale la partnership è peraltro già ampiamente consolidata. Si parla di un aumento dei volumi fino al 10% entro la fine di agosto e fino al 30% entro la fine del 2022: l'accordo esplicita, scrive Confindustria Ceramica, "il reciproco interesse a consolidare e



rafforzare una storica partnership. L'industria italiana delle piastrelle di ceramica importa, infatti, da molti anni circa 1 milione di tonnellate all'anno di minerali tedeschi e, in

particolare, di argilla. La materia prima viene trasportata prevalentemente sulla rete ferroviaria, con treni dedicati, che garantiscono anche il massimo contenimento degli im-

patti ambientali". All'incontro tenutosi a Monaco, a margine del quale è stato sottoscritto l'accordo, erano presenti il Presidente di BKRI Guido Faber e Mario Roncaglia, Presi-

dente della Commissione Trasporti e Materie Prime di Confindustria Ceramica, accompagnati dai Direttori Generali delle associazioni, Matthias Schlotmann e Armando Cafiero. All'incontro hanno partecipato anche i rappresentanti di DB Cargo e il Console Generale d'Italia a Monaco di Baviera, Ministro Plenipotenziario Enrico De Agostini. Il "Memorandum of Understanding", che ha anche il supporto diretto di 20 aziende delle due associazioni, prevede l'impegno di entrambe le parti a collaborare, con il coinvolgimento di DB Cargo, affinché le attuali criticità della tratta ferroviaria Germania-Italia siano rapidamente ed adeguatamente risolte. La soluzione operativa di problematiche logistiche è infatti fondamentale per garantire non solo l'efficacia e la continuità dei flussi già programmati, ma anche quella dei flussi aggiuntivi, previsti dal "Memorandum of Understanding". «La Germania è da sempre un nostro fornitore storico, ed è stato il principale fino agli anni Duemila, poi a seguito di successivi sviluppi tecnologici sono state introdotte anche le argille bianche ucraine. Le cave tedesche – ha detto al Sole24Ore Mario Roncaglia, presidente della Commissione Trasporti e Materie Prime di Confindustria Ceramica – hanno tuttavia continuato a spedire in Italia circa 1 milione di tonnellate di argille ogni anno, che entro dicembre dovrebbero salire ad almeno 1,3 milioni».

(S.F.)

FOCUS

Un mese di chiusura per lo scalo di Dinazzano

Previsti ampliamenti e migliorie: a fine agosto normalità ripristinata

Un mese di chiusura per lo scalo ferroviario di Dinazzano, il principale snodo del trasporto merci su rotaia del distretto ceramico che chiuderà ad agosto. Il mese di pausa verrà utilizzato per realizzare una serie di ampliamenti, migliorie e sistemazioni all'intera struttura, dai binari alle aree di movimentazione e carico, in vista di un ulteriore aumento del flusso di merci dirette allo scalo reggiano. In realtà non sarà tanto lo scalo ad essere chiuso, quanto la linea ferroviaria (la Reggio Emilia-Sassuolo, gestita da Fer) ad essere interrotta per una serie di lavori che, ci si augura, non dovrebbero condizionare l'attività delle aziende del distretto, che in agosto si solito viene sensibilmente ridotta. Entro la fine di agosto tutto dovrebbe tornare alla normalità.



impronte digitali

di Enrico Bertoni

La piattaforma ha ormai raggiunto una notevole diffusione per raggiungere pubblici targettizzati

Quando si parla di social media strategy per aziende B2B (business-to-business, quindi che non vendono direttamente a un consumatore privato finale ma ad altre aziende), è LinkedIn il canale principe della stragrande maggioranza di strategie e presentazioni. In particolare, la piattaforma LinkedIn Ads ha raggiunto una notevole diffusione come strumento estremamente accurato per raggiungere pubblici targettizzati, sia a livello di settori sia di ruoli/funzioni lavorative. Al tempo stesso, le campagne a pagamento su LinkedIn sono molto costose: questo a volte scoraggia le aziende a testarle per valutarne l'efficacia. Come fare, quindi, a capire quando l'adozione di LinkedIn Ads è la scelta migliore? E in che modo farle fruttare al massimo?

Come sempre, il primo mattone da posare è quello di una solida strategia di digital marketing. Senza quella dietro le spalle, i nostri investimenti saranno ad alto rischio di non dare risultati. Capire



Business-to-business: la leadership di LinkedIn Ads

quindi gli obiettivi generali che voglio raggiungere con la mia attività di comunicazione, i risultati specifici (e misurabili!) che voglio ottenere dalla campagna e il target a cui mi voglio rivolgere sono i primi step per costruire un vero ritorno sull'investimento. Una volta fatta chiarezza su queste domande, potrò scegliere tra tre tipologie di campagna.

Le prime fanno riferimento a un obiettivo di Awareness (consapevolezza): stiamo lavorando su una parte alta del percorso che porta un utente a diventare cliente, e l'obiettivo è massimizzare le *impressions* della pagina, ovvero a farla arrivare a più persone possibili, in modo da aumentare il bacino d'utenza e i follower, per avere in futuro più diffusione dei nostri contenuti organici. Le seconde si riassumono in un obiettivo di *Consideration*: scendiamo in una parte media del funnel di acquisizione, e lavoriamo su utenti che già ci conoscono. Alcuni esempi di risultati che vogliamo ottenere da campagne di questo tipo sono visite sul sito, interazioni con i nostri contenuti, visualizzazioni di un video. Infine, nella parte conclusiva del percorso di acquisizione troviamo le campagne di *Conversion*, che avranno come possibili risultati la Lead Generation, le conversioni sul nostro sito, la ricezione di curriculum e altri di natura simile. È importante scegliere la campagna giusta per il tuo obiettivo, per-

ché in base alla scelta LinkedIn metterà a disposizione strumenti leggermente diversi. Una volta scelti quindi obiettivi e direzioni generali della campagna, potremo concentrarci sul target: per definirlo LinkedIn ci mette a disposizione un gran numero di opzioni e filtri, e per ragioni di spazio non faremo per ora una carrellata completa. È importante però sapere che LinkedIn Ads mette a disposizione anche la possibilità di utilizzare strumenti di retargeting interni alla piattaforma, sulla falsariga di quelli utilizzati da Google. Infine, i formati: sono tantissimi, con numerose modalità differenti per raggiungere l'utente finale. Molto utilizzati sono i **messaggi sponsorizzati**, che permettono di raggiungere direttamente l'utente finale target con un messaggio nella sua casella di posta interna del social. Oltre ai classici contenuti legati a testi e foto / video troviamo poi i cosiddetti *dynamic ads*, ideali per portare l'utente ad approfondire i contenuti sulla pagina aziendale. Una volta scelto il budget (che su LinkedIn non può essere inferiore ai 10 Euro giornalieri, anche se le cifre suggerite sono molto più alte) e definito le metriche di misurazione, siamo pronti a partire con un'attività che – è bene ricordare – si stima portare Lead che hanno un tasso di acquisto di ben 12 volte superiore a quelle provenienti dagli altri social media. Pronti a tuffarvi nel mondo delle ads?

NOVA BELL
essence of movement

NovaBell
A CERAMIC LOVE STORY
www.novabell.it

«Gas: l'emergenza c'è, diffusa, un piano per superarla no»



Andrea Lugli

«Il problema è che un piano non c'è: l'emergenza, invece, c'è eccome». Lo abbiamo sentito in più occasioni, **Andrea Lugli**: con il suo studio - Programma Energia - l'ingegnere segue l'andamento della crisi energetica molto da vicino, e per noi del Dstretto diventa imprescindibile fare il punto su quel caro-gas che, opinione comune, è destinato a condizionare il prossimo futuro del distretto, complici quegli extracosti nei confronti dei quali ha messo in guardia, in occasione della sua assemblea generale, anche Confindustria Ceramica, paventando la perdita di competitività del settore. E se giusto un paio di mesi fa Lugli aveva fatto presente, da queste colonne, come 'l'indipendenza dell'Italia dal gas russo fosse un miraggio', oggi non ha cambiato idea, anzi... «La situazione è e resta critica, soprattutto per l'Italia che sconta, e non è la prima volta che lo dico, una mancanza di programmazione che non può non preoccupare il mondo delle imprese, che aspetta manovre sulle quali il Governo muove, a mio avviso, troppo a rilento»

Rispetto a qualche tempo fa la situazione non è cambiata, insomma, non in meglio, almeno...

«Non vedo piani con i quali il Paese possa attrezzarsi a reggere sul medio termine. L'emergenza c'è, ed è diffusa, ed il tam tam tra gli operatori non manca di fare presente come oggi non ci siano, al di là delle rassicurazioni di facciata, stoccaggi sufficienti a garantirci un inverno tranquillo, e non vedo un piano di approvvigionamento in grado di convincere, e di soddisfare le necessità che verranno. Il contesto, oggi, è fatto di prezzi alti e di disponibilità limitata, ed il piano di razionamento di cui si vociferava è espediente quantomeno fantasioso, né mi sembra le ipotesi che circolano siano legate a quei criteri oggettivi che lo renderebbero applicabile»

Tanto rumore per nulla, verrebbe da dire...

«Tanto rumore per nulla perché non si sa cosa fare: non c'è gas a prezzi decorosi che permetterebbe di stoccare quanto serve. Le voci danno per certa, a breve, una possibile chiamata degli interrottabili, e tra questi ci sono anche aziende ceramiche, con conseguente chiusura delle produzioni. Ma da parte del Governo alzare il livello di allarme significherebbe obbligarsi a fare qualcosa di concreto, e idee non ce ne sono»



LA PREVISIONE

Intanto le bollette... l'allarme di Nomisma

Aumenti tra 17 e 27% attesi già per il mese di luglio

Alla fine di maggio il prezzo della materia prima (il metano) alla borsa di Amsterdam, viaggiava sotto i 90 euro a Megawattora: il 16 giugno si sono toccati i 142 euro, e questa settimana il prezzo ondeggia sui 130 euro. Andamento simile per l'elettricità, che alla Borsa elettrica del Gme è arrivata la scorsa settimana a 262 euro al Megawatt. Questo il contesto, mentre per le ricadute sui consumatori non vale la pena farsi troppe illusioni: secondo le stime più recenti di Nomisma energia, le prime dovrebbero aumentare, già da questo mese di luglio, del 17% e le seconde di ben il 27%. «I prezzi di gas e elettricità sui mercati internazionali - spiega il presidente Davide Tabarelli - sono esplosi dopo la decisione della Russia del 16 giugno scorso di tagliare le forniture alla Germania e all'Italia. Inevitabilmente, ci si attende un forte rialzo sulle bollette, diversamente da quanto accaduto ad aprile quando avevano segnato un -10%. Ora si torna sul trend di crescita».

Eppure si dice che in Europa non esista una crisi del gas...

«Quelli sono flash ideologici, la crisi c'è e la situazione è critica. Sia per la parte gas che per l'energia elettrica e non dimentichiamo che anche l'energia elettrica dipende dal gas. Piove sul bagnato, insomma: basti pensare che la settimana scorsa l'Enel ha spento la centrale turbogas di Piacenza perché il Po è troppo basso. Lo scenario è quello di una possibile crisi, con diverse aziende che potrebbero trovarsi obbligate a chiudere. La Germania è in allarme, è in allarme anche la Danimarca, che fino ad un mese fa diceva che non aveva bisogno del gas russo: è un'ondata lunga che sta arrivando, e se pensiamo che a fronte dell'ipotesi di un rigassificatore a Piombino è già comparso un comitato no gas non capisco cosa sfugga alla popolazione italiana della parola emergenza...»

E dire che siamo in estate, c'è caldo, e di gas ne staremmo usando meno...

«Anche questo non è completamente vero, nel senso che il caldo spinge i consumi di elettricità legati al condizionamento. Se non è zuppa è pan bagnato: la crisi, a casa nostra, è sempre quella, e questo conferma come siamo in emergenza»

Anche perché in atto ci sarebbe la solita speculazione...

«Ma anche questa non nasce dal nulla: la speculazione nasce infatti dai timori, fondati, di operatori che ritengono che le disponibilità di gas possano, a breve, non essere più sufficienti. I segnali, in questo senso, sono inequivocabili: chi gestisce gli stoccaggi ha già detto che se le cose non cambiano entro un mese si rischia l'inverno al freddo. I prezzi sono destinati a salire, in questa situazione, e se oggi i mercati 'aprono' a prezzi più bassi lo fanno per frenare la domanda in vista di una crisi economica mondiale pesantissima, legata anche alla revisione al ribasso degli indici di crescita cinesi»

Si parla anche di price cap...

«Fantasie: sarebbe una distorsione del mercato che nessuno è disposto ad accettare. La proposta arriverà su qualche tavolo e lì resterà senza che nulla cambi. Chi vende il gas non è un ente pubblico con cui convenzionarsi, ma un operatore di libero mercato che segue, appunto, il mercato. La Russia che si organizza per dare tutto alla Cina smaschera il 'bluff' dell'Europa: non è l'Europa che fa embargo alla Russia, è la Russia che ci toglie il gas. Putin ha riorganizzato le sue vendite verso l'Asia e non ha più bisogno di vendere gas all'Europa, figuriamoci se accetta un price-cap»

Quindi?

«Quindi io non sono un mago, ma vedo bene lo scetticismo degli operatori: paradossalmente sono leggermente ottimista perché la situazione è tanto grave che i Governi qualcosa di concreto, al di là degli spot e degli annunci, dovranno fare».

(R.D.)

Andrea Lugli registra «la crescente preoccupazione degli operatori: al di là dei proclami e degli spot oggi non ci sono stoccaggi sufficienti a garantirci un inverno tranquillo e il prezzo del gas continuerà a salire, senza interventi da parte dei Governi. Il price-cap? Non lo vuole nessuno: resterà una proposta che nessuno accoglierà»

INTO THE FUTURE
Data flows, technology remains

BMR
www.bmr.it

G.P.SERVICE
ITALIAN CERAMIC TECHNOLOGY

PERFETTI MECCANISMI DI ASSISTENZA

MACCHINE, IMPIANTI E RICAMBI PER INDUSTRIE CERAMICHE

G.P. Service s.r.l.
via Atene, 17
41049 Sassuolo (MO)
Tel. +39 0536 808876
Fax +39 0536 808877

www.gpserviceitaly.com
info@gpserviceitaly.com

ELLEK AUTOMAZIONI

Internazionalizzazione e ricerca: Sicer raccoglie le sfide del 2022

La piena operatività del nuovo stabilimento spagnolo e gli investimenti attuati su quello italiano ridisegnano la geografia di quella che il Presidente Gianfranco Padovani definisce «una piccola multinazionale, italianocentrica ma presente su tutti i mercati strategici»

Lo stabilimento spagnolo, acquisito poco più di un anno fa, oggi operativo al 100%, è solo uno degli asset con i quali Sicer ha scelto di rispondere alla cosiddetta 'tempesta perfetta' che condiziona l'oggi del settore ceramico. «La logica è quella di esportare la nostra filosofia, ed essere Sicer ovunque ci troviamo. Quindi qualità, innovazione e servizio», spiega Gianfranco Padovani, Presidente di Sicer, che rafforzando la sua presenza in Spagna da' seguito ad un piano di espansione che vede, oggi, la holding fiorense contare su stabilimenti, oltre che in Italia e Spagna, anche in Messico, Indonesia ed India. In un quarto di secolo di attività, Sicer è tra i leader mondiali nella progettazione, produzione e distribuzione di materiali per la smaltatura e la decorazione ceramica, ed oggi è partner di riferimento dei migliori produttori di superfici ceramiche. «Siamo una piccola multinazionale - dice ancora Padovani - ma restiamo 'italianocentrici', nel senso che la testa e il cuore della nostra azienda, oltre che l'unità produttiva più importante, sono in Italia, ma il nostro fare impresa impone vicinanza al cliente, e la nostra progressiva internazionalizzazione risponde proprio a questa necessità». Il contesto attuale non è privo di incognite, e se già lo stesso Padovani, qualche tempo fa proprio su queste colonne, presagiva difficoltà prevedibili legate al periodo post-pandemico, oggi registra come «il settore, numeri alla mano, ha dimostrato capacità di reazione che gli hanno permesso di reggere l'urto. Da parte della ceramica la gestione del 2021 è stata, a mio avviso perfetta, e viene premiata dai numeri, ma il 2022 ha complicato ulteriormente le cose, e adesso si tratta di affrontare nel modo migliore quel che verrà». Prima la pandemia, poi la crisi della logistica, il caro-prezzi, l'energia e infine, il conflitto russo-ucraino: i fattori di rischio con i quali il settore ceramico ha fatto i conti in questo biennio sono molteplici, «e se i nostri clienti, come noto, possono contare su marginalità più gratificanti, la filiera dei colorifici, di cui fa parte Sicer, soffre decisamente di più. Anno su anno abbiamo subito, a parità di mix prodotto, aumenti medi del 30%, e ribaltare l'extracosto sui clienti non è certamente immediato».



Il nuovo stabilimento spagnolo di Sicer



L'headquarter di Sicer a Fiorano Modenese



Gianfranco Padovani



Giuliano Ferrari

Vale tuttavia il luogo comune che le crisi qualcosa insegnino e questa, spiega ancora Pado-

vani, non fa eccezione. «Quello che mi pare sia emerso da questa contingenza - argomenta il

Presidente di Sicer - è come i diversi aumenti dei costi di produzione, siano stati assorbiti, in

certa misura, da un mercato particolarmente ricettivo nei confronti delle produzioni di qualità. Questi due anni di pandemia e di crisi varie, ci hanno ribadito che il mercato è disposto a premiare i prodotti di qualità, frutto di ricerca e innovazione. E' il prezzo fattore importante, ma non decisivo». Anche da queste considerazioni muovono le logiche che sottendono al fare impresa di Sicer, pronta a raccogliere altre sfide, come conferma l'Amministratore Delegato Giuliano Ferrari. «L'impressione è che l'attuale contingenza sia destinata a protrarsi per tutto il 2022 almeno, e forse anche per parte del 2023: da parte nostra si tratta di far fronte soprattutto alle difficoltà legate alla reperibilità e ai costi delle materie prime e su questo si innesta una problematica a livello di logistica che chiede sforzi organizzativi non indifferenti. Parliamo sia del ricevimento delle merci che delle spedizioni: sappiamo che solo nel distretto Federtrasporti stima che manchino circa 400 autisti, e la situazione, tutt'altro che semplice, del trasporto marittimo è nota». Reagire, quindi, è la parola d'ordine, che tanto Padovani quanto Ferrari declinano evidenziando come siano investimenti e ricerca l'ombrello in grado di mettere al riparo la aziende da quello che sembrava un anno fa, un temporale, ed è invece diventata la 'tempesta perfetta'. Ecco allora gli investimenti sulle infrastrutture, «con lo stabilimento spagnolo ma anche con le migliorie apportate al nostro stabilimento italiano: gli impianti all'avanguardia per la produzione di fritte a graniglie che abbiamo installato ci garantiscono di poter rispondere al meglio - spiega Ferrari - ad una domanda in crescita e se essere 'italiani' resta uno dei nostri punti di forza, il presidio produttivo dei mercati più importanti ci garantiscono opportunità che siamo pronti a cogliere». In termini di gamma produttiva, ovviamente, ma non solo: in corso, spiega Ferrari, ci sono gli audit che garantiranno a Sicer la certificazione ESG, riconoscendo al gruppo fiorense non solo l'eccellenza dei prodotti ma anche quella dei processi, da tempo improntati alla riduzione dell'impatto ambientale e all'ottimizzazione dei consumi energetici attraverso il ricorso alle rinnovabili.

(R.D.)

FOCUS

«In Spagna un investimento strategico»

Acquisita a maggio 2021, l'unità produttiva spagnola di Sicer è già operativa al 100%

«Un investimento strategico, che rafforza Sicer sul mercato internazionale in un'area che vedeva già la nostra azienda presente con una filiale. Acquisito la scorsa primavera, lo stabilimento spagnolo di Sicer, spiega Giuliano Ferrari, «è già operativo al 100%: abbiamo profondamente rinnovato la struttura, sia dal punto di vista dell'impiantistica ma non solo. E' nuovo il laboratorio, è nuova la gallery, sono nuovi gli spazi di lavoro e il tutto - aggiunge - è stato concepito secondo quello che ci piace pensare sia il nostro 'family style' che ormai rende Sicer riconoscibile». Strategicamente attestato nel distretto spagnolo di Castellon, il nuovo sito produttivo, altamente specializzato, si estende su un'area di 30mila metri quadri, 9mila dei quali destinati a laboratori ed uffici, proprio in questi giorni ospita un'open house e si inserisce all'interno di un percorso di crescita lungo il quale Sicer muove da tempo. «Non va infatti considerato come un ulteriore stabilimento estero, che si aggiunge a quelli già esistenti, quanto piuttosto - dice Ferrari - un altro asset con il quale portiamo le logiche di Sicer presso i clienti di quell'area. Per noi lo standard è uno, la qualità una. Ed è questa la filosofia che proponiamo ai nostri partners attraverso gli investimenti sui nostri impianti produttivi». (R.D.)

Sopra a tutto, c'è Itatici

La scelta sicura per ogni copertura



Da 35 anni sul mercato con un'ampia organizzazione per poter soddisfare al meglio le esigenze dei clienti, compresa la possibilità di usufruire delle agevolazioni relative alla **derazione del 65% e del 50%** per la completa ristrutturazione degli immobili.

Da 35 anni costruiamo il Vostro futuro.

Il nuovo bando ISI INAIL per l'anno 2021-2022, una grande opportunità da non perdere!
Con noi non avrai spese di istruttoria!

Chiama subito e chiedi un sopralluogo ed un preventivo gratuito!

BATIC SRL - Via Lunga Lunga 21-41014 Solignano di Castelvetro (MO) -

Tel. 059 8677161 - www.batic.it - info@batic.it

Gli imprenditori per l'Ospedale: un milione di euro per la nuova TC

Hanno partecipato al progetto benefico alcune tra le più importanti realtà del distretto ceramico. Attraverso la Fondazione Ospedale di Sassuolo O.n.l.u.s. sarà acquisito, entro l'anno, un innovativo sistema di tecnologie diagnostiche per la radiologia

Che le aziende del distretto siano attente al sociale e alle necessità del territorio è circostanza ben nota, come ben noto è come gli imprenditori, qui dalle nostre parti, siano abituati, da tempo, a dare tangibilità al proprio impegno nei confronti della collettività ben oltre le dinamiche legate al mondo del lavoro nella sua accezione più classica.

La pandemia, da questo punto di vista, aveva già visto diverse realtà aziendali in prima linea, ma questa prima fase di post-emergenza non ha tolto nulla alla meritoria attività sociale di tanti capitani d'industria, anzi. Così, le difficoltà di questo 2022, relative al caro energia e alle problematiche legate all'approvvigionamento di materie prime dovute (anche) al conflitto russo-ucraino, non hanno impedito a nove, tra le più prestigiose realtà industriali italiane, di "unirsi" per finanziare l'acquisizione di un innovativo sistema di diagnostica per immagini dell'Ospedale di Sassuolo. In meno di 60 giorni è stato raccolto un milione di euro: un risultato straordinario che racconta quanto il cuore produttivo del distretto sia legato al proprio territorio. L'ambizioso obiettivo dell'iniziativa, promossa congiuntamente da Fondazione Ospedale di Sassuolo O.n.l.u.s. e dalla società Ospedale di Sassuolo S.p.A. era quello di acquisire e mettere a servizio di tutta la popolazione un innovativo sistema di diagnostica radiologica, che comprende una nuova TC e una "work station" all'avanguar-



dia: in meno di due mesi il progetto ha trovato piena attuazione e i fondi, già a disposizione della Fondazione, saranno utilizzati entro la fine dell'anno per l'acquisizione e l'installazione dell'intero sistema tecnologico, che andrà a implementare la dotazione presente attualmente a Sassuolo (due TC e una RM), che consente significativi volumi di attività, pari a circa 118mila prestazioni l'anno (di cui 15 mila TAC e 13 mila Risonanze Magnetiche). «Questo risultato – il

commento del Dr. Stefano Reggiani, Direttore Generale Ospedale di Sassuolo S.p.A. - conferma il ruolo strategico dell'Ospedale per l'intera area Sud della provincia e la sua peculiare capacità di autofinanziamento, anche grazie al supporto della Fondazione che, negli anni, e anche in questo momento di passaggio a livello di quote societarie, ci ha contraddistinto e permesso di sviluppare progetti innovativi e unici nel panorama della sanità regionale. Desidero ringraziare

quanti si sono impegnati, in prima persona, dimostrando sensibilità, senso di responsabilità e interesse non scontato per il benessere della collettività». A partecipare all'iniziativa, insieme al Presidente di Florim Claudio Lucchese e ad Emilia Sghedoni di Kerakoll, che hanno seguito la 'costruzione' del progetto passo dopo passo, anche Giulia Guazzi (Ceramiche Castelvetro), Federica Minozzi (Iris Ceramica Group), Luca Mussini (Gruppo Concorde), Andrea Mus-

sini (Panariagroup), Alberto Selmi (Laminam), Franco Stefani (System Ceramics) e Mauro Vandini (Gruppo Marazzi) che, ha sottolineato la Presidente Fondazione Ospedale di Sassuolo O.n.l.u.s. Micol Pifferi, hanno dimostrato «generosità e attaccamento al territorio. Prendersi cura è dare valore a una comunità, alla salute di ciascuno dei suoi membri e l'esempio di insieme dato dai nostri imprenditori porta con sé anche un grande valore morale». (R.D.)

NOTIZIE IN BREVE

PANARIAGROUP: DA BEI 50 MILIONI PER L'INNOVAZIONE

La Banca Europea per gli Investimenti (BEI) finanzia con 50 milioni di euro l'attività di Ricerca, Sviluppo e Innovazione e la decarbonizzazione di Panariagroup. Gli investimenti saranno realizzati principalmente nei tre stabilimenti italiani del Gruppo e, in parte, in due siti ubicati in Portogallo, nel

distretto di Aveiro. «Questo finanziamento – il commento del Presidente di Panariagroup Emilio Mussini - è un passaggio fondamentale e strategico per noi, perché ci consente di sostenere ulteriormente il nostro percorso di crescita ed evoluzione in una logica di modernizzazione dell'azienda e del suo profilo di sostenibilità». Tra gli investimenti previsti nuove tecnologie e macchinari all'avanguardia, come ad esempio nuovi sistemi e macchinari per la pressatura, finitura e stampa digitale delle ceramiche, nonché sistemi automatici di movimentazione dei materiali e forni di nuova concezione ad alto risparmio energetico, già predisposti per l'alimentazione a idrogeno.

GRUPPO SACMI, CONSOLIDATO DA RECORD

Ricavi consolidati oltre 1,53 mld di euro, in crescita di quasi il 40% sul 2020, con vendite e ordini che tornano ai livelli superiori al fatturato pre-COVID. È quanto emerge dall'Assemblea dei Soci di SACMI Imola che ha approvato il Bilancio consolidato di Gruppo procedendo contestualmente al rinnovo del Consiglio di

Amministrazione. Sul piano finanziario, SACMI conferma l'eccezionale consistenza patrimoniale, con il patrimonio netto consolidato che raggiunge i 773 milioni di euro e la posizione finanziaria netta a +97 milioni. In eccezionale progresso anche Ebit ed Ebitda che si attestano per il 2021, rispettivamente, a 82 e 145 milioni di euro. Spicca nel 2021 l'incremento dei ricavi con performance da record di sempre in particolare nel Tiles che segna addirittura un +99% nella vendita di macchine. SACMI rafforza la propria posizione in tutte le principali aree del mondo con una decisa ripresa degli investimenti in Europa e Americhe. Bene anche l'Asia dove SACMI – se pure in un contesto di fortissima concorrenza – conferma la propria posizione di riferimento.

ZERO EMISSIONI: FLORIM MODIFICA LO STATUTO

CO2alizione è l'iniziativa di alcune aziende italiane per aumentare il livello di impegno verso la neutralità climatica attraverso l'adozione di una pratica di governance innovativa che vede lo statuto societario come strumento della formalizzazione dell'impegno. Le aziende aderenti si impegnano a evolvere progressivamente

il proprio modello di business e il modello operativo verso un'economia a zero emissioni di gas climalteranti, obiettivo che viene integrato all'interno dello statuto societario in modo che diventi una vera e propria finalità dell'impresa - oltre a quella di generare utili - protetta nel tempo - anche in caso di aumenti di capitale e cambi di management, di passaggi generazionali o di quotazione in borsa. Per Florim - prima industria ceramica diventata Società Benefit e ad oggi l'unica certificata B Corp - il progetto per arrivare ad un equilibrio tra le emissioni e l'assorbimento di CO2 si intreccia con la strada delle energie rinnovabili e dell'efficienza.



WITH ADDITIVE 0,3%

WITHOUT ADDITIVE



DEFINITIVE DISAPPEARANCE OF "BLACK-CORE" PROBLEM



building & consulting

EDILIZIA INDUSTRIALE e CAPANNONI IN CLS

ALE SpA Building and Consulting è un'azienda che si occupa di edilizia industriale, specializzata nella costruzione di capannoni in calcestruzzo e in opere edili complementari. Nelle proprie realizzazioni si avvale di tecnologie all'avanguardia, di professionisti esperti e delle migliori soluzioni per rispondere alle istanze di un mercato in costante evoluzione.

Per avvicinarsi ulteriormente alle esigenze dei propri clienti, ALE SpA è costantemente alla ricerca di sistemi innovativi, efficaci e sostenibili dal punto di vista ambientale, strutturale e finanziario: tra questi un sistema di copertura metallica di nuova generazione che permette di massimizzare la superficie fotovoltaica, ottenendo la copertura totale di tetti industriali piani, curvi o di qualsiasi forma.

**Al servizio
del cliente per:**

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

...in partnership con:

 **TesiSystem**



Ogni cliente per noi è' speci...

ALE spa Building & Consulting - info@alespa.net - www.alespa.net

Sede Legale:
MODENA - 41121
Via A. Nardi, 35

Sedi operative:
TRAVERSETOLO (PR)
43029 - P.zza Mazzini, 2

SASSUOLO (MO)
41049 - Via Pia, 77/A
Tel.: (+39) 0536.882774

La ceramica alla Design Week di Milano

Estetica e sostenibilità declinano le grandi superfici secondo i canoni della progettazione contemporanea e dell'interior design: gli store milanesi dei brand di casa nostra si trasformano in musei a cielo aperto tra nuove collezioni e allestimenti sorprendenti

«C'è un'evoluzione continua, una realtà che non si ferma mai e continua a sperimentare su effetti e formati: per noi designer è un paradiso». Parole e musica di **Matteo Nunziati**, uno dei molti architetti e designer che, in occasione della Design Week milanese, si sono confrontati con le superfici ceramiche. E non è l'unico, Nunziati, cui Florim ha affidato gli allestimenti del proprio flagship store milanese, a pensarla così riguardo materiali che conquistano spazi sempre più ragguardevoli nella progettazione d'interni. Con proposte delle quali la design week milanese ha fatto piena sintesi, tra moltissime novità e quella doverosa attenzione alla sostenibilità che, dice **Lorenzo Perre**, Chief Marketing Officer di Laminam, «è diventato un requisito fondamentale per gran parte della produzione ceramica». E sulla quale, innovando ed investendo, tutti i produttori hanno concentrato sforzi importanti anche perché è lì che, l'opinione è ormai diffusa e accettata, si giocano le sfide che caratterizzeranno l'evoluzione dei materiali almeno per il prossimo decennio. Ma al netto di quella sostenibilità che è diventata ormai più sostanza che forma, e caratterizza tutti i processi produttivi le lastre, o meglio, le grandi lastre, hanno dischiuso alle superfici ceramiche nuove prospettive, suggerendo ai progettisti applicazioni impensabili solo fino a qualche anno fa. Ed è proprio al mondo del progetto e dell'architettura d'interni che guardano, durante la settimana milanese, i brand del distretto presenti tra Salone e Fuorisalone. «La ceramica, declinata sull'architettura d'interni, conquista spazi crescenti, avvantaggiandosi sia della sua eccellenza tecnica che della possibilità di reinterpretare molteplici effetti», spiega **Alessandro Fabbri**, Direttore Sales e Marketing di ABK. Gli store milanesi delle aziende del distretto ceramico, durante la design week, diventano una sorta di museo, una summa dell'eccellenza produttiva di un settore che non smette di rapportarsi, investendo e innovando, all'abitare contemporaneo con proposte non prive di suggestione. Florim, per la prima volta, si presenta come brand di prodotto, declinando in quattro differenti letture (Luxury design, Creative design, Architectural design e Contemporary design) linguaggi, lifestyle e materiali «che trovano nel reciproco dialogo – spiega **Matteo Borsari**, Head of Communication, Digital and Business Events di Florim - il loro punto di forza e che sintetizzano il significato di *Made in Florim*». Milano diventa, da questo punto di vista, vetrina e palcoscenico. «La grandi lastre – conviene l'AD di Laminam **Alberto Selmi** – diventano la materia prima per prodotti di design e arredo: questo evento è forse il



Sopra: allestimenti Florim per il Salone del Mobile (ph. Vanni Borghi)



Sopra: Atlas Concorde, 'Monoliti' di Piero Lissoni



Sopra: 'Perspectives', l'installazione di Ferruccio Laviani per Lea Ceramiche



L'allestimento ABK GROUP al Salone del Mobile



Lorenzo Perre



Matteo Borsari



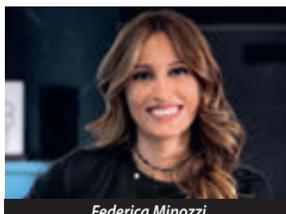
Efrem Grasselli



Matteo Mussini



Alberto Selmi



Federica Minozzi



Alessandro Fabbri



Matteo Nunziati

luogo migliore dove valorizzarle e senza dubbio il contesto più adatto a recepirle al massimo della loro espressione». Un know how produttivo di eccellenza si coniuga con l'estetica contemporanea, e gli allestimenti pensati dai brand del distretto per l'occasione affidano agli architetti la lettura delle proprie produzioni. Il progetto di Piero Lissoni per Atlas Concorde, i MONOLITI realizzati con i mate-

riali della collezione Boost World, «trasporta gli archetipi dell'architettura classica nel futuro grazie al gres porcellanato, al suo realismo grafico e stilistico che – dice il Marketing Director **Efrem Grasselli** – contraddistingue la gamma produttiva dell'azienda». Ferruccio Laviani, presso i chioschi di San Barnaba, ha invece reinterpretato i materiali di Lea Ceramiche con Perspectives, «un allestimento a

metà dell'installazione e la land art con la quale – spiega **Matteo Mussini**, Brand Marketing Manager di Lea Ceramiche – il nostro Slimtech 3 plus, che il visitatore può attraversare grazie ad un progetto ad hoc, suggerisce nuove prospettive al mondo dell'architettura». Bellezza, leggerezza e solidità vanno di pari passo, riscrivendo il futuro di superfici «che in occasione di questa design week riscoprono –

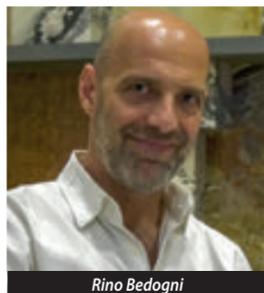
spiega **Federica Minozzi**, CEO di Iris Ceramica Group – la parte più artistica della ceramica, che mi piace definire una farfalla con le ali di titanio. Un materiale che vede leggerezza e solidità coesistere e dialogare tra loro, senza smettere di lavorare sulla sostenibilità, diventata ormai un requisito richiesto da tutti i clienti, oltre che da progettisti, architetti e designers».

(R.D.)

SMALTICERAM
WORLDWIDE PARTNER

SJW
Water Based Glue

Salone e Fuorisalone: Refin raddoppia



Rino Bedogni

La settimana milanese di Refin: un progetto che, in fiera, ha riunito cinque aziende italiane con un know how condiviso, e i rinnovati spazi Refin Studio di via Melone in Brera

In Fiera, con 'Beyond Tailoring', un progetto che riunisce cinque aziende italiane con un know-how condiviso, e presso il Refin Studio, quartier generale milanese dell'azienda reggiana, integralmente rinnovato per la Design Week. In occasione dell'edizione 2022 del Salone del Mobile, Refin raddoppia, e se la sua presenza presso la fiera di Rho ne rivendica il ruolo di player di riferimento del made in Italy della ceramica in occasione di un momento essenziale nel panorama internazionale, interamente dedicato alla bellezza del design e dell'Italian style, il restyling degli ambienti di Via Melone in Brera «disegna nuovi spazi in grado – spiega **Rino Bedogni**, Head of Marketing & Communication – di accompagnare designer, architetti e progettisti lungo un viaggio emozionale e ispirazionale». Le tappe di questo viaggio, spiega ancora Bedogni, «sono superfici all'avanguardia, nuove collezioni frutto di una ricerca, tecnologica ed estetica, che vede il gres porcellanato incontrare l'arte e il design e che raccontano da una parte l'eccellenza di Refin nel far emergere l'anima artigianale di una grande realtà industriale, dall'altra un'audacia che si sviluppa attraverso prodotti unici». Il percorso allestito presso Refin Studio sceglie tra l'altro, ancora una volta, di celebrare i protagonisti della storia dell'architettura che hanno reso grande il design italiano con 'Invito al viaggio', un'esposizione dedicata a Carlo Scarpa e curata da Cadore Interiors. Un progetto che indaga l'impatto sul tessuto sociale e territoriale del Memoriale Brion di Carlo Scarpa e si articola in ele-



menti complementari, tra i quali la sponsorizzazione del docufilm *Le Voyage d'Or* di Riccardo de Cal, incentrato sul restauro dell'opera

e un concorso fotografico che presenta gli scatti finalisti del contest fotografico dedicato al capolavoro architettonico di Scarpa. (R.D.)



La ceramica tra architettura e design

Diverse le aziende ceramiche presenti alla kermesse con cui Milano ha celebrato l'edizione numero 60 del Salone

Sessant'anni e non sentirli. Due anni di stop non hanno condizionato più di tanto il Salone del Mobile, che è tornato alla sua forma più tradizionale restituendo alla metropoli meneghina la sua piena dimensione di punto di riferimento culturale e non solo. Quasi 2200 espositori, il 27% dei quali esteri, un cartellone infinito di eventi, talk, mostre, iniziative premiati da oltre 400mila visitatori hanno spinto, come di consueto, il Salone ben oltre il quartiere fieristico confermando nella settimana milanese un evento unico, una stella polare per il design, l'architettura e la progettazione contemporanea, che rivede se stesso reinventandosi ed evolvendo. Il 2019, ultima edizione in presenza, è stato il punto di partenza per un evento che ha



confermato il suo ruolo di incubatore di idee, prendendosi la scena in modo autorevole e autoritario e riproponendosi 'vetrina globale'

dentro la quale c'è molto, se non tutto, il saper fare italiano. Ci sono la curiosità che si deve agli eventi straordinari e ci sono, soprattutto,

i tanti, tantissimi che di questa vetrina si servono per veicolare idee sempre nuove. Fino a qualche tempo fa appuntamento trop-

po 'alto' per la piastrella, oggi la settimana milanese è mare che le superfici ceramiche navigano con bella disinvoltura, complice evoluzione tecnica ed estetica che le ha trasformate in complementi di arredo facendone asset imprescindibile dell'abitare contemporaneo e più in generale strumento debitamente 'attenzionato' dal mondo dell'architettura e della progettazione. La cui capitale è Milano, e se non è un caso che molti dei principali players del made in Italy della ceramica abbiano vetrine e flagship store nelle zone più nobili della metropoli lombarda, non è un caso nemmeno che, da tempo, si siano ritagliate uno spazio importante anche dentro questa settimana che celebra l'eccellenza.

(S.F.)



**PORFIDO
SPAZZOLATO
FIAMMATO**

Tecnografica
surface design

Creatori di superfici dal 1992

www.tecnografica.net

30 YEARS 1992

Iris Ceramica Group: "Corpi di Luce"

In occasione della design week milanese, e visibile fino al prossimo 28 settembre presso il Flagship Store Iris Ceramica Group di via Santa Margherita 4, una mostra sul rapporto tra luce e materia, corpo e movimento

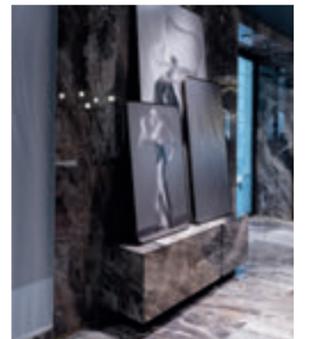
Una narrazione intimista espressa attraverso superfici ceramiche, tessuti, fotografie e video-storytelling che riflettono l'ispirazione e l'effetto visivo della collezione tridimensionale *Luce* by Guillermo Mariotto. Presso il suo Flagship Store milanese Iris Ceramica Group presenta 'Corpi di Luce', un concept originale che esplora le relazioni tra differenti espressioni artistiche, tattili, visive e percettive, raccontando la natura nobile e duttile della ceramica come strumento capace di interpretare i desideri e i bisogni dell'uomo. Iris Ceramica Group porta, con 'Corpi di Luce' la narrazione della ceramica oltre i confini dell'architettura e del design, intrecciandola con i linguaggi dell'arte nelle sue forme materica, visiva e poetica. L'ispirazione per tessere questo intreccio multidisciplinare nel racconto della ceramica è fornito dalla collezione *Luce*, caratterizzata da un inedito rapporto tra dimensione dinamica e statica, tra relazione ottica e tattile della materia.

IL FORMAT DELLA MOSTRA

L'allestimento prevede tre livelli narrativi per accompagnare il pubblico a scoprire le potenzialità espressive delle superfici *Luce*: un progetto fotografico, prima, e uno short movie, poi, interpretano il concetto di luce e movimento. I riflettori sono puntati sulla lastra ceramica che occupa il centro della scena, immobile, ma non statica perché capace di interagire con i movimenti di una performer e con la danza di un drappo di tessuto, attraverso un dialogo coinvolgente e silenzioso.

LA MATERIA SI ANIMA

Ispirato all'opera di Duchamp, dal "Nudo che scende le scale" fino al ready-made dadaista, è nato il concept delle fotografie di Elodie Cavallaro. Un'indagine per immagini dell'elemento luce e della sua capacità di descrivere spazi, luoghi e forme attraverso il disegno dei volumi e del loro movimento. In ultima analisi la capacità della



luce di catturare il movimento (e il momento), creando un parallelismo diretto con la materia ceramica. Una serie di immagini in sequenza, stampate su tessuto, accompagna il visitatore attraverso lo spazio. Sempre al piano terra del Flagship Store, alcune immagini sono stampate su lastra ceramica: la materia diventa essa stessa supporto di stampa e veicolo narrativo. Al secondo piano la mostra fotografica prosegue e si completa con la proiezione finale del video-storytelling.

IL VIDEO-STORYTELLING

Un video emozionale, girato da Francesca Molteni e Claudia Adragna e prodotto da Muse Factory of Projects dà risalto al dualismo su cui si fonda il concept della mostra fotografica, lo stesso scritto nel DNA di *Luce*: una materia imponente che sa essere al contempo sinuosa e leggera. Un omaggio alle origini del Cinema, linguaggio che nasce da immagini statiche, animate da due elementi: luce e movimento. Trait d'union con il

progetto fotografico la scelta stilistica del bianco e nero, il corpo in movimento e i tessuti in seta che richiamano la texture delle lastre ceramiche *Luce*. Le immagini sono accompagnate dalla voce di Guillermo Mariotto che, nella veste di creatore della superficie ceramica *Luce*, è più di una voce narrante: è il racconto vivo di una genesi artistica, una vera e propria poesia, interpretata in prima persona. La danza contemporanea è lo stile che meglio interpreta il concept

della mostra e la performer Marta Morabito, guidata dalle coreografie di Sara Catellani, enfatizza l'idea di movimento e leggerezza della lastra.

"Corpi di Luce"
Flagship Store
Iris Ceramica Group
via Santa Margherita, 4 - Milano
6 giugno - 28 settembre 2022
Lunedì/venerdì 10.00/19.00
www.irisceramicagroup.com/corpidiluce



powered by

CERAMICA NDA

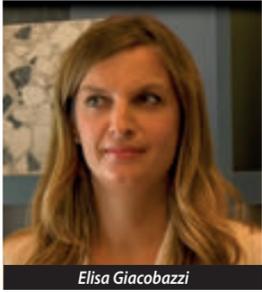
ECCETILE.COM

il portale dedicato alle superfici ceramiche italiane

ECCE TILE
evoluzioneceramica

per informazioni:
marketing@ceramicanda.com

Italgraniti Group sbarca al Fuorisalone



Elisa Giacobazzi

«La presenza a Milano ci permette di comunicare in modo efficace sia la nostra azienda e una filosofia espressa dai suoi brand e dalle sue produzioni, ma soprattutto la superficie ceramica e le sue infinite potenzialità, ormai espresse in modo compiuto anche nel settore dell'arredo». Il Flagship Store Italgraniti, in via Statuto 21, centralissimo punto di riferimento milanese per le eccellenze dell'arredamento italiano, apre la tanto attesa Milano Design Week con un nuovo progetto degli architetti Andrea Parisio e Giuseppe Pezzano. «Lo spazio – spiega Elisa Giacobazzi, Responsabile Marketing di Italgraniti Group - vuole essere un luogo di incontro e studio per architetti e progettisti. Si articola su 400 metri quadrati, pensati dai nostri art director, e raccoglie molte delle soluzioni elaborate dalla nostra ricerca». Due gli elementi essenziali attorno ai quali sono organizzati gli ambienti, ovvero *abitare* le grandi potenzialità della ceramica e scoprirle attraverso una grande libreria di formati, colori e texture. Le grandi lastre della collezione *Nuance* in 6 millimetri per pavimenti e rivestimenti, le novità assolute in tema di arredi, con tavoli, panche e sedute, vasi, fino alla materiotecche, funzionali alla composizione di mix di prodotti e di moodboard e alla terrazza il cui allesti-

Un nuovo progetto per gli spazi milanesi di Italgraniti Group: «un luogo di incontro per architetti, designer e progettisti, uno spazio per sperimentare nuovi linguaggi»



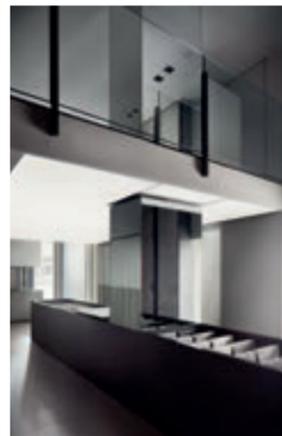
L'EVENTO

L'outdoor Italgraniti protagonista a dOT

Sul sagrato della basilica di San Marco a Brera un appuntamento cult per operatori, progettisti, imprese, designer, costruttori e albergatori

Anche in questo 2022 Italgraniti partecipa a **dOT- design Outdoor Taste**, vetrina d'eccezione per l'outdoor allestita d'eccezione in uno dei luoghi più iconici di Milano: il sagrato della storica basilica di San Marco a Brera. Vari settori dedicati all'outdoor living, ambienti piacevoli dove sostare, leggere, gustare, dialogare e trovare spunti progettuali per la realizzazione di terrazze e giardini. Un'area dove il verde e la natura sono protagonisti, dove l'armonia dei colori e le proposte di arredo sono di grande tendenza. «Partecipiamo da diversi anni – spiega Giacobazzi – a questo evento, all'interno del quale sono esposte tutte le declinazioni del nostro progetto 2 centimetri esponendone differenti soluzioni». L'evento, appuntamento cult per operatori, progettisti, imprese, designer, costruttori e albergatori, dal 2017 trasforma gli spazi davanti alla basilica in uno spumeggiante, rigoglioso e raffinatissimo giardino urbano, calando nella propria dimensione naturale strutture, arredi e accessori per l'outdoor che vanno a comporre raffinate ambientazioni. All'insegna della convivialità e dell'eleganza.

mento, pensato in continuità con gli interni, da' bene la misura di come la ceramica sia diventata un elemento fondamentale per la progettazione outdoor integrano «uno spazio espositivo dedicato alle nuove collezioni pensate per il panorama architettonico e l'interior design contemporaneo, ma anche un luogo di sperimentazione attorno ai nuovi linguaggi decorativi». Linguaggi che prendono forma già dalla vetrina, dove «il Colonnato – spiega Giacobazzi - scandisce le ombre che esaltano la matericità delle grandi lastre della collezione Silver Grain, suggerendo le potenzialità di soluzioni che esprimono un modo innovativo di concepire e fruire la ceramica». Gli ambienti declinano l'estetica della superficie ceramica in modo inedito, tessendo una narrazione che trova piena espressione anche sul terrazzo dello showroom, «dove trovano collocazione le nostre soluzioni per l'outdoor, dalle pavimentazioni sovrelevate in 60x120 alle soluzioni per l'arredo: è, quello dell'esterno, un ambito di applicazione che da' modo alla ceramica di esprimersi compiutamente, e questo allestimento, concepito in sinergia con l'interno, è un'ulteriore input rispetto alle infinite combinazioni in cui possono essere declinate le superfici ceramiche e le soluzioni proposte da Italgraniti». (R.D.)



reducing emissions & minimising water

esmalglass itaca grupo

In Esmalglass-Itaca ci impegniamo per l'ambiente offrendo soluzioni innovative e sostenibili.

Ecco perché sviluppiamo prodotti volti a ridurre le emissioni e ridurre al minimo il consumo di acqua nel settore.

Lavoriamo per un futuro più sostenibile per le persone e per il pianeta.

www.esmalglass-itaca.com

I nuovi spazi di Ceramiche Ragno a Milano

Nel suggestivo quartiere Porta Nuova, un nuovo spazio espositivo dello storico brand progettato da Benedetta Tagliabue

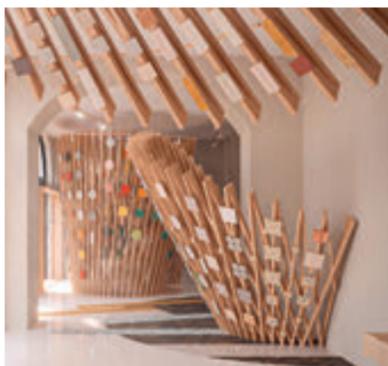
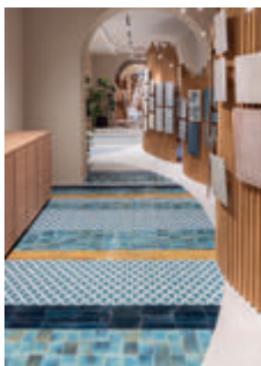
Primo flagship showroom per **Ceramiche Ragno**: a Milano, nell'iconico quartiere di Porta Nuova, 400 mq di spazio espositivo, con ampie vetrine ad arco su Via Marco Polo, fanno da quinta a tutte le novità del brand. Progettato da **Benedetta Tagliabue** - EMBT, lo showroom è un caleidoscopio di colori, texture e disegni che raccontano la storia e le capacità tecniche e artigianali dell'azienda sassolese e tutte le potenzialità espressive della ceramica. «Materiale antico, naturale, usato fin dalle origini dell'umanità. Abbiamo giocato con il tema del ragno e della ragnatela, facendo della storia del marchio Ragno il filo conduttore tra passato, presente e futuro», ha detto Benedetta Tagliabue, sottolineando come l'elemento centrale del percorso espositivo, la libreria dei materiali, rappresenti un omaggio ad un brand che ha fatto **la storia della ceramica italiana**. «L'idea di esporre le collezioni attraverso grandi strutture che simulassero una ragnatela ci è venuta dalla storia dell'azienda, il cui primo marchio raffigurava proprio un ragno stilizzato». L'ampia gamma di collezioni ha permesso ai progettisti di arricchire questa 'materioteca' con colori e finiture differenti, creando «un racconto unico ed un percorso suggestivo». Percorso che comincia dalle vetrine e dall'ingresso che accolgono il visitatore: le grandi lastre in gres a spessore sottile della collezione **Incanto** sono in armonico equilibrio accanto alle piccole ceramiche super lucide e iper-decorate di **Storie**, con un si-



ph. L. S. S. S.



Benedetta Tagliabue



stema di tiranti che richiama, ancora una volta, le geometrie della ragnatela, «mentre il pavimento - spiega Tagliabue - è l'altro aspetto decisamente interessante di questo progetto: un unico grande mosaico, un'opera d'arte policroma che mostra il potere del gres di far

dialogare tra loro collezioni dalle ispirazioni materiche differenti, dal legno al marmo, dal cemento alla pietra, in modo assolutamente armonico e naturale». Il tema musivo ritorna, in una delle sale affacciate sulla corte interna, con un omaggio a Giorgio De Chirico, ma tutto lo

spazio Ragno, caratterizzato da un susseguirsi di archi che definiscono gli ambienti, presenta le collezioni attraverso una modalità espositiva del tutto inedita suggerendo, attraverso la molteplicità di materie, accostamenti esclusivi tra le diverse superfici in gamma a pro-

gettisti e privati. «Un progetto unico, che - commenta l'AD **Mauro Vandini** - racconta il valore del marchio Ragno e delle nuove tecnologie applicate alla ceramica ed evidenzia e valorizza l'evoluzione continua della nostra ricerca».

(R.D.)



Stands



Showrooms



Commercial interiors

La tua immagine parla di te



Progettazione e rendering 3d a livello fotografico.
 Consulenze esclusive e personalizzate di architetti esperti.
 Operiamo in tutto il mondo attraverso collaborazioni di altissimo livello.
 Offriamo formule contrattuali flessibili per ogni tipo di esigenza.
 La qualità e cura di tutti i particolari ci rendono partner insostituibile per la realizzazione di interni, spazi espositivi e showroom all'avanguardia.

M.E.C. Design s.r.l. - Via Lazio, 13 - Montale Rangone - Modena - Tel. 059 530366 - www.mecdesign.it - info@mecdesign.it



COMBO

L'unica vera combinata per grandi pulizie all'interno e all'esterno.

CON BATTERIE AL LITIO, AUTONOMIA H24

ACCEDI AI FINANZIAMENTI

INDUSTRIA 4.0



Contenitore pattume
180 lt
Sebatoio H²O
280 lt



Posto guida ergonomico
con grande visibilità



Spazzole a rullo
lavanti e spazzanti



Testata laterale
lavante



NOLEGGIO full service da 1 giorno a 60 mesi!



ASSMO SRL Via Romano, 4 - 41043 Casinalbo MO - Tel. 059 740 5260 - www.assmo.it - informazioni@assmo.it

FATTI DAI COMUNI DEL DISTRETTO

il Distretto

anno 14 numero 290 / 2 Luglio 2022

L'estate addosso, tra parchi e piazze:
una stagione come ai tempi belli

A migliaia a Sassuolo per lo Youth Festival, record di presenze a Maranello, per la 'Notte Rossa', e piene anche per il 'Festival Love' a Scandiano: dopo un 2020 in sordina e un 2021 così così, l'estate del 2022 prova a riprendersi se stessa



diano di colori che l'emergenza pandemica aveva 'stinto'. Resterà qualcosa, adesso che tutti ci accingiamo a partire? Diciamo sì, e ci piace pensare che, al di là di come andrà l'estate e di quanto si allungheranno le ombre della crisi sull'autunno del distretto, 'abbiamo vinto noi'. Si scomoda Ligabue, un altro che di gente attorno a se, dopo due anni di pandemia, ne ha raccolta a decine di migliaia, per chiudere questa prima parte di stagione del 'Distretto' e augurarvi buone vacanze, raccontandovi cosa è successo, eventi a parte, tra le due sponde del Secchia in questo primo scorcio di estate che ci accompagna al meritato riposo.

Lo Youth Festival (1), la kermesse musicale che ha convogliato a Sassuolo, nell'area debitamente predisposta a ridosso del polo scolastico di via Nievo, più spettatori che il match scudetto Sassuolo-Milan andato in scena lo scorso 23 maggio al Mapei Stadium è stata solo la punta dell'iceberg. I numeri – officiosissimi – dicono 80mila persone in cinque serate, con punte di 50mila persone nel weekend e con buona pace di chi – pochi, per fortuna – si sono lamentati della confusione. E con la soddisfazione di quanti, molti di più, Amministrazione comunale sassolese compresa, sono rimasti piacevolmente stupiti di un'invasione pacifica e colorata che ha trasformato un pezzo di Sassuolo in una sorta di Woodstock, tra balli, musica, canti, concerti e, perché no, una certa voglia di riprendersi se stessi. Giovani ma non solo, quelli che si sono dati appuntamento per una festa riuscitissima. Numeri, ed entusiasmi, non dissimili a Maranello, per la 'Notte Rossa' (2), che ha gremito la città del Cavallino, e per il Festival Love (3) che, per un fine settimana, ha riempito Scandiano



Il PNRR colpisce ancora: 2 milioni di euro, a Sassuolo, per il Parco Ducale
Trentamila euro (ce li ha messi il Comune) per progettarlo, due milioni di euro (ce li mette il PNRR)



per riquilibrarlo. Sorride largo, la Giunta sassolese, che ha ottenuto un maxi-finanziamento per il restyling del Parco Ducale (4): il progetto prevede il ripristino dei filari di pioppi che costeggiano i percorsi, il rimaneggiamento dei percorsi stessi, l'ammodernamento dell'impianto di illuminazione e l'installazione di 25 telecamere di videosorveglianza oltre che la riqualificazione della Casa nel Parco e della barchessa di pertinenza.

Muore in un incidente Lorenzo Mosto: lutto a Fiorano e Castellarano
Due comunità in lutto per la scomparsa di Lorenzo Mosto (5): Castellarano – dove abitava con la famiglia – e Fiorano – dove Mosto, da 17 anni, comandava la



stazione dei Carabinieri – si sono stretti nel ricordo del 56enne, rimasto vittima di un incidente stradale mentre era a bordo della sua motocicletta. Cordoglio unanime per la scomparsa di un «professionista esemplare, di un servitore dello Stato, il cui esempio di umanità e disponibilità – si è detto ricordandone l'impegno – resterà vivo in quanti lo hanno conosciuto e apprezzato»

Furti ai danni di pazienti e colleghi: preso, al 'Magati', il 'topo dell'ospedale'

Una continua serie di piccoli furti stava preoccupando i dipendenti e i pazienti dell'Ospedale Magati di Scandiano. Segnalati dall'Ausl ai carabinieri di Scandiano, che hanno attivato una serie di indagini e di controlli che hanno permesso loro di individuare il "topo dell'ospedale". Si trattava di una dipendente a tempo determinato del "Magati" che ora è finita nei guai in seguito ai diversi furti ai danni di pazienti e colleghi, razzie che sono state anche filmate da alcune telecamere disposte ad hoc.

La Polizia di Stato prosegue le attività di controllo nei parchi di Sassuolo

Continuano le attività di controllo e prevenzione poste in essere dal Commissariato di Sassuolo in collaborazione con il Reparto Prevenzione Crimine: l'obiettivo è il contrasto del crimine diffuso, in particolare dei reati predatori, dell'immigrazione clandestina e dello spaccio di sostanze stupefacenti. Le attività della settimana scorsa, concentrate sui principali parchi cittadini ("Le Querce", "Arcobaleno", "Vistarino" e "Parco Amico") e il polo scolastico di Piazza Falcone e Borsellino

hanno portato all'identificazione di 59 persone e al controllo di 37 veicoli.

Maranello al buio: quasi dodici ore di black out. Disagi e polemiche...

Forti disagi, la scorsa settimana, in quel di Maranello, dove un guasto alle linee elettriche ha comportato il distacco di non meno di 4 mila utenze. Dalla sala operativa di Enel nella notte hanno fatto sapere al Comune che, in seguito a tre guasti sulla linea interrata, 31 cabine di media tensione sono andate fuori servizio e c'è voluta una notte per riportare la normalità. Nel frattempo, il Comune ha attivato il COC (6), il Centro Operativo Comunale con cui ha pre-



stato aiuto, di concerto con Vigili del Fuoco, forze dell'ordine, Protezione Civile e chi ne avesse necessità, ma non si è potuto evitare, ad esempio, che le 'Ferrari' posticipassero di un giorno la seconda giornata delle prove di maturità, come disposto dalla Provincia.

Droga e armi sulle strade: i Carabinieri di Casalgrande denunciano otto persone

Maxioperazione, sulle strade di Casalgrande, dei carabinieri della Compagnia di Reggio Emilia che lo scorso fine settimana, nel corso di un servizio notturno, hanno

controllato 165 persone e 128 automezzi sequestrando 7 grammi di droga, un coltello a roncola e uno a farfalla. Otto le denunce.

Sassuolo: si finge Avvocato e truffa un'azienda scandinava

Incorniciata, in bella mostra sul sito internet del suo studio legale, aveva la "laurea in giurisprudenza", ma non era un avvocato bensì un truffatore. Il finto legale è riuscito a intascare 10mila euro aggirando un'azienda di Scandiano che si era rivolta a lui per risolvere alcune controversie. Il titolare dell'azienda, accortosi della truffa, ha presentato denuncia.

Pronto Intervento Sociale: 200mila euro per l'Unione dei Comuni del distretto

Per il pronto Potenziare il coordinamento tra gli operatori del pronto intervento sociale e l'attività dei servizi interni dell'Unione, quali la tutela minori, il centro antiviolenza e i servizi sociali negli orari ordinari di servizio, nonché con gli altri soggetti della rete come le strutture sanitarie e le strutture di accoglienza per garan-

tire prassi condivise e protocolli operativi. E' quanto contenuto nel progetto dell'Unione del distretto ceramico che ha recentemente ottenuto un finanziamento di quasi 200mila euro dal Fondo sociale europeo nell'ambito del Programma operativo nazionale sull'inclusione, con lo scopo, tra l'altro, di incrementare le risorse di prima accoglienza offerte dalla rete territoriale attraverso convenzioni con altri soggetti del terzo settore e l'acquisto di soluzioni alloggiative per adulti e nuclei in condizione di emergenza.
(Paolo Ruini – Stefano Fogliani)

MINERAL
Dal 1988 tradizione e innovazione

Materie prime per ceramica:
Ricerca e sviluppo
Controllo Qualità
Logistica
Stoccaggio

Mineral s.r.l.

Via Aldo Moro 20, 41043 Formigine (Modena) - Italia - Tel. (+39) 059 578911 - Fax (+39) 059 578991 http://www.mineral.it - E-mail: info@mineral.it

Sassuolo Calcio: la stagione più lunga di sempre comincia col botto: debutto contro la Juventus

Ufficializzato il calendario del campionato più lungo di sempre: si comincia a Ferragosto e si finisce a giugno, con sosta mondiale che ferma la serie A per 50 giorni. I neroverdi cominciano da Torino e finiscono, 290 giorni dopo, al Mapei Stadium contro la Fiorentina

Vuole il luogo comune che 'le grandi meglio incontrarle subito' mentre 'le neopromosse partono forte, ed è meglio evitarle'. Vuole un altro luogo comune, invece, che 'prima o poi vanno incontrate tutte'. Mica vale la pena farci troppo caso, allora, al calendario, se non per sottolineare come ai neroverdi tocchi, a Ferragosto, un debutto col botto, in casa della Juventus e che quella dell'Allianz Stadium – dove il Sassuolo vinse la stagione scorsa, tra lo stupore dei più – non sia l'unica strettoia che il campionato – il decimo in A dei neroverdi – riserva alla squadra di Alessio Dionisi. Il quale ha già affidato ai canali ufficiali del club neroverde le proprie opinioni in proposito, mettendo l'accento su «un avvio impegnativo» e soprattutto sulle incognite di una stagione anomala, spezzata in due complice il mondiale quatarota. «Si tratterà di modulare la preparazione alla luce di una sosta così lunga», ha detto il tecnico neroverde, che tra l'altro avrà altre gatte da pelare nel gestire gli umori dei suoi giocatori, richiestissimi sul mercato ma ancora tutti neroverdi, che per quattro giornate andranno in campo a mercato ancora aperto. «E questa – ha ammesso – è un'altra variabile: non aiuta a portare equilibrio nella squadra, a concentrarsi durante la settimana perché nel frattempo le chiacchiere prima e dopo le partite vanno avanti a discapito della concentrazione». Ma diamoci un'occhiata, al calendario, e studiamone le insidie, anche se oggi mica è detto che per allora saranno tali. Quello che non sfugge è come il 'cervellone' della Lega, nel distribuire gli impegni



La Juventus (andata ad agosto, ritorno ad aprile)



Il Milan campione d'Italia al Mapei Stadium alla 5ª giornata



Contro l'Inter a ottobre in casa, a maggio al 'Meazza'



I 'derby' con il Bologna a novembre e maggio

dei neroverdi, consegna loro, nelle prime cinque giornate, due big (la già citata Juventus e il Milan) e due neopromosse (Lecce e Cremonese) aggiungendoci lo Spezia. Un avvio chissà quanto abbordabile, tuttavia, è solo il primo ostacolo da schivare. Alla maxi-sosta di metà novembre il Sassuolo arriva con un tour de force da 7 gare in poco più di un mese che sciorina

Inter in casa e Atalanta in trasferta tra 9 e 16 ottobre, il Napoli 15 giorni dopo e poi la Roma, tre giorni prima che il derby contro il Bologna chiuda la prima 'tranche' della stagione, consegnandolo a ripresa, quando sarà già il 2023, tutt'altro che morbida. Tra metà gennaio e metà febbraio, in cinque giornate ecco il Lazio in casa, poi il Milan (a San Siro) e l'Atalanta

(a Reggio) l'una dietro l'altra e il 19 febbraio Sassuolo-Napoli. La Juve arriva a Reggio a metà aprile, prima di un maggio che si annuncia rovente (Lazio e Inter in trasferta) e un finale con Bologna, Sampdoria e Fiorentina, in mezzo alle quali il calendario piazza – terz'ultima giornata – il rinato Monza dell'immortale Silvio Berlusconi. (S.F.)

Lunedì via alle 'grandi manovre'

Il Sassuolo ricomincia a lavorare il 4 luglio: tra campo e mercato sarà un'estate non priva di sorprese

Vacanze finite per il Sassuolo Calcio. La squadra di Alessio Dionisi si ritrova lunedì 4 luglio per cominciare le 'grandi manovre' in vista della prossima stagione. Ritiro a Vipiteno Racines, in Alto Adige, dal 6 al 22 luglio e quattro amichevoli in programma il 10 Luglio contro i dilettanti del Real Vicenza, il 16 contro i cechi dello Jablonec e il 21 Luglio contro il Sudtirolo neopromosso in Serie B. In programma anche un'amichevole internazionale contro i francesi del Reims il 31 luglio. Al netto del tanto che potrà succedere sul mercato da qui al prossimo 31 agosto, vale la pena notare come il gruppo che si ritrova agli ordini di Dionisi sarà, di fatto, lo stesso che ha fini-



I giocatori del Sassuolo durante un allenamento

to la stagione scorsa. Senza Peluso e senza Magnanelli (il primo ha lasciato il Sassuolo, il secondo ricomincia dai quadri tecnici neroverdi dopo avere smesso con l'at-

tività agonistica) ma con, in più, l'attaccante uruguayano Agustin Alvarez, classe 2001, acquistato dal Penarol. Altro, tuttavia, in casa neroverde succederà: come

noto le big puntano i gioielli neroverdi (su Scamacca diversi club esteri, per Berardi ci sono Juve e Milan, su Traore ancora i rossoneri, poi Frattesi piace alla Roma e Raspadori piace a tutti) ma quella neroverde è bottega carissima (Scamacca, per dire, viene valutato 40 milioni, cifra cui pochissimi club possono arrivare) e non è detto che se ne vadano tutti, anzi. Fin qua il Sassuolo ha comprato (Alvarez, appunto), piuttosto che vendere, ma l'idea è che almeno un paio di big partiranno: da come il Sassuolo li sostituirà si capirà che tipo di stagione potranno fare i neroverdi. Per capirlo adesso, che Sassuolo sarà il prossimo, serve la palla di cristallo. Della quale siamo sprovvisti. (S.F.)

IL CALENDARIO

La decima stagione neroverde in A

Tutti gli impegni della squadra di Alessio Dionisi

Il campionato comincia il fine settimana di Ferragosto e finisce a giugno 2023. Oltre a quella per il Mondiale (da metà novembre a gennaio) le altre soste sono a fine settembre e a marzo. Turni infrasettimanali, invece, il 31 agosto, il 9 novembre, il 4 gennaio e il 3 maggio.

ANDATA. 1ª giornata (14 agosto) Juventus-Sassuolo; 2ª giornata (21 agosto) Sassuolo-Lecce; 3ª giornata (28 agosto) Spezia-Sassuolo; 4ª giornata (31 agosto) Sassuolo-Milan; 5ª giornata (4 settembre) Cremonese-Sassuolo; 6ª giornata (11 settembre) Sassuolo-Udinese; 7ª giornata (18 settembre) Torino-Sassuolo; 8ª giornata (2 ottobre) Sassuolo-Salernitana; 9ª giornata (9 ottobre) Sassuolo-Inter; 10ª giornata (16 ottobre) Atalanta-Sassuolo; 11ª giornata (23 ottobre) Sassuolo-Hellas Verona; 12ª giornata (30 ottobre) Napoli-Sassuolo; 13ª giornata (6 novembre) Empoli-Sassuolo; 14ª giornata (9 novembre) Sassuolo-Roma; 15ª giornata (13 novembre) Bologna-Sassuolo; 16ª giornata (4 gennaio) Sassuolo-Sampdoria; 17ª giornata (8 gennaio) Fiorentina-Sassuolo; 18ª giornata (15 gennaio) Sassuolo-Lazio; 19ª giornata (22 gennaio) Monza-Sassuolo.

RITORNO 20ª giornata (29 gennaio) Milan-Sassuolo; 21ª giornata (5 febbraio) Sassuolo-Atalanta; 22ª giornata (12 febbraio) Udinese-Sassuolo; 23ª giornata (19 febbraio) Sassuolo-Napoli; 24ª giornata (26 febbraio) Lecce-Sassuolo; 25ª giornata (5 marzo) Sassuolo-Cremonese; 26ª giornata (12 marzo) Roma-Sassuolo; 27ª giornata (19 marzo) Sassuolo-Spezia; 28ª giornata (2 aprile) Sassuolo-Torino; 29ª giornata (8 aprile) Hellas Verona-Sassuolo; 30ª giornata (16 aprile) Sassuolo-Juventus; 31ª giornata (23 aprile) Salernitana-Sassuolo; 32ª giornata (30 aprile) Sassuolo-Empoli; 33ª giornata (3 maggio) Lazio-Sassuolo; 34ª giornata (7 maggio) Sassuolo-Bologna; 35ª giornata (14 maggio) Inter-Sassuolo; 36ª giornata (21 maggio) Sassuolo-Monza; 37ª giornata (28 maggio) Sampdoria-Sassuolo; 38ª giornata (4 giugno) Sassuolo-Fiorentina.

ALL FOR TILES

**MAGGIO 2023
MODENA FIERE**

DETTAGLI, SOLUZIONI, IDEE PER L'INDUSTRIA CERAMICA

Ceramicanda srl - Veggia di Casalgrande (RE) - tel 0536.990323 - redazione@ceramicanda.com - allfortiles.it

allfortiles.it

evento a cura di

CERAMICANDA

Niente pioggia, in secca anche i fiumi più importanti. Piave, governo ladro...

Drastiche misure antispreco contro la siccità. Evidentemente le politiche energetiche e infrastrutturali non hanno portato acqua al nostro mulino. ...

Ottima idea quella di non dipendere più dagli altri in materia energetica, cercando fonti di gas anche in Italia. Tanto noi la guerra la possiamo fare solo contro noi stessi.

La linea politica di Di Maio era ormai incompatibile con il Movimento Cinque Stelle. La prima conseguenza è che adesso Di Maio è alleato dei Cinque Stelle al governo.

I russi hanno catturato soldati del famigerato battaglione Azov. Anche se non è facile, la prigionia potrebbe farli diventare ancora più nazisti – nel caso potranno essere assunti in uno dei battaglioni meglio pagati di Putin.



Cinque Stelle, alla fine Di Maio si è riunito e ha espulso Di Maio.

E' partito l'hashtag "Adesso bhashtag".

Ma è già fermo.

Solo adesso Iva Zanicchi rivela di non avere mai conseguito il diploma di maturità: "Sono intelli-

gente di mio", ha detto, spiegando che non lo aveva mai detto prima perché la cosa le procurava un certo complesso di inferiorità. "Ma poi mi sono detta 'Che imbecille che sono!'. Un'imbacillità che è stata riconosciuta da una intelligenza di suo.

Zelenski: "Ci servono armi ed equipaggiamenti moderni". E invece l'Unione Europea continua a fargli arrivare materiale militare anche dall'Italia.

Gli scienziati che l'anno scorso avevano affermato "Dovremo conviverci"... si riferivano al Covid o a Di Maio?

Roberto D'Agostino, anni fa, preannunciò la crea-

zione di una fondazione chiamata "Dove andremo a finire". Sapete dove sia finita?

"Sputare nel piatto in cui si mangia" è una locuzione connotata in modo assolutamente negativo. Esprime invariabilmente disprezzo. Ma la cosa meriterebbe una certa riflessione. Tanto per cominciare, nell'ingestione il cibo deve comunque combinarsi con la nostra saliva. E poi sono sempre io che lo mangio – mica lo cedo ad altri.

In ogni caso ciò che più conta è che, in realtà, a meritare il vero disprezzo è colui che sputa nel piatto in cui vorrebbe, ma non riesce, a mangiare.

(Massimo Bassi)



DIRETTORE RESPONSABILE
ROBERTO CAROLI
carocaroli@ceramicanda.com

DIREZIONE, AMMINISTRAZIONE
Ceramicanda srl, via De Amicis 4
42013 Veggia di Casalgrande (RE)
tel.0536990323 - fax 0536990402

REDAZIONE IL DSTRETTO
via De Amicis 4
42013 Veggia di Casalgrande (RE)
tel.0536822507 - fax 0536990450
redazione@ceramicanda.com

REDATTORI
Stefano Fogliani, Daniela D'Angeli

COLLABORATORI
Edda Ansaloni, Enrico Bertoni
Paolo Ruini, Claudio Sorbo,
Massimo Bassi

EDITORE
CERAMICANDA SRL
Pubblicazione registrata presso il
Tribunale di Reggio Emilia al n°1202 in
data 05/12/07

PUBBLICITÀ
Ceramicanda srl, via De Amicis 4
42013 Veggia di Casalgrande (RE)
tel.0536990323 - fax 0536990402
redazione@ceramicanda.com

IMPAGINAZIONE
gilbertorigli.com

STAMPA
I.G.E.P. srl- CREMONA

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 42013 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

www.ceramicanda.com

tg Dstretto
l'informazione ceramica
tutti i giorni
dalle 12.00 su
ceramicanda.com

CERAMICANDA

Scarica la App CERAMICANDA

GET IT ON Google Play | Download on the App Store

Designed to Perform.

creadigit
INFINITY

Il futuro della decorazione ceramica passa da **Creadigit Infinity**, la nuova stampante digitale dotata di una potenza di calcolo mai vista prima. Grazie a **CoreXpress**, la piattaforma di ultima generazione, le informazioni chiave, utili alla riproduzione dell'immagine sulla superficie ceramica, vengono scambiate ed elaborate in tempo reale con sofisticati processori e una fitta rete di sensori. Più flessibilità, più variabilità con **12 barre** e gestione di testine differenti su ogni singola macchina con **risoluzione fino a 600 dpi**. Verso il massimo livello di performance.

Scopri di più su systemceramics.com

SYSTEM
Ceramics
a coesia company