CERAMICANDA

MAGAZINE

UOMINI | AZIENDE | ECONOMIA | MERCATO | PROGETTI

147 MAGGIO - LUGLIO 2022

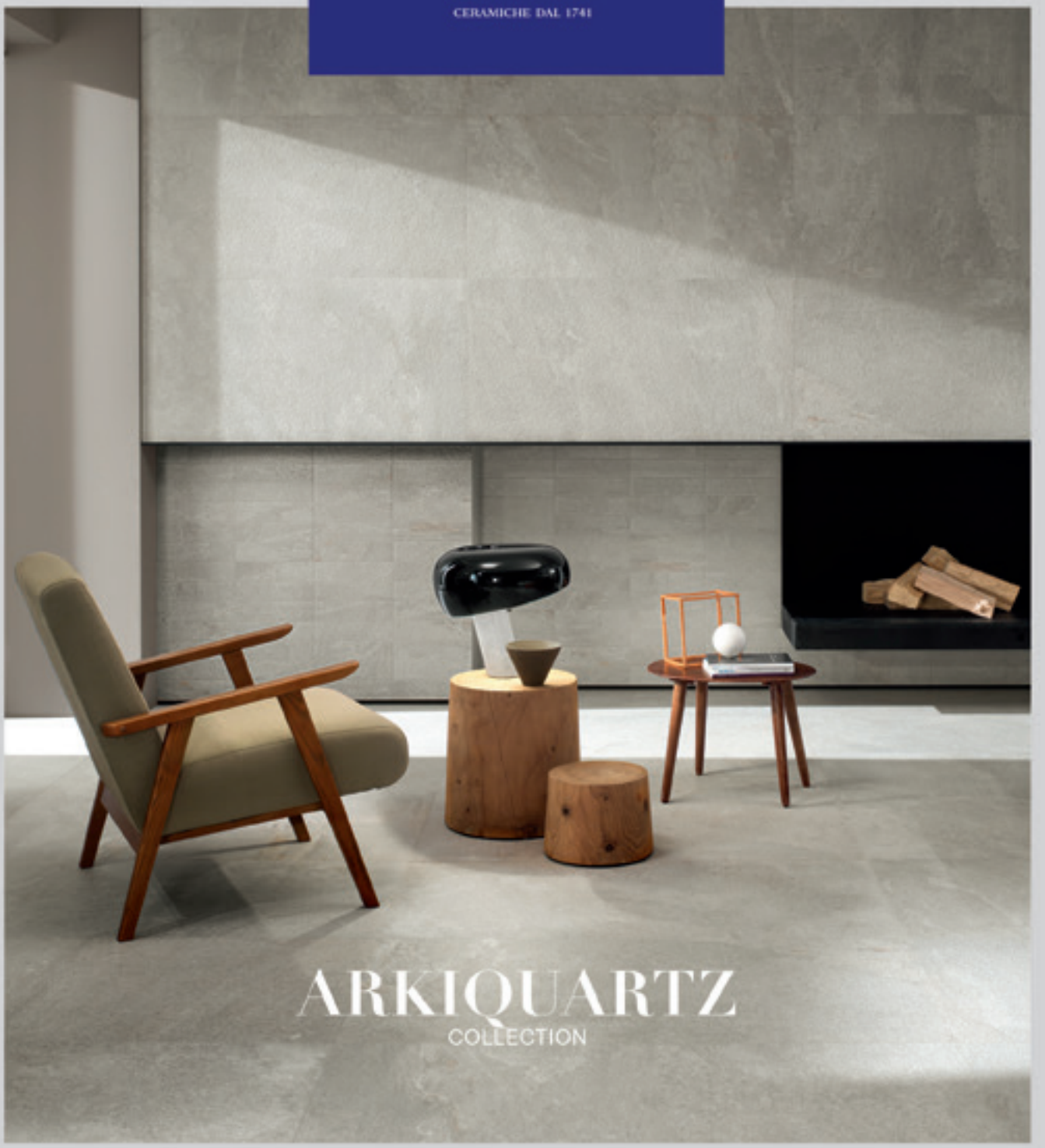
MERCATO
Un settore ancora in forte crescita

ECONOMIA
La sfida degli extracosti alla redditività delle imprese

DESIGN WEEK
La ceramica a Milano, tra estetica e innovazione

MARCA CORONA

CERAMICHE DAL 1741



Founded way back in 1741, Marca Corona is the oldest Italian porcelain tile manufacturer company in the Sassuolo district. Marca Corona today proposes porcelain stoneware floor and wall tiles and white-body wall coverings that are able to combine the highest technical performance with irresistible looks.

www.marcacorona.it

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

45GRADI

Promosso da
CONFINDUSTRIA CERAMICA

In collaborazione con
Bologna Fiere

Organizzato da
EdiCer SpA

Con il supporto di

EDITORIALE

Nonostante tutto nessuno vuole scendere da questo mondo

di Roberto Caroli
carocaroli@ceramicanda.com

Mentre questa rivista veniva consegnata alle rotative Gazprom ha fatto ripartire il gasdotto Nord Stream, quello che garantisce le maggiori forniture di gas all'Europa, fermato per diverse settimane per lavori di sostituzione della turbina difettosa. La sua ripartenza fa si che tutto quello che i giornali stanno scrivendo in questi giorni, la preoccupazione che aleggia sui quotidiani, è servito solo a rovinare le meritate vacanze degli italiani, almeno a coloro che ancora leggono i giornali sotto l'ombrellone. Compresi gli imprenditori dei settori di acciaio, vetro, carta, ceramica, gli energivori che fagocitano gas più di altri nei confronti dei quali, se le previsioni dei ministri economici di Francia e Germania si riveleranno fondate, verranno razionate le forniture della preziosa materia prima, per usare un eufemismo, con la conseguente chiusura degli impianti produttivi. A nulla varranno i contratti sottoscritti illo tempore con i vari broker, chiusi a chiave in cassaforte dagli imprenditori della ceramica: quando il rubinetto non viene aperto, rimane chiuso per tutti. C'è da augurarsi che Gazprom mantenga la parola data, che continui in pompa magna a trasportare gas verso l'Europa, altrimenti saranno dolori. Già le quotazioni di oggi sono allarmanti: mentre scrivo tocca quota 1 euro e 70 al metro cubo e francamente, dovessero rimanere tali, la vedo grigia per tutte le ceramiche che producono formati tradizionali. Diversa è la situazione per coloro che sfornano lastre e prodotti ad alto valore aggiunto, sui cui listini potranno più facilmente essere trasferiti gli aumenti considerevoli delle materie prime, su tutte il gas. Perché a quest'ultima voce si

aggiungono gli aumenti delle argille, dei feldspati, dei materiali per l'imballaggio, dei trasporti, degli smalti; per non parlare degli ETS, che rimangono in vigore nonostante la traballante transizione energetica ed ecologica: in tutto il mondo si riaprono le centrali a carbone e qui si continuano a pagare le emissioni di Co2! Se il prossimo inverno verremo costretti ad abbassare i termosifoni, a fare meno docce e con acqua tiepida; se ai comuni verrà imposto di spegnere l'illuminazione pubblica, di abbassare la temperatura in uffici e scuole, nulla potranno fare i capitani d'impresa se non spegnere atomizzatori, essiccatoi e forni, e mandare a casa i loro lavoratori. Tra pochi giorni per molti nel distretto ceramico cominceranno le meritate vacanze, e tutto saranno tranne che spensierate, perché l'idea di ritornare al lavoro e trovare le fabbriche chiuse è più che una preoccupazione, è una realtà tutt'altro che esclusa. E' inutile che ci giriamo intorno! Sarebbe bello svegliarsi domani mattina e scoprire che è stato solo un brutto sogno, che il Covid è un incubo notturno figlio solo di un'anomala e abbondante abbuffata serale; oppure prendere atto al risveglio che la guerra in Ucraina è solo la trama di un film di Tarantino passato in tv; rendersi conto che il bassissimo livello qualitativo dei nostri politici, in generale quelli che da anni mandiamo in Europa e in giro per il mondo, altro non sono che figure di un nuovo gioco per ragazzi. Purtroppo è tutto vero, è il nuovo mondo dal quale nessuno, nonostante tutto, vuole però scendere. E allora giriamo insieme a lui e godiamoci il meritato riposo! Buone vacanze a tutti, cari lettori!

CERAMICANDA

Anno XXII - Numero 147 - MAGGIO - LUGLIO 2022
(Chiuso in tipografia il 21/07/2022)

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

DIRETTORE RESPONSABILE
Roberto Caroli
carocaroli@ceramicanda. com

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

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

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

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

PROGETTO GRAFICO
AdverCity.it

IMPAGINAZIONE
gilbertorighi.com

IMMAGINE DI COPERTINA
Elena Pellesi

STAMPA E CONFEZIONE
Grafiche MDM

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

CERAMICANDA
COMMUNICATION PROPOSALS

CERAMICANDA TV
il Dstretto FREEPRESS
ALL FOR TILES FIERA + ON THE ROAD
ECCE TILE evoluzioneceramica WEB

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

SOMMARIO

2 **Editoriale**
Nonostante tutto nessuno vuole scendere da questo mondo

7 **Mercato Italia**
La ceramica italiana ancora in crescita

11 **Economia**
L'impatto degli extracosti sulla redditività delle imprese

14 **Mercato USA**
Negli Stati Uniti, per il Made in Italy, è sempre primavera

16 **Il ricordo**
Addio al patron di Litokol Luciano Cottafavi

19 **Milano Design Week**
Le superfici ceramiche tra estetica e design

31 **Progetto**
La Fabbrica e AVA per il Ristorante-Hotel Kole

35 **News aziende**
Prodotti e produttori

38 **Eventi**
La 35ma edizione del Premio Lucchese

PRIMO PIANO
22 – Italgraniti Group
24 – Atlas Concorde
26 – Refin
28 – Ceramiche Ragno
40 – Casalgrande Padana

42 **Grazie per averci scelto**

Human Design

Da oltre ottantacinque anni progettiamo ceramiche in cui tecnica e innovazione sono al servizio delle persone.
Perché il vero design nasce sempre attorno alle emozioni di chi lo vive.
marazzi.it

NEL RISPETTARE IL MONDO, FACCIAMO LA NOSTRA PARTE

Essere sostenibile è la condizione naturale della ceramica, ma produrla in modo sostenibile è una scelta: la nostra.

Casalgrande Padana interpreta il ruolo di player internazionale nel mercato della produzione ceramica facendosi carico della responsabilità che da questo ruolo deriva.

Con un processo produttivo a ciclo chiuso, certificazioni di settore, politiche energetiche e innovazioni di prodotto, le ceramiche Casalgrande Padana sono il perfetto punto di incontro tra estetica, qualità della vita e rispetto.

casalgrandepadana.com

CASALGRANDE PADANA

THE GREEN WAY TO PAVE

La ceramica italiana ancora in crescita

a cura di Stefano Fogliani

Fatturato a 6,2 miliardi (+15,4% sul 2019), produzione oltre i 435 milioni di metri quadrati. Ma gli extracosti preoccupano...

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.

I dati 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 miliardi 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.

Le marginalità

In questo contesto hai un bel da rivedere i listini: «la possibilità di trasferire sui prezzi questi aumenti – 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».

Giovanni Savorani confermato Presidente

Terzo mandato per l'imprenditore faentino

Ampiamente annunciata, è stata confermata nel corso dell'Assemblea di Confindustria Ceramica tenutasi a metà giugno la rielezione di Giovanni Savorani alla Presidenza di Confindustria Ceramica. Terzo mandato, dunque, per l'imprenditore faentino, fondatore e Presidente di Gigacer, confermato alla presidenza dell'associazione per il biennio 2022 – 2023 con il 99,6% dei voti validi. L'Assemblea ha anche confermato i cinque vicepresidenti: Augusto Ciarrocchi, Luigi Di Carlantonio, Franco Manfredini, Filippo Manuzzi ed Emilio Mussini.

Poetry Stone collection ABK, brand of ABK GROUP Industrie Ceramiche S.p.A. abk.it

paola navone

for

ABK

L'impatto degli extracosti sulla redditività delle imprese

Secondo Alfredo Ballarini «l'aumento dei prezzi dei fattori produttivi inciderà sull'EBITDA: tocca agli imprenditori trovare contromosse adeguate»

a cura di Roberto Caroli

Alfredo Ballarini

L'allarme sull'impatto che gli extracosti avranno sulla redditività delle imprese ceramiche lo ha lanciato Giovanni Savorani, presentando i dati di settore all'assemblea annuale di Confindustria Ceramica: abbiamo voluto capirne di più, e abbiamo interpellato Alfredo Ballarini, titolare di uno studio di finanza aziendale che da anni studia i bilanci delle imprese di casa nostra, che evidenzia come la congiuntura andrà inevitabilmente a farsi sentire sull'EBITDA, «che sarà inevitabilmente influenzato dai costi energetici. «Dobbiamo pensare all'impresa al suo bilancio come ad una scacchiera, i pezzi sono limitati ma le mosse possibili sono infinite»

Con quale scenario all'orizzonte?

«Dipende da che strategie adotteranno le imprese, Tornando alla scacchiera, possiamo dire che sono aumentati il gas, il petrolio, l'energia, i costi di produzione, e quindi i 'neri' hanno già mosso. Adesso tocca ai 'bianchi', ovvero gli imprenditori, rispondere con contromosse adeguate»

Le contromosse sono possibili, quindi...

«La prima voce che viene influenzata nel bilancio dagli extracosti è il valore aggiunto, che tende a diminuire con i costi che crescono. Ma sotto al valore aggiunto, e prima dell'Ebitda ci sono i dipendenti, che sono un po' come gli alfieri sulla scacchiera, difendono il loro re. Passa anche dal loro lavoro, oltre che dalle strategia d'impresa, il

L'EBITDA, acronimo di Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation e' una misura ampiamente utilizzata nel calcolo dei flussi di cassa per l'impresa. Rappresenta una misura di margine operativo lordo e consente di verificare se la societa' realizza profitti positivi dalla gestione ordinaria. Si ottiene rielaborando le voci di Conto Economico nel seguente modo: Fatturato - Costo del venduto = EBITDA (o Margine Operativo Lordo).

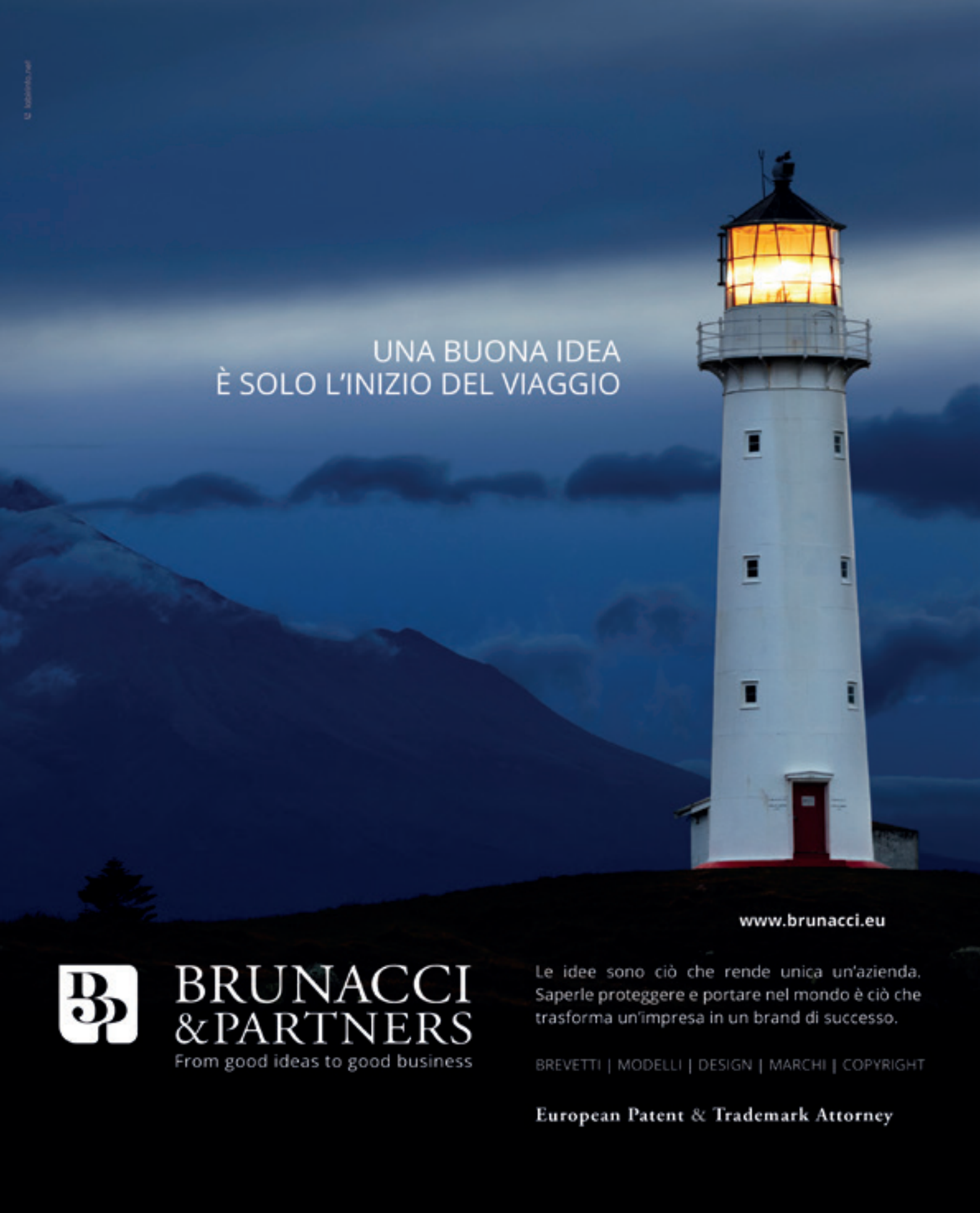
contrasto al calo del valore aggiunto. Chi vende dovrà rendere possibili gli aumenti di listino, chi produce dovrà riorganizzare i processi per ottimizzare i costi»

Se oggi classificassimo le aziende ceramiche in tre gruppi, ovvero le grandi con produzioni ad alto valore aggiunto tipo le grandi lastre, le medie e le piccole che ancora producono solo formati tradizionali, cosa potremmo aspettarci dai loro bilanci?

«Io non guardo le imprese dal punto di vista industriale, ma dal punto di vista economico finanziario . E'chiaro che quelle con il prodotto di alta gamma hanno anche un valore aggiunto maggiore e potrebbero avere un sacrificio in termine di redditività inferiore a quelli che hanno un prodotto 'basso'. Quindi ripeto torniamo al discorso della scacchiera: ad ogni mossa corrisponde una contromossa, poi è ovvio che le strategie dei grandi gruppi non saranno necessariamente le stesse dei produttori più piccoli, e quelle di chi produce materiali di alta gamma differiranno, nel metodo, da chi produce materiali più a rischio di diminuzione di valore aggiunto»

Dobbiamo aspettarci un calo? un pareggio? Ulteriori crescite? Ovviamente stiamo facendo previsioni, con tutto quel che ne consegue...

«Non sono in grado di fare previsioni, ma la sensazione è che l'EBITDA di molti players possa calare. Ma è, appunto, una sensazione, anche perché la domanda c'è, le vendite sono ok, e magari chi riesce a 'spostare' sul listini gli extracosti potrebbe sorprenderci con dati che non ti aspetti. Ma i conti vanno fatti anche sia sui cambi che sugli interessi passivi: non ci sono solo energie e materie prime a condizionare la redditività delle imprese, ma anche insidie finanziarie rispetto alle quali è comunque possibile 'coprirsi' in modo efficace per mettersi al riparo dalla volatilità che oggi condiziona i mercati».



BRUNACCI
&PARTNERS
From good ideas to good business

Le idee sono ciò che rende unica un'azienda. Saperle proteggere e portare nel mondo è ciò che trasforma un'impresa in un brand di successo.

BREVETTI | MODELLI | DESIGN | MARCHI | COPYRIGHT

European Patent & Trademark Attorney

Negli Stati Uniti, per il made in Italy, è sempre primavera

A maggio l'Italia balza al primo posto nelle esportazioni in USA: battuta, per la prima volta nel 2022, la Spagna

a cura della redazione

Donato Grosser

Non era mai successo e, anche se il dato annuale sui volumi continua a premiare la Spagna, tanto vale dar conto della circostanza, cui danno evidenza le statistiche che ci ha trasmesso Donato Grosser, abituale interlocutore di Ceramicanda quando si tratta di dare un'occhiata a quanto accade oltreoceano. A maggio, infatti, l'Italia è balzata al primo posto nelle importazioni di piastrelle di ceramica con

«L'Italia è cresciuta del 7% in volume in cinque mesi, mentre la Spagna è scesa del 5,8%: un calo senza precedenti»

3,4 milioni di metri quadrati, seguita da Spagna (2,9), Messico (2,7), India e Turchia (2,4) e Brasile. Le importazioni totali, in quel mese, sono state di 17,9 milioni di metri quadrati, il valore più alto registrato in questo 2022 che vede i produttori italiani ridurre progressivamente il gap con la Spagna, quanto a volumi, mentre come noto

Mohawk si prende Vitromex

Il colosso georgiano di espande in Messico: operazione da 293 milioni di dollari

Un investimento da oltre 290 milioni di dollari per un'operazione con cui Mohawk Industries procederà all'acquisto di ceramica Vitromex dal Grupo Industrial Saltillo (GIS). La transazione dovrebbe concludersi nella seconda metà del 2022 ed è soggetta all'approvazione degli azionisti di GIS, oltre che alle consuete approvazioni governative e alle condizioni di chiusura. Fondata nel 1967, 204 milioni di dollari di fatturato nel 2021, Vitromex ha costruito una posizione di leadership nel mercato ceramico messicano, che vale circa 1,7 miliardi di dollari. Mohawk, di contro, dopo aver chiuso il 2021 con ricavi oltre gli 11 miliardi di dollari ha chiuso il primo trimestre 2022 con ricavi netti per 3 miliardi di dollari e 245 milioni di utili. In particolare, la divisione Global Ceramic ha registrato un aumento di vendite del 14,5% e un margine operativo pari al 9,4%.

IMPORT USA - IL PODIO DEL 2022 (gennaio/maggio)							
milioni MQ	2021	2022	%	milioni USD	2021	2022	%
SPAGNA	17,1	16,11	-5,80%	**ITALIA**	**229,07**	**259,07**	**13,10%**
ITALIA	**12,82**	**13,72**	**7%**	SPAGNA	176,59	198,63	12,50%
MESSICO	14,75	13,01	-11,80%	MESSICO	96,42	99,85	3,60%

se si parla di valore non c'è partita. Da maggio a gennaio, infatti, la Spagna ha esportato 16,1 milioni di metri quadri, l'Italia 13,7, il Messico 12,9 e se i volumi premiano le 'baldosas', il fatturato consolida il primato dell'Italia, che schizza a ridosso dei 260 milioni di dollari, mentre la Spagna resta i 200 milioni e il Messico si ferma a 100. Il dato sul quale vale la pena riflettere, ad avviso di Grosser, è come «da gennaio a maggio le importazioni totali in metri quadrati siano diminuite del 4,4%», ma la flessione non abbia danneggiato i produttori di casa nostra, quanto piuttosto la concorrenza iberica.

«L'Italia – scrive Grosser - è cresciuta del 7%, mentre la Spagna è scesa del 5,8%: un calo senza precedenti che – aggiunge l'avvocato newyorchese - sarebbe da attribuire a forti aumenti del prezzo dei prodotti e delle spese di spedizione. I valori per metro quadrato premiano ancora la piastrella: Italia $ 23,86, Spagna $ 18,03, Messico $ 8,13, Turchia $ 9,26, India $ 9,02 e Brasile $ 8,59. Le tabelle sopra riportate sintetizzano un quadro di insieme 'ristretto' alle prime tre posizioni: la partita americana, del resto, la giocano soprattutto piastrelle e 'baldosas'. Ed è appena a metà.

Addio Luciano, fai buon viaggio

E' scomparso Luciano Cottafavi, patròn di Litokol: il ricordo del Direttore

a cura di Roberto Caroli

Luciano Cottafavi

Per ottenere il colore blu di un impasto ceramico è necessario l'impiego dell'ossido di cobalto nella sua formulazione; l'intensità, la luminosità, il tono di blu dipendono dalla quantità del prezioso pigmento utilizzato. Non so quanto cobalto abbia dovuto impiegare sua madre, di certo gli occhi di Luciano erano il frutto di una perfetta combinazione chimica: meravigliosi, espressivi, di un blu intenso che difficilmente si dimenticavano. Era un bell'uomo, Luciano Cottafavi... Garbato, gentile, misurato, mai sopra le righe, e ha lasciato questo mondo venerdì primo luglio, in punta di piedi come ha sempre vissuto. Luciano era un imprenditore illuminato e lungimirante, che portava con se la gavetta degli inizi quando, ragioniere di primo pelo, muoveva i primi passi nel settore ceramico ricoprendo il ruolo di commerciale. Solo successivamente si concentrerà sugli adesivi e sigillanti che servono alla posa delle piastrelle di ceramica, vedendo la sua intuizione premiata dal successo. Una scelta intelligente, che lo ha portato fuori dal campo di battaglia del mercato della ceramica, per approdare in quello, meno affollato, della posa: perché impazzire, perché inseguire, quando ce ne possiamo stare comodamente seduti sul muretto ad aspettare che il mercato cominci a chiedere di noi? Quando una superfice ceramica viene venduta, per la sua messa in opera è necessario passare anche da qui, dalla posa. È vero che anche nell'ambito dei sigillanti e adesivi per la posa esisteva, ed esiste tuttora, la concorrenza, ma in questo campo di battaglia ci sono meno eserciti schierati e c'è più spazio per tutti. Passo dopo passo Luciano Cottafavi ha costruito la sua carriera imprenditoriale senza mai bruciare le tappe, senza mai fare il passo più lungo della gamba, complice una saggezza ereditata dalla cultura contadina trasmessagli dalla sua terra, San Martino in Rio. Stiolo di San Martino in Rio, per la precisione, dove Luciano ha sempre abitato. Ora che la sua Litokol si estende a Rubiera su di un'unica via, occupandola quasi per intero, il cerchio della sua carriera si è chiuso come lui aveva desiderato: nel segno della continuità, ora che la figlia Daniela e quattro dirigenti soci, da lui coinvolti nell'azionariato in occasione di una cena di Natale, possono condurre in porto la nave anche senza il suo capitano sulla tolda di comando. Grazie a questa sua decisione di rara

la festa per i 50 anni di Litokol

lungimiranza e altruismo, ora i circa seicento dipendenti del gruppo, con unità produttive e commerciali in Russia, Armenia, India, Cina, Ucraina, e Grecia, hanno un futuro assicurato. Ricordo con piacere il viaggio che feci con lui e i suoi fidati collaboratori in Armenia, in occasione dell'inaugurazione dell'unità produttiva ai piedi del monte Ararat; rammento volentieri la festa del cinquantesimo di qualche anno fa, e ricordo benissimo l'entusiasmo con il quale Luciano mi comunicò l'ingresso di Litokol, oggi socio di maggioranza, in Estima. Ho visto Luciano l'ultima volta lo scorso febbraio, due mesi dopo avrebbe compiuto 80 anni: mi ricevette con la solita cordialità nel suo ufficio posto a piano terra della sede amministrativa e commerciale di Rubiera, parlammo come sempre di tutto, anche dell'intervento chirurgico che di lì a poco avrebbe dovuto subire, e anche in quell'occasione non mancò di suggerirmi, come faceva spesso, un valido ristorante di pesce. Luciano Cottafavi era un assiduo lettore de 'Il Dstretto', che teneva sulla sua scrivania in bella vista, e non perdeva una puntata televisiva di Ceramicanda. Quando sono andato a fargli visita per un ultimo saluto nella camera ardente allestita nella sua casa di Stiolo, la moglie mi si è avvicinata e mi ha detto che 'Luciano conservava un foglio nel cassetto del comodino con gli orari di messa in onda della sua trasmissione, e si raccomandava di essere svegliato in tempo per guardare il suo programma'. Fai buon viaggio, amico mio.

Pavimenti: Fulham Noble 16.5 cm x 150 cm, Bottega Mosa 120 cm x 120 cm / Rivestimenti: Royal Brown 58.8 cm x 150 cm

PORCELANOSA

La ceramica alla Design Week di Milano

Estetica e sostenibilità declinano le grandi superfici secondo i canoni della progettazione contemporanea e dell'interior design

a cura di Stefano Fogliani

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

Gli store milanesi dei brand ceramici si trasformano, in occasione della Milano Design Week, in autentici musei a cielo aperto. Nuove collezioni e allestimenti sorprendenti danno nuova dimensione tanto alle superfici ceramiche quanto agli spazi che le stesse 'vestono', confermando come la ceramica abbia preso pienamente possesso di una dimensione contemporanea che ne fa ora complemento di arredo, ora elemento di design, espediente ormai imprescindibile per il progetto contemporaneo che trova, nella settimana milanese del design, piena espressione. «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 hanno fa. Ed è proprio al mondo del progetto e dell'architettura d'interni che guardano, durante

L'allestimento ABK GROUP al Salone del Mobile

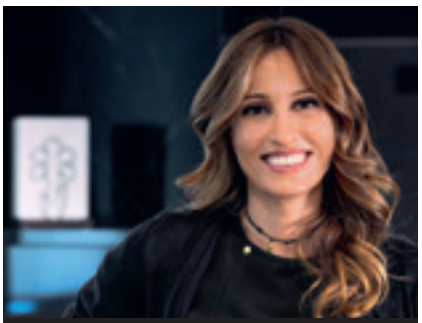
la settimana milanese, i brand del distretto presenti tra Salone e Fuorisalone. «La ceramica, declinata sull'architettura d'interni, conquista spazi crescenti, avvantaggiandosi sia della sua eccellenza tecnica che della possibilità di reinterpretare molteplici effetti», spiega **Alessandro Fabbri**, 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 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

Matteo Nunziati

Matteo Borsari

Alessandro Fabbri

Alberto Selmi


Federica Minozzi

Matteo Mussini

Allestimenti Florim per il Salone del Mobile (ph. Vanni Borghi)

l'occasione affidano agli architetti la lettura delle proprie produzioni. E' il caso di Ferruccio Laviani che, presso i chiostri di San Barnaba, reinterpreta 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».

La ceramica tra architettura e design

Due anni di stop non hanno condizionato più di tanto il Salone del Mobile. 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. 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. Fino a qualche tempo fa appuntamento troppo 'alto' per la piastrella, oggi la settimana milanese è mare che le superfici ceramiche navigano con bella disinvoltura e 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.

courtesy Salone del Mobile

Italgraniti Group sbarca al Fuorisalone

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»

a cura della redazione

Elisa Giacobazzi

«La presenza a Milano ci premette 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 materioteche, funzionali alla composizione di mix di prodotti e di moodborad e alla terrazza il cui allestimento, 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 soprelevate 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».

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

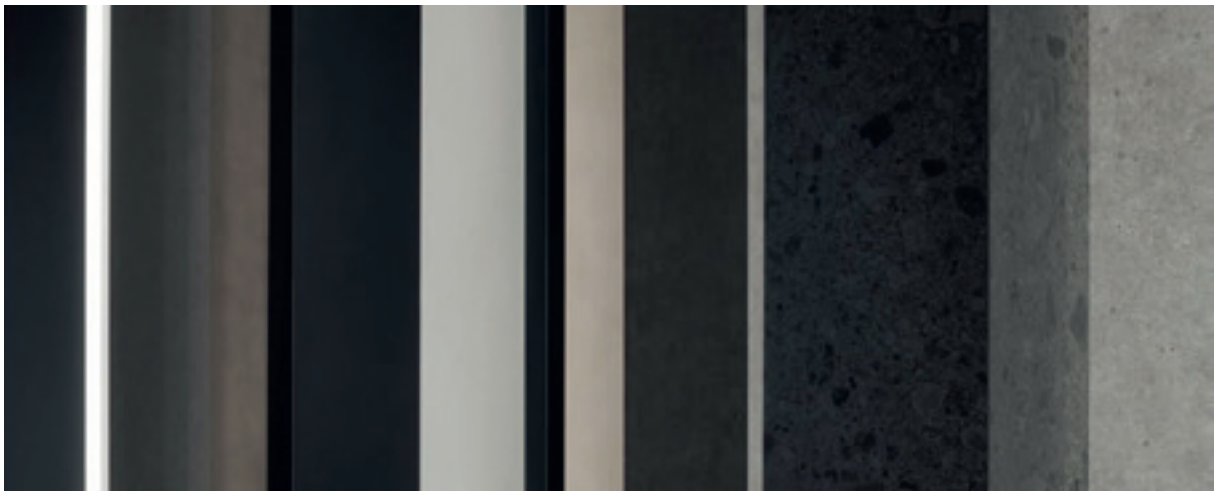
Anche in questo 2022 Italgraniti partecipa a **dOT- design Outdoor Taste**, vetrina d'eccezione per l'outdoor allestita d'eccezione in uno dei luoghi più iconici di Milano: il sagrato della storica basilica di San Marco a Brera. Vari settori dedicati all'outdoor living, ambienti piacevoli dove sostare, 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.

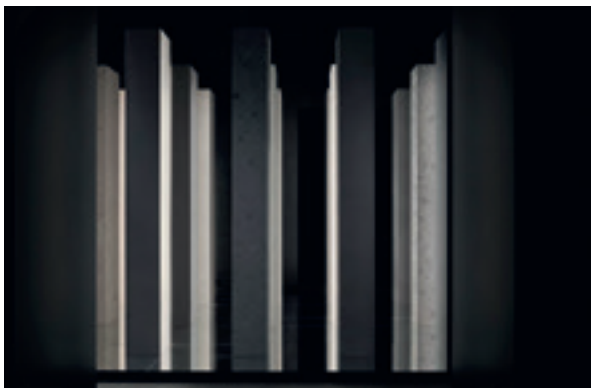
Atlas Concorde e Piero Lissoni presentano “Monoliti”

L’installazione, realizzata con le grandi lastre di Boost World, connette presente e futuro rielaborando in chiave contemporanea le forme archetipiche dell’architettura

a cura della redazione

Atlas Concorde si racconta attraverso “Monoliti”, l’installazione firmata da Piero Lissoni e realizzata con le grandi lastre del progetto Boost World. Un sistema di superfici effetto cemento, pietra e terra cruda affini per colori, finiture, formati e accomunate da una vocazione alla contemporaneità stilistica internazionale. Cuore dell’allestimento, realizzato presso Atlas Concorde Studio Milano, proprio Boost World, una raccolta di pavimenti in gres porcellanato e rivestimenti coordinati che consente ad architetti e designer di mixare effetti materici, cromie e texture, per soluzioni progettuali coordinate e complete in ogni destinazione d’uso. «Questi ‘Monoliti’ trasportano le forme archetipiche dell’architettura classica nel futuro grazie al gres porcellanato e al realismo grafico e stilistico che contraddistingue lo stile di Atlas Concorde», spiega Efrem





Grasselli, Marketing Director di Atlas Concore. Storia e contemporaneità, presente e futuro: le trame dei diciotto elementi verticali ed equidistanti che compongono l'allestimento tracciano una ideale linea di connessione tra l'essenzialità statuaria della forma primordiale e la possibilità di alterarne la percezione anche grazie ad una prospetticità garantita dal sapiente alternarsi di volumi e colori e dalle configurazioni led poste sulla base dei singoli monoliti. «Mettendo anche in evidenza – prosegue Grasselli - le molteplici soluzioni garantite da queste grandi lastre che hanno un'altezza di 278 centimetri e sono state tagliate e riassemblate in modo da esaltare la cifra estetica di questo sistema di superfici». Boost Word, nell'interpretazione di Piero Lissoni da un lato richiama le forme più elementari dell'architettura, dall'altra ne racconta il progresso, «facendo della materia – spiega l'architetto e designer- l'assoluta protagonista di un'evoluzione frutto di un'estetica dei volumi sempre più pura e definita da materiali e tecnologie». Le grandi lastre di Boost World, in questo senso, si sono dimostrate oltremodo funzionali a dare concretezza all'intuizione del designer milanese. «Parliamo – conclude lo stesso Lissoni – di superfici molto architettoniche e versatili. Abbiamo quindi lavorato sulla lastra intera cercando di non tagliarla, almeno in altezza, per rendere evidenti le sue caratteristiche materiche e funzionali». L'installazione, perfettamente in linea con il tema ('Tra spazio e tempo') che ha ispirato il Fuorisalone, mira anche ad interpretare i principi di sostenibilità ambientale, che da tempo Atlas Concorde traduce in scelte concrete lungo tutta la filiera produttiva attraverso la riduzione e il riciclo di scarti, il minore consumo di materie prime e l'abbattimento dei consumi energetici, per dare forma al presente salvaguardando il futuro.

Salone e Fuorisalone: Refin raddoppia

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

a cura della redazione

Rino Bedogni

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, tecnolo-

gica ed estetica, che vede il gres porcellanato incontrare l'arte e il design e che raccontano da una parte l'eccezionalità 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 elementi 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.

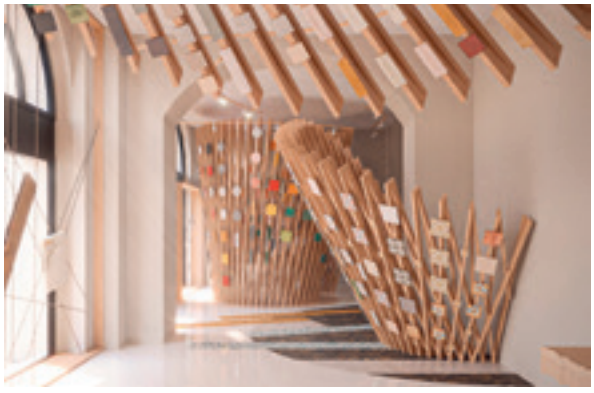
I nuovi spazi di Ceramiche Ragno a Milano

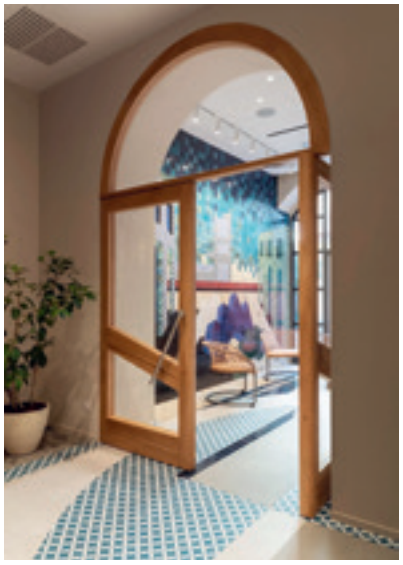
Nel suggestivo quartiere Porta Nuova, un nuovo spazio espositivo dello storico brand progettato da Benedetta Tagliabue

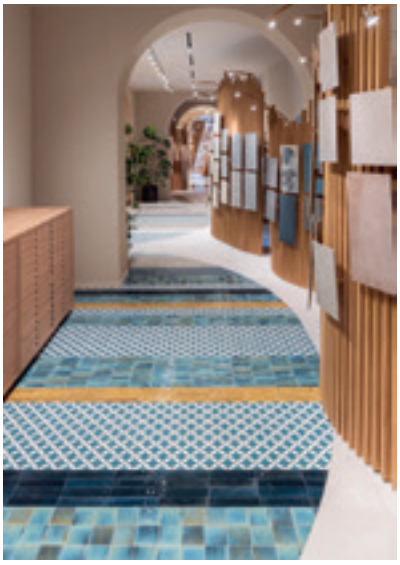
a cura della redazione

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 sistema 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







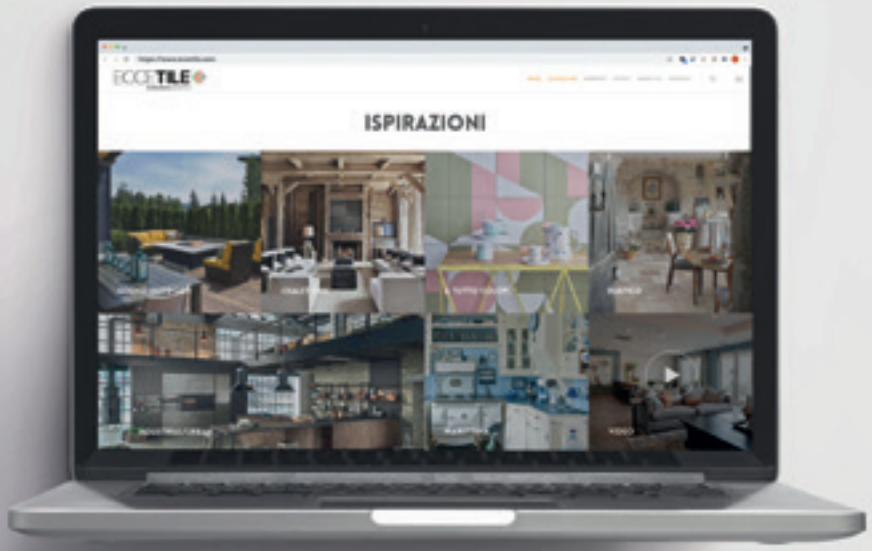
materiche differenti, dal legno al marmo, dal cemento alla pietra, in modo assolutamente armonico e naturale». Il tema musivo ritorna, in una delle sale affacciate sulla corte interna, con un omaggio a Giorgio De Chirico, ma tutto lo spazio Ragno, caratterizzato da un susseguirsi di archi che definiscono 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 progettisti 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».

ECCE TILE
evoluzioneceramica

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

ECCETILE.COM

IL PORTALE DEDICATO ALLE AZIENDE DI CERAMICA ITALIANE



per informazioni: tel. 0536.990323 - marketing@ceramicanda.com

CERAMICANDA

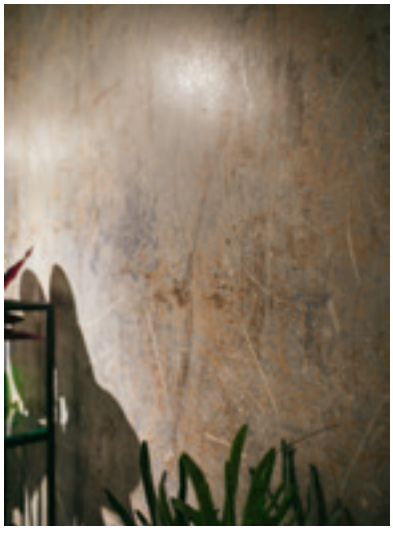
Tra classico e contemporaneo La Fabbrica e AVA per il Ristorante-Hotel Kole

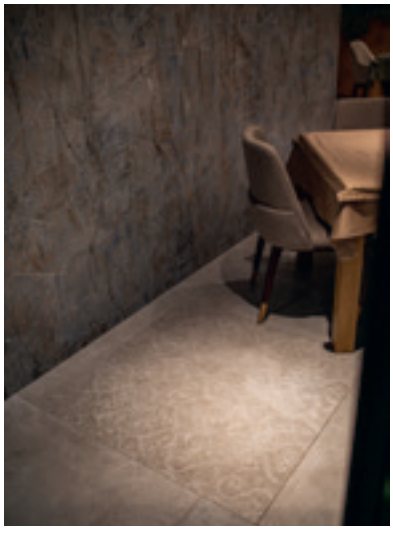
Un importante progetto di ristrutturazione ad opera di Primavera Studio vede protagonisti, in Sebia, i prodotti dei brand del Gruppo Italcer

a cura della redazione

In Serbia, il team di architetti e esperti di Primavera Studio ha sviluppato nel 2021 un importante progetto di ricostruzione e ristrutturazione del **Ristorante-Hotel Kole**. Design sofisticato, dal gusto industriale dove il soffitto aperto, nero opaco fa da sfondo a elementi dorati che si intrecciano. Un dettaglio che si ripete anche su alcune pareti divisorie, un chiaro rimando alla voglia di riconnettersi con il mondo dopo anni difficili, dove ognuno ha la possibilità di condividere il proprio tempo libero con gli altri.

Un mood industrial ma al contempo contaminato di materiali più tradizionali come i mattoni e altri naturali come il legno, ampiamente utilizzati per creare un'atmosfera calda e accogliente.
Attraverso i prodotti La Fabbrica, lo Studio Primavera ha saputo creare un mix sapiente di serie eterogenee, riuscendo a combinare insieme anche collezioni dalla forte personalità. Per il front bar e per i muri laterali dell'area ristoro, ad esempio, è stata selezionata SPACE, la serie effetto cemento a marchio La Fabbrica.





Il mix eclettico di fantasie geometriche delle cementine arancioni in 20x20 hanno dato un tocco distintivo al locale. Per la posa dei pavimenti dei bagni sono state utilizzate invece nella tonalità più scura per una nota di eleganza trendy.
Nella parte lounge del ristorante è stata scelta la serie SCRATCH, disegnata per il marchio AVA dagli architetti Doriana e Massimiliano Fuksas. Con le sue grandi lastre, il colore Light Graffiti è un prodotto contemporaneo, dal mood metropolitano che conferisce personalità allo spazio in modo originale.
I pavimenti sono stati posati con la serie PIERRES DES CHATEAUX ADVANCE®, una collezione che si giova di una tecnologia innovativa capace di proteggere gli ambienti rendendoli più salubri con un'igiene garantita 24 ore su 24. Essa contribuisce infatti ad eliminare virus, batteri e microorganismi nocivi e a contrastare l'inquinamento ambientale grazie alla presenza del 40% di materie riciclate.

ALE spa

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.

Ogni cliente per noi è speciale

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

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

ITALCER GROUP: IL PRIMO REPORT DI SOSTENIBILITÀ

La gamma ADVANCE® ottiene la certificazione MOCA: è idonea anche al contatto con gli alimenti

A cinque anni dalla sua nascita, il gruppo Italcer presenta il primo Report di Sostenibilità 2021, che fornisce una panoramica trasparente e dettagliata delle principali iniziative realizzate nel corso del 2021 e degli obblighi formali assunti dall'azienda per gli anni a venire. «Continuano – commenta il CEO Graziano Verdi – il nostro processo di crescita sostenibile e il nostro impegno per la creazione di valore condiviso». Il Gruppo ha definito i suoi obiettivi al 2023, basati su 6 pillars e raggiungibili attraverso 33 azioni concrete. L'impegno e l'attenzione verso l'ambiente hanno portato, a giugno 2020, al lancio di ADVANCE®, una nuova generazione di gres porcellanato in grado di contribuire ad eliminare sulle superfici ceramiche i coronavirus, i virus influenzali, i batteri, i microrganismi nocivi che di recente ha ottenuto la certificazione MOCA che ne attesta l'idoneità al contatto con gli alimenti. L'ottenimento della certificazione è trasversale a tutti i marchi del gruppo con prodotti ADVANCE® in gamma: Rondine, La Fabbrica ed Elios ed apre significative opportunità di sviluppo per l'utilizzo di questa tecnologia brevettata sia sui piani cucina sia per l'arredo in senso ampio.

LA BEI FINANZIA L'INNOVAZIONE DI PANARIAGROUP

Cinquanta milioni di euro a sostegno di un piano industriale teso a migliorare l'efficienza produttiva

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 negli stabilimenti italiani e, in parte, in due siti ubicati in Portogallo. Previsto l'acquisto di tecnologie e macchinari all'avanguardia, come nuovi sistemi per la pressatura, finitura e stampa digitale, nonché sistemi automatici di movimentazione dei materiali e forni di nuova concezione ad alto risparmio energetico, già predisposti per l'alimentazione a idrogeno, oltre a investimenti in ricerca e sviluppo su prodotti e processi. Queste tecnologie innovative permetteranno di utilizzare fonti rinnovabili (biocarburanti o idrogeno verde), in alternativa al gas metano e garantiranno, a progetto ultimato, una riduzione di emissioni nell'ordine del 15% rispetto ai macchinari attuali, con ulteriori riduzioni possibili dovuti all'utilizzo di combustibili rinnovabili quando diventeranno maggiormente accessibili sul mercato. «Questo finanziamento – ha detto Emilio Mussini, Presidente di Panariagroup - è un passaggio fondamentale e strategico per il nostro Gruppo».

UNA PARTNERSHIP TRA ENEL E LAMINAM

Una collaborazione che, attraverso un progetto pilota, accelera in modo deciso il percorso di elettrificazione e decarbonizzazione

Iniziative comuni nella generazione distribuita, ottimizzazione dei costi energetici, ma soprattutto un progetto pilota di elettrificazione integrale di un nuovo stabilimento attraverso l'innovazione impiantistica ed energetica nel processo di produzione: con il protocollo d'intesa siglato da Enel e Laminam nasce una collaborazione che accelera il percorso di elettrificazione e decarbonizzazione di un settore, quello ceramico, ad alto consumo di gas naturale. L'intesa mette a fattor comune l'esperienza, il know-how e lo spirito innovativo delle due aziende. «Laminam ha scelto da tempo la sostenibilità come guida del proprio modo di fare impresa – il comment di Alberto Selmi, CEO dell'azienda di Fiorano Modenese – e la partnership con Enel ci permetterà di incrementare l'utilizzo delle fonti rinnovabili e realizzare la progressiva elettrificazione dei siti produttivi».

CASALGRANDE PADANA SI AGGIUDICA IL RICONOSCIMENTO GREEN STAR 2022

Gli esiti della ricerca dell'Istituto Tedesco-Qualità e Finanza premiano la filosofia produttiva dell'azienda reggiana

L'Istituto Tedesco-Qualità e Finanza (Itqf) ha aggiornato al 2022 la ricerca *'Green Star'* il cui obiettivo è quello di certificare le aziende più sostenibili, includendo tra queste anche Casalgrande Padana. Itqf ha utilizzato il metodo del *social listening* e con una meticolosa ricerca ha raccolto oltre un milione di citazioni su social media, news, blog e portali riguardanti la sostenibilità ecologica (tutela dell'ambiente, fonti energetiche alternative, impronta ecologica e riciclaggio), la green economy (produzione nel rispetto dell'ambiente, commercio equo solidale e greenwashing) e la sostenibilità sociale (integrazione e inclusione, giustizia sociale, sicurezza sul lavoro, diritti umani, impiego sociale e divario salariale) in 2000 aziende. Il risultato è la più approfondita indagine sulla reputazione online in materia di sostenibilità in Italia. Che premia, appunto, la filosofia produttiva di Casalgrande Padana, da sempre orientata nell'incessante sforzo verso il raggiungimento di sempre migliori standard qualitativi, ottenuti grazie ad un'assidua ricerca applicata e all'impiego, lungo tutto il processo produttivo, di avanzate tecnologie di fabbricazione rapportate agli standard del massimo rispetto ecologico.

EMILGROUP LANCIA IL 'PROJECT AWARDS 2022'

Un contest per architetti e designer di tutto il mondo: iscrizioni entro fine agosto

Sono aperte le candidature per partecipare alla prima edizione dell'Emilgroup Project Awards 2022, il nuovo contest lanciato da Emilgroup volto ad assegnare un riconoscimento a progetti internazionali realizzati con le collezioni Emilgroup che si sono distinti per creatività, originalità e design. Un premio per i professionisti che scelgono l'eccellenza Emilgroup, e che incarnano e veicolano i valori di un gruppo solido, ancorato alla tradizione ma fortemente proiettato al futuro e all'innovazione, che mette sempre al centro la qualità, la creatività, la cura del dettaglio e l'unicità del proprio lavoro. Con questo concorso, pensato per architetti, designer e progettisti, l'azienda vuole valorizzare e rendere omaggio agli inventori delle creazioni architettoniche realizzate con i prodotti Emilgroup.
Il contest è diviso in quattro categorie (Ispirazione, Creatività, Prestigio, Evoluzione) e la premiazione è in programma il 26 settembre 2022 presso la sede Emilgroup a Fiorano Modenese.

DESIGN FOR FUTURE: 'LA CIUDAD DE LA PERICIA' VINCE IL CAESAR DESIGN FILM AWARD

Si è conclusa la terza edizione del concorso indetto da Caesar che vede cinema e ceramica insieme per portare l'innovazione nel mondo dell'architettura e del design

'La ciudad de la pericia' (City of the cunning, Messico) di Yesenia Novoa Rodrìguez è il corto vincitore della terza edizione del Caesar Design Film Award, il concorso indetto da Caesar nell'ambito dell'Ennesimo Film Festival di Fiorano Modenese per stimolare nuove forme di comunicazione in nome di una progettazione architettonica sempre più innovativa e sostenibile. I cinque membri della giuria hanno selezionato il corto messicano per la delicata ma intensa attenzione e per la sensibilità con cui ha raccontato il problema della mobilità sostenibile nelle grandi megalopoli, dove la mancanza di un valido lavoro politico e urbanistico ostacolano fortemente lo sviluppo di uno stile di vita che possa coniugare benefici personali con enormi vantaggi ambientali.

PER CHIMERA MENZIONE D'ONORE AL FRAME AWARD

Un altro riconoscimento per la collezione realizzata da Elena Salmistraro per Cedit

Chimera riceve la menzione d'onore al Frame Award, il premio ideato dalla rivista Frame per promuovere i progetti e i prodotti più interessanti nel panorama internazionale dell'architettura e del design. Il premio coinvolge ogni mese una giuria diversa, composta da figure di riferimento del mondo dell'interior design, dell'architettura ma anche istituzioni culturali e brand di rilievo. Ogni giurato è chiamato ad esprimere un voto pubblico da assegnare ai progetti candidati. Nella pagina che racconta la collezione è possibile vedere i voti attribuiti a Chimera di Elena Salmistraro che ha conquistato la giuria con voti molto alti e commenti di apprezzamento sulla progettualità della collezione e sugli aspetti di sostenibilità sociale e ambientale. Così Chimera rientra tra i 4 honourable mention dello scorso aprile, ovvero i progetti che hanno ricevuto i voti più alti a fianco del vincitore.

FLORIM: IL BILANCIO DI SOSTENIBILITA'

Il Gruppo guidato da Claudio Lucchese pubblica la XIV edizione del documento

Florim ha pubblicato la quattordicesima edizione del "Bilancio di Sostenibilità", il documento che descrive i risultati ottenuti nel 2021 sul piano economico, sociale e ambientale, presentando anche gli obiettivi in programma per il prossimo futuro. Questa edizione racconta del recente ingresso dell'azienda in Altagamma, la Fondazione che riunisce l'élite delle aziende italiane posizionate sull'alto di gamma e del proseguimento del progetto di internazionalizzazione che vedrà entro il 2023 l'apertura di Flagship a Los Angeles, Parigi, Roma e New York. A dieci anni dall'inizio della produzione di energia pulita, Florim ha formalizzato nel proprio statuto l'impegno ad attuare una progressiva evoluzione del modello di business verso un'economia a zero emissioni nette. Il profilo economico del 2021evidenzia un fatturato consolidato di oltre 480 milioni di euro ed un margine operativo lordo (EBITDA) di oltre il 25% – numeri che si attestano come i più alti nella storia dell'azienda. Gli ultimi cinque anni hanno visto investimenti per oltre 280 milioni di euro e 50 milioni di euro sono stati gli investimenti green dal 2011. In materia ambientale oltre alle 111.042 tonnellate di CO_2 non emessa dal 2012 si segnalano anche 12,8 milioni di litri di acqua piovana che nel corso del 2021 sono stati recuperati e riutilizzati nel processo produttivo. In ambito di responsabilità sociale merita attenzione il progetto di misurazione dell'impatto delle attività del *Centro Florim salute&formazione* sui medici, dipendenti e territorio. «Sono particolarmente orgoglioso – scrive il Presidente Claudio Lucchese nella lettera agli stakeholder - di potervi illustrare la strada che Florim ha percorso nell'ultimo anno. I brillanti risultati economico finanziari, la positiva reazione del mercato al nostro modo di fare impresa, il consolidamento dei valori in cui crediamo hanno reso possibili numerose iniziative: il cammino intrapreso porta l'azienda a distinguersi per qualità, sensibilità e bellezza».

La XXXV edizione del Premio Lucchese

Assegnate presso Florim Gallery le borse di studio agli studenti dell'Istituto 'Volta' di Sassuolo intitolate all'Ing. Giovanni Lucchese

a cura della redazione

Al centro Claudio Lucchese con i premiati della XXXV edizione

Confermando la sua attenzione al sociale e al mondo della scuola, Florim ha assegnato, nel corso di una manifestazione tenutasi presso Florim Gallery, i premi intitolati alla memoria dell'Ingegner Giovanni Lucchese, fondatore di Floor Gres e padre dell'attuale Presidente di Florim **Claudio Lucchese**. L'iniziativa, promossa annualmente dalla Fondazione Ing.Giovannni Lucchese, ha riconosciuto sei borse di studio ad altrettanti studenti dell'Istituto di Istruzione Superiore "Alessandro Volta" di Sassuolo che, a conclusione dello scorso anno scolastico, hanno conseguito il diploma di maturità con il massimo dei voti. La XXXV edizione del Premio – co-condotta dal giornalista e scrittore **Leo Turrini** insieme al giornalista ed editore **Roberto Caroli** – è tornata ufficialmente in presenza ed ha approfondito il tema de "*Le sfide della transizione verde: equilibrio tra economia ed ecologia*". Sotto lo sguardo attento di una platea di giovani ascoltatori, nel loro intervento Turrini e Caroli hanno riflettuto sull'esistenza di un'equazione in grado di conciliare la salute del pianeta con lo sviluppo socio-economico, oppure se si debba accettare un graduale compromesso. «Tema fortemente attuale, con il quale il mondo della scuola, ma soprattutto gli studenti, si confronta con grande attenzione», ha detto la Dirigente scolastica del Volta **Sabrina Paganelli**, sottolineando anche l'importanza della sinergia tra il mondo dell'impresa e quello della scuola, di cui i 'Premi Lucchese' sono espressione, saldando il ricordo di un imprenditore illuminato con l'impegno con il quale i giovani, attraverso lo studio e la formazione scolastica, si preparano al domani. «Dobbiamo lavorare per il futuro – ha detto invece Claudio Lucchese – e iniziative come queste vanno

in quella direzione. Come Florim siamo, ormai da più di un anno, Società Benefit: abbiamo voluto formalizzare, con un cambio di statuto, la nostra volontà di essere non solo un'azienda volta al profitto, ma volta anche al territorio da un punto di vista anche sociale». Il Premio – organizzato in collaborazione con la Società Ceramica Italiana – si inserisce nel calendario di iniziative ed eventi promossi dalla Fondazione Ing. Giovanni Lucchese che concentra i propri sforzi a sostegno del territorio. I premiati di quest'anno sono stati Mirko Leone (100/100 e lode), Angelica Bedeschi (100/100), Gabriele Formisano (100/100), Matteo Gombia (100/100), Sara Perduri (100/100), Riccardo Rubino (100/100).

Un 'regalo' di mille euro ad ogni dipendente

Riconosciuto alle famiglie degli oltre 1000 dipendenti del Gruppo dalla Fondazione

Non pensa solo al futuro, con il Premio Lucchese, la Fondazione intitolata a Giovanni Lucchese, ma anche al presente. Gli oltre mille dipendenti della Florim hanno infatti trovato, sul loro conto corrente un regalo inaspettato di mille euro. Nella lettera che ha accompagnato l'invio della somma, la Fondazione 'Ing. Giovanni Lucchese' si rivolge alle famiglie dei dipendenti rimarcando che «la Fondazione è attiva, dalla sua costituzione, nel sostegno delle famiglie del territorio, attraverso molteplici interventi di beneficenza. Le conseguenze dei recenti avvenimenti internazionali hanno inciso pesantemente sui bilanci delle famiglie per effetto degli aumenti nei prezzi delle utenze e sempre di più anche dei generi alimentari. Con lo spirito di alleviare le preoccupazioni indotte – prosegue la missiva – la Fondazione vi riconoscerà una somma di mille euro in un'unica soluzione. Nella speranza di dare un po' di serenità alla vostra famiglia».

Il Grand Prix Casalgrande Padana

Presso il MUDEC, a Milano, la cerimonia di premiazione del concorso promosso dall'azienda reggiana

a cura della redazione

Si è tenuta, nella prestigiosa cornice del MUDEC, il museo milanese dedicato alla valorizzazione e alla ricerca interdisciplinare sulle culture del mondo, la premiazione dei vincitori della dodicesima edizione del 'Grand Prix' di architettura promosso da Casalgrande Padana. Il concorso, che nel corso delle sue dodici edizioni ha raccolto più di 1800 opere presentate da 1300 progettisti, si conferma un osservatorio permanente della scena architettonica internazionale, ponendo l'attenzione sull'impiego dei materiali prodotti dall'azienda reggiana, mettendo in luce le infinite potenzialità espressive degli elementi in grès porcellanato, a volte anche realizzate custom made su disegno dei progettisti. «Questa edizione – ha detto a margine della premiazione **Franco Manfredini**, Presidente di Casalgrande Padana – ha visto la partecipazione di progettisti provenienti da venti diversi paesi: un bel segnale, senza dubbio, per quello che rappresenta oggi il made in Italy della ceramica anche a livello internazionale». Ideato nel 1990, l'edizione 2019/21 del 'Grand Prix' ha visto la candidatura di ben 140 opere realizzate con le superfici ceramiche prodotte dall'azienda reggiana, saldando il legame, fortissimo, «tra Casalgrande Padana e il mondo della progettazione. Una sinergia – ha detto invece **Mauro Manfredini**, Direttore Commerciale dell'azienda reggiana – indispensabile a raccogliere, da parte nostra, le istanze e le richieste del mondo della progettazione e dell'architettura». Le superfici ceramiche, infatti, si confermano, anche grazie ad eventi come quelli promossi da Casalgrande Padana, soluzioni ormai sistematicamente adottate dal mondo della progettazione, anche grazie a caratteristiche che ne fanno, ha detto l'architetto Andrea Maffei, «soluzioni molto stimolanti, di cui i progettisti non smettono di servirsi per pensare l'architettura del futuro». Eccolo, allora, il futuro, che prende forma concreto attraverso quelle realizzazioni che si sono contese la vittoria del Grand Prix: quattro differenti categorie (Centri direzionali e commerciali, grandi superfici, Edifici pubblici, industriali e dei servizi, Edifici residenziali, Rivestimenti di facciata e pavimentazioni esterne, cui si aggiunge la sezione complementare delle Piscine) che, al di là del fattore concorsuale, rappresentano uno strumento di aggiornata analisi della produzione architettonica, dell'interior design e dell'innovazione tecnologica.

EDIZIONE 2019/21: I PROGETTI PREMIATI

Questi i progetti premiati da una giuria internazionale presieduta da Franco Manfredini, Presidente di Casalgrande Padana.

CENTRI DIREZIONALI E COMMERCIALI, GRANDI SUPERFICI

Primo Premio Associated Press Headquarters (New York, USA), TPG Architecture. **Secondo Premio** Experimenta Science Centre (Heilbronn, Germania), **Sauerbruch Hutton** . **Terzo Premio** Angelini Headquarters (Roma, Italia), Studio Transit. **Menzioni Speciali**: Dekada Shopping Centre (Nysa, Polonia), Piotr Bury, JSK Architekci; Market Hall (Oulu, Finlandia), Weikko Kotila, Laatio Architects.

EDIFICI PUBBLICI, INDUSTRIALI E DEI SERVIZI

Primo Premio Szent Gellèrt school (Budapest, Ungheria), Csilla Kutlik, Árkád-Terv. **Secondo Premio** Buza gelato gallery (Tel Aviv, Israele), Simon Barazin, Jonathan Canetti. **Terzo Premio** The Aga Khan University (Karachi, Pakistan), Princess Zahra Pavilion, Aga Khan University. **Menzioni Speciali**: Complesso Parrocchiale "Resurrezione di ns. Signore" (Varignano, Viareggio, Italia), TAMassociati; Lycée Simone Veil (Liffré, Francia), Chomette- Lupi et Associés Architectes, Atelier Loyer Architects; Room XIX at the UN (Ginevra, Svizzera), Giampiero Peia, Peia Associati.

EDIFICI RESIDENZIALI

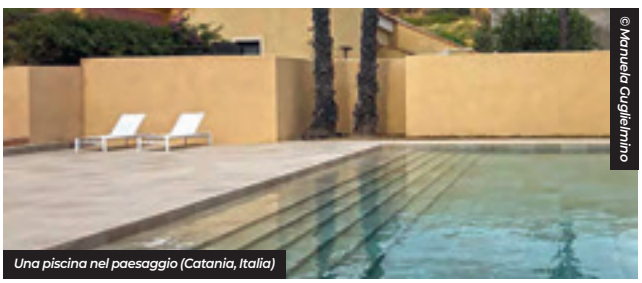
Primo Premio Una piscina nel paesaggio (Catania, Italia), Augusto Ortoleva, Giuseppe Motta, Studio Cantone-Ortoleva; Riqualificazione del piano libero del Corviale: il Chilometro Verde (Roma, Italia), Guendalina Salimei, T Studio. **Secondo Premio** Bruzzesi 7 studios (Milano, Italia), CBArchitects. **Terzo Premio:** Private Apartment (Praga, Repubblica Ceca), Barbora Léblová Interiors & Architecture. **Menzioni Speciali:** Jesolo Lido Beach Villa (Jesolo, Italia) ; Villa a Ginevra (Ginevra, Svizzera), Jacopo Mascheroni, JM Architecture; House NB (Szczecin, Polonia), Anna and Krzysztof Paszkowscy-Thurow, Anna Thurow Architecture and Interiors.

RIVESTIMENTI DI FACCIATA, PAVIMENTAZIONI ESTERNE, PISCINE

Primo Premio Urbagreen (Romainville, Francia), 8ème Art (Marsiglia, Francia), Complesso Turistico plurifunzionale (La Ciotat, Francia), Living in the Blue (Lambrate, Italia), Sangiovanni Housing (Milano, Italia), Alfonso Femia, Atelier(s) Alfonso Femia. **Secondo Premio** Centre Aquatique Aqua N&S (Flixecourt, Francia), **Philippe Deprick**, Atelier d'Architectures Le 212. **Terzo Premio** The Spitfire Gallery, Potteries Museum and Art Gallery (Stoke-on-Trent, Regno Unito), Glancy Nicholls Architects. **Menzioni Speciali:** UAE Pavilion (Saadiyat Island Abu Dabi), UAE, Italian Commercial Project; Nuova sede Croce Rossa (Scandiano, Italia),Marco Borghi, Lorenzo Rapisarda, Luca Monti, Studio M2R; Due Fabbricati E.R.P. (Portici, Italia), Giancarlo Scognamiglio, SAG Architettura, Elvira Romano.

© Eric Laignel

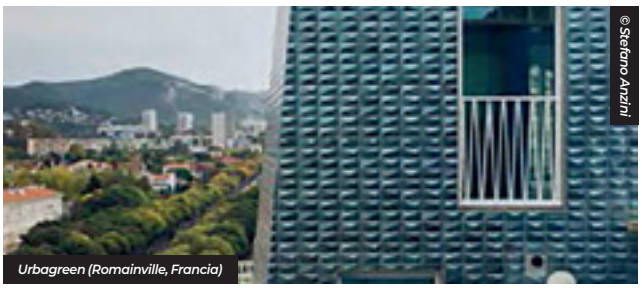
Associated Press Headquarters (New York, USA)


© Manuela Guglielmino

Una piscina nel paesaggio (Catania, Italia)

© Bálint Jóksa Photography

Szent Gellèrt school (Budapest, Ungheria)


© Stefano Anzini

Urbagreen (Romainville, Francia)

Grazie per averci scelto

	pag.
ABK	**10**
ALE	**34**
ATLAS CONCORDE	**24-25**
BRUNACCI	**13**
CASALGRANDE PADANA	**6-40-41**
EDICER	**1**
ITALCER GROUP	**31**
ITALGRANITI GROUP	**22-23**
MARAZZI GROUP	**5**
MARCA CORONA	**2ª di copertina**
POLCART	**43**
PORCELANOSA	**18**
RAGNO CERAMICHE	**28-29**
REFIN	**26-27**

DESIGN NEVER STOPS

Osaka JP - Photo: Nacasa & Partners Inc.

POLCART
display systems & showroom solutions