



M A G A Z I N E

UOMINI | AZIENDE | ECONOMIA | MERCATO | PROGETTI

148 AGOSTO - SETTEMBRE
2022



CERSAIE

Il settore ceramico
si 'ritrova' a Bologna

IL CASO

Emergenza-gas:
politica assente

ECONOMIA

Sostenibilità: o è
per tutti, o non è

MARCA CORONA

CERAMICHE DAL 1741



TERRACRETA
COLLECTION

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

SOSTENIBILITÀ
È UN INVITO
A PENSARE AL FUTURO



Certified



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

Corporation

Milano

New York

Moscow

Singapore



Fiorim è la prima industria ceramica ad essere Certificata B Corp

Siamo un'azienda italiana certificata B Corp,
che produce ceramiche di design con
l'impegno a rispettare il futuro di tutti.
La sostenibilità è una scelta:
facciamola Insieme.

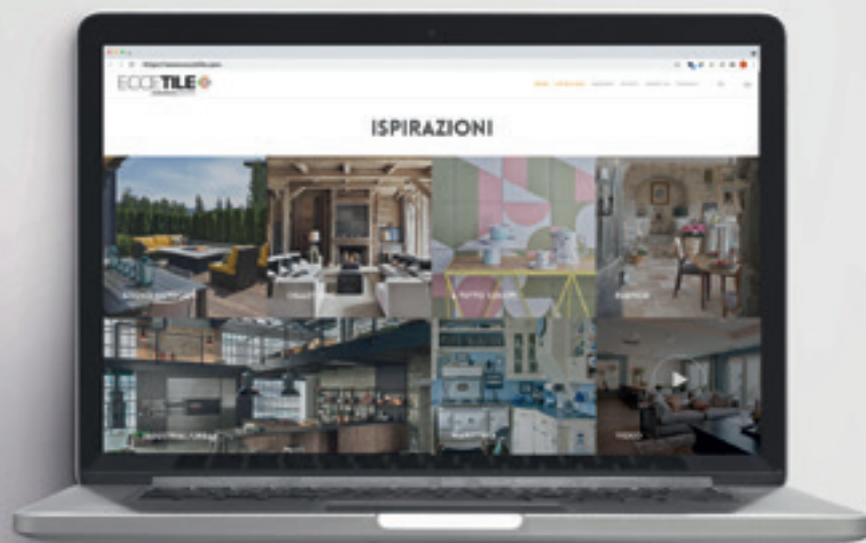
Frankfurt London Abu Dhabi Paris



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:

ECCE.TILE.COM

IL PORTALE DEDICATO ALLE AZIENDE DI CERAMICA ITALIANE



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



EDITORIALE

Un Cersaie proiettato nel presente

di Roberto Caroli
carocaroli@ceramicanda.com

10.45

Taglio del nast
"Sostenibilità, tr
competizione in
nostro Made in

Il colore è sempre stato l'elemento estetico distintivo di ogni Cersaie, quello che ha permesso a chi si occupa di comunicazione di classificarne le tendenze, le mode, identificarne i periodi. Per cui si è passati dal minimalismo a tinte grigie della prima decade del duemila, con l'arrivo della grande crisi economica partita dagli Stati Uniti, ricorderete le immagini degli impiegati della Lehman Brothers sui marciapiedi di New York con i cartoni contenenti gli effetti personali dopo il loro licenziamento, alla ricomparsa delle tinte forti durante il periodo pandemico. La mente umana, sostengono gli psicologi, reagisce alle situazioni collettive avverse cercando conforto anche nella propria casa, pure nelle forme particolari di cose e oggetti, così come nei loro colori. Qualcosa di vero nelle affermazioni degli strizzacervelli ci deve essere, altrimenti non si

spiegherebbero i cementi in tutte le salse che hanno caratterizzato le edizioni della fiera bolognese dal 2008 al 2015, la ricomparsa delle decorazioni, timide per la verità, negli anni successivi, le colate di pigmenti esplosivi sulle grandi lastre viste lo scorso anno. Cosa dovremo aspettarci quindi in occasione della 39esima kermesse felsinea? Arriva nel pieno di una scellerata crisi energetica che a breve obbligherà i produttori di ceramica allo stop forzato; nel mezzo di un'inflazione che da vent'anni non mordeva così forte; il giorno dopo l'ultima tornata elettorale che consegna al Paese l'ennesimo governo a tre gambe e la solita politica inconcludente; nel pieno dell'impennata dei tassi di interesse che andranno a penalizzare coloro che dovranno accendere mutui sulla prima casa, le aziende obbligate a non mollare sul fronte degli

ro e Convegno Inaugurale
ansizione energetica e
ternazionale per il
Italy"

Bologna Fiere INGRESSO COSTITUZIONE
Bologna Fiere INGRESSO COSTITUZIONE
Bologna Fiere INGRESSO COSTITUZIONE

CONTROLLO GREEN PASS

investimenti; nel mezzo di una guerra destinata a durare a lungo, con Russia e Ucraina che se le stanno dando di santa ragione; a pochi giorni dal festival di Venezia che ci ha consegnato film impegnati e concentrati sulle minoranze di genere; nell'anno che si è portato via, tra gli altri, la Regina Elisabetta, tanto per non farci mancare nulla. Quali colori dovremo attenderci dalle superfici ceramiche al Cersaie 2022, quali tendenze, quali novità all'insegna di una ritrovata e auspicata leggerezza? Ammesso ve ne siano di novità. Perché questo è il punto! Quali ragioni dovrebbero spingere i capitani d'impresa sassolesi a portare idee e serie nuove a Bologna, quando sanno benissimo che non riusciranno a produrle almeno fino a quando il prezzo del gas non sarà ritornato nei ranghi? Qualcuno, ne siamo certi, saprà sorprenderci, ma non saranno

molti, ne siamo quasi certi. Prepariamoci quindi ad una Fiera internazionale della ceramica senza grossi salti mortali, ad un Cersaie poco proiettato nel futuro ma con lo sguardo nel presente, che è presente assai complicato. Perché è con l'oggi che il settore della ceramica deve fare i conti, con la tempesta perfetta che si è abbattuta sulle superfici ceramiche. Motivo per cui le gravi assenze in qualità di espositori di gruppi sassolesi storici si faranno sentire ancora di più, al di là dei loro prodotti, al di là del loro blasone. Perché è il segnale che più di ogni altra cosa conta in questi momenti, un segnale di unità, di coesione, di condivisione di intenti, di un settore compatto agli occhi di una classe politica sorda e incapace di soluzioni urgenti e concrete. Quale migliore occasione del Cersaie la Sassuolo ceramica ha per dimostrarlo?



Anno XXII - Numero 148 - AGOSTO - SETTEMBRE 2022
(Chiuso in tipografia il 15/09/2022)

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



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



2 Editoriale
Un Cersaie proiettato nel presente

6 L'artista
Elena Pellesi

9 Speciale CERSAIE
Le aspettative in vista dell'edizione
2022 della fiera bolognese

13 Tendenze
Colore e materia per superfici all'avanguardia

21 Progetto
L'eleganza di AVA per Palazzo Nainer

27 Caro gas
Unione Europea e politica:
i 'grandi assenti'

31 Materie prime
Argilla e Ucraina, dai porti salpano
le prime navi: qualcosa si muove?

38 Intervista
Andrea Bordignon

42 Intervista
Graziano Verdi

46 La novità
La stagione 2022/23 di Ceramicanda

49 News aziende
Prodotti e produttori

53 Economia
La sostenibilità? O per tutti o 'non vale'

PRIMO PIANO
16 - Fap Ceramiche
18 - Mirage
24 - Fila
35 - Porto di Ravenna
40 - Nuovocorso
44 - Gruppo Bardelli

60 Grazie per averci scelto



CERSAIE

Bologna - Italy

26/30 September 2022



NovaBell
www.novabell.it



Nordic Wood
Natural Evolution

IN • hall 25 stand A146 - B147

OUT • hall 26 stand A176



Elena Pellesi

Classe 1970, Elena Pellesi nasce a Sassuolo, nella patria della ceramica. Da sempre appassionata d'arte, si forma presso il famoso Istituto d'Arte Adolfo Venturi di Modena. Con grande passione si è dedicata, attraverso una costante ricerca, ad opere sia scultoree che pittoriche e, nello sperimentare differenti tecniche, si è concentrata in particolare su una caratteristica istintiva attraverso la quale esprime un'immediatezza quasi *fisica*. «Il suo pennello sono le sue dita»: è attraverso quelle che Pellesi ha perfezionato una tecnica che le permette di sentirsi un *unicum* con l'opera, entrando in contatto con la materia e con la tela. Amante della natura, che è una delle sue principali fonti di ispirazione, plasma paesaggi, forme e tematiche attraverso il colore così come un poeta ne scriverebbe, rialeborando e restituendo, attraverso le suggestioni dei suoi lavori, con gli occhi e il cuore di chi vive da appassionata l'arte la propria contemporaneità, l'essenza più pura della natura. Il ruolo di artista, in Pellesi, si fonde con la passione del proprio lavoro nel ruolo di Amministratore di Digital Design, azienda leader del comprensorio ceramico, ufficio stile di diverse aziende del settore .





CERSAIE

OPEN TO EVOLUTION

Bologna, 26 - 30 settembre 2022



Seguici anche su



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



In collaborazione con



Organizzato da



Con il supporto di



«Un appuntamento Importante e irrinunciabile»

a cura di Stefano Fogliani

Un programma ricchissimo,
tra conferme e novità,
per l'edizione numero 39
della fiera bolognese



«In uno scenario internazionale complesso e incerto, Cersaie rappresenta un appuntamento importante e irrinunciabile». Che Cersaie sarà? Lo abbiamo chiesto ad alcuni 'addetti ai lavori', ottenendone risposte che alla settimana bolognese legano aspettative importanti. La frase di apertura è del Presidente di Confindustria Ceramica **Giovanni Savorani**, che vede nell'edizione 2022 motivo di 'consolazione' rispetto ad un periodo non semplice per il comparto ceramico. «La Fiera – dice - ha comunque fatto fatto sold-out, e metterà in vetrina un settore che resta un punto di riferimento tutto il mondo». Il 90% degli spazi occupati già a primavera lasciavano prevedere

un'edizione in grande stile, oggi i 15 padiglioni di BolognaFiere gremiti da quasi 600 espositori italiani ed internazionali danno infatti l'esatta misura dello spessore di una manifestazione che è insieme vetrina e occasione di incontro e confronto per i tanti player del settore grazie al fitto calendario di iniziative collaterali che innervano un programma di sicuro interesse. Clienti, distributori, progettisti, tecnici saranno i protagonisti della settimana bolognese, insieme ovviamente alle aziende che fanno di Cersaie, da sempre, il punto di riferimento per l'industria ceramica, il mondo del design e gli operatori professionali, veicolando un'eccellenza che fa del



comparto, parole dell'assessore regionale alle attività produttive **Vincenzo Colla**, «uno dei fiori all'occhiello del sistema manifatturiero italiano». Alle prese, come noto, con la tempesta perfetta: transizione complessa, ma non così complessa da scoraggiare i nostri interlocutori. «Il Cersaie 2022 sarà un importante momento di presentazione delle nuove collezioni per i nostri tre brand e un'occasione importante per condividere con i nostri clienti il percorso futuro dei nostri marchi tra ricerca e innovazione continua», spiega **Antonio De Marco**, Direttore Generale e Consigliere Delegato del Gruppo Bardelli, cui fa eco **Andrea Bordignon**, CEO di Victoria PLC Ceramics Italy. A suo avviso, «è prevedibile aspettarsi un forte afflusso di visitatori e operatori provenienti da tutto il mondo. Diciamo che ci aspettiamo una presenza

massiccia, forse non più le delegazioni oceaniche di qualche anno fa, ma questa è una tendenza diffusa che dilata le occasioni di incontro lungo tutto l'arco dell'anno, non solo limitandole agli eventi fieristici». I visitatori, tuttavia, «ci aspettiamo ritornino – aggiunge **Graziano Verdi**, CEO di Italcer – ai livelli del 2019». Vedremo: i bilanci si fanno alla fine, e se in attesa che si aprano i battenti, vale la pena registrare come, rispetto a qualche mese fa, il gotha della ceramica mondiale plana su Bologna «in un clima – ammette il Vicepresidente di Porcelanosa **Silvestre Segarra** - di grande incertezza: ma le aziende del settore continuano ad investire». E magari proprio dalla settimana bolognese potrebbero prendere l'abbrivio per scrollarsi di dosso una contingenza quantomeno complessa come quella attuale.

Un'occhiata al programma

Un ricco calendario nel segno della qualità informativa e formativa

Il programma della 39ª edizione di Cersaie prevede un ricco calendario, nel segno della qualità informativa e formativa, con ospiti di grande richiamo quali, per restare ai più noti, Mario Botta, Manuel Herz, Giovanni Cappelletti.

I convegni e le conferenze stampa istituzionali, gli appuntamenti di 'Costruire Abitare Pensare', i Café della Stampa, i seminari tecnico - divulgativi alla Città della Posa sono solo alcuni degli appuntamenti che confermano Cersaie quale primario momento di incontro e di confronto. Di grande rilievo la campagna di incoming di operatori stranieri e le attività di promozione internazionale in programma, realizzate grazie al sostegno di Agenzia Ice e Ministero degli Affari Esteri: gli invitati sono infatti 110, con un aumento del +40% rispetto ai partecipanti dello scorso anno, provenienti da Francia, Germania, Regno Unito, Svizzera, Austria, Benelux, Area Scandinava, Stati Uniti, Canada, Libano, Israele, Egitto e Area del Golfo.





VERSACE
CERAMICS

AUTHORIZED MANUFACTURER

 **GARDENIA
ORCHIDEA**



PADIGLIONE 37 | STAND B72

LANDING IN THE CITY

Stiamo arrivando in città

Cersaie | 26-30 settembre Bologna

Nuove soluzioni su estetiche consolidate

Alcune anticipazioni su quanto vedremo, a livello di tendenze e di estetica, al Cersaie

a cura di Stefano Fogliani

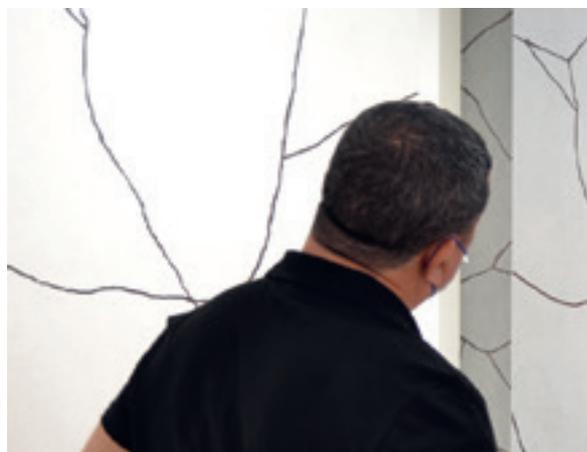


Cosa vedremo al Cersaie? Da chi ha studiato ed elaborato grafiche, colori e materie che ritroveremo sulle superfici ceramiche esposte in quel di Bologna, come di consueto, filtra pochissimo, ma per quel poco che abbiamo appreso, noi di Ceramicanda, il settore non ha perso la voglia di sperimentare. E nemmeno quella di investire per rendere il prodotto made in Italy sempre più riconoscibile e 'carico' di valore aggiunto. Non sono tempi, questi che attraversiamo, 'rivoluzionari', e il gusto si adegua: si cimenta su schemi conosciuti, li rielabora e li migliora, propone e suggerisce senza 'gridare', «e studia innovazioni continue, ci mancherebbe, ma – dice

Elena Pellesi, AD e Direttore Artistico di Digital Design - lavora su un'estetica consolidata, aggiungendovi le migliorie che servono e che hanno, comunque, una loro rilevanza». Effetti, rilievi, sviluppi ad arricchire quanto c'è «per un'estetica gradevole e a suo modo rassicurante. Grafiche e strutture contribuiscono al miglioramento di effetti che la ceramica esplora, con successo, da tempo, e penso ai legni: oggi distinguere un materiale naturale da un legno ceramico non è semplice come poteva essere qualche tempo fa». Lo stesso vale per i marmi e le pietre, per le resine e per quegli elementi decorativi che arricchiscono e



integrano superfici in grado di ridisegnare ogni ambiente, anche grazie a tratti di manualità che oggi vengono quasi rivendicati, riscoprendo un'artigianalità «ben evidente – aggiunge Pelle – nella riscoperta del piccolo formato: le lastre continuano ad essere un asset imprescindibile della produzione ceramica, ma materiali come il 'brick' hanno ritrovato una loro spendibilità, che il mercato richiede e apprezza». Purchè, par di capire, abbia valore: è lì che il made in Italy gioca la sua sfida: «su quanto aggiunge valore alle superfici, sulla sostenibilità che ci ha portati – dice **Armando Meletti**, AD di Vetriceramics, altra 'sartoria' ben nota ai produttori del distretto ceramico – a studiare soluzioni in ordine alle applicazioni a secco, e a rese in superficie che mai sarebbero state raggiunte con le tecnologie di qualche anno fa». Quando, sembra ieri, il digitale 'appiattiva' produzioni l'una uguale all'altra: una trappola da cui il made in Italy ceramico si è sfilato per tempo, scegliendo «personalizzazione e riconoscibilità: un conto – prosegue Meletti – è la stampa digitale, fotografia ben definita ma fotografia, appunto, un altro applicazioni ed effetti che quella superficie rendono in un certo senso unica». Eccoci allora alla sfida cui è chiamata la piastrella, oggi superficie: «alla necessità di aggiungere oggi nessuno si sottrae: materia, colore, effetti si combinano tra di loro in proposte fortemente personalizzate, perché oggi il cliente chiede a materiali di valore, come quelli prodotti in Italia – soluzioni estetiche non ripetibili». La ricerca sul colore si innesta su queste traiettorie, ma ne è parte, perché il colore, in ceramica, non è solo 'tinta satura' che magari attira l'attenzione, ma un altro asset che governa il susseguirsi della superficie, un elemento ben visibile, e distinguibile, anche sotto toni neutri che non sono più quelle tinte minimali che a lungo hanno indirizzato il gusto dei consumatori. Oggi il cliente vuole di più, e lo trova nelle proposte degli ateliers che sottono, tra ricerca e sviluppo, a produzioni che quasi rivendicano la loro eccellenza. Strizzando l'occhio ai materiali naturali, ma rimanendo, in certa misura, fedeli a se stessi.





STONE EDITION TRAVERTINO STORIES #01 Formato 120x260_dalconca.com

CERSAIE 2022_BOLOGNA
26.09 / 30.09
PAD 37 / STAND A4 - B3

un'anima tridimensionale genera bellezza

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

DINAMIKA
deep surfaces

FAP ceramiche presenta le nuove superfici matt con preziose laccature a rilievo di Milano Mood

a cura della redazione

Dinamismo cromatico e decori brillanti caratterizzano una nuova raffinata collezione effetto resina



1

FAP ceramiche espande la sua gamma di superfici in ceramica effetto resina e presenta la nuova raffinata collezione Milano Mood. Un progetto ampio e articolato che si caratterizza per i colori morbidi e decori contemporanei frutto di una profonda ricerca e di una lavorazione all'avanguardia della materia.

La collezione offre un continuo gioco di corrispondenze tra forme, colori e decori che sorprende per la sua doppia anima in gres porcellanato e wall tiles, sobria ed elegante nei colori a tinta unita e più evocativa nei decori ispirati alla carta da parati. Un progetto colto pensato per creare ambienti che avvolgono con eleganza e senza ostentazioni, con cura del particolare e del dettaglio. I pavimenti in gres porcellanato di Milano Mood sono proposti in una palette di toni dal bianco puro - Ghiaccio - a due tonalità di grigio - Nebbia e Cemento - e due di beige - Sabbia e Biscotto, fino a un'intensa finitura Antracite in 3 diverse tipologie di superfici: satin, R9 e R10. A parete sono disponibili gli

stessi toni coordinati ai pavimenti a cui si aggiungono colori tenui e di tendenza quali Perla, Cipria, Cielo e Acquamarina, tonalità soffuse e appena accennate. Il risultato è quindi delicato e all'insegna della bellezza e dell'armonia. Per quanto riguarda la componente decorativa, ai toni neutri e alle tinte unite del gres porcellanato si aggiunge il decoro Gocce, nei colori Ghiaccio e Nebbia applicabile sia a parete sia a pavimento. Qui, i frammenti colorati sono inclusi nel fondo con densità irregolare. Forme arrotondate e squadrate, definite in scale di grigi, bianchi e opachi che, come piccole sculture, vanno a costruire lo spazio. In una perfetta fusione cromatica tra fondi e decori, la luce esalta la trama di Flower Blu - un cielo a parete da accarezzare che si riflette sulle laccature floreali - e di Flower Cipria, un moderno erbario in ceramica lucido/opaco che porta armonia all'ambiente. Grazie agli innovativi progressi tecnologici di FAP ceramiche, questo particolare effetto laccatura è ottenuto per la





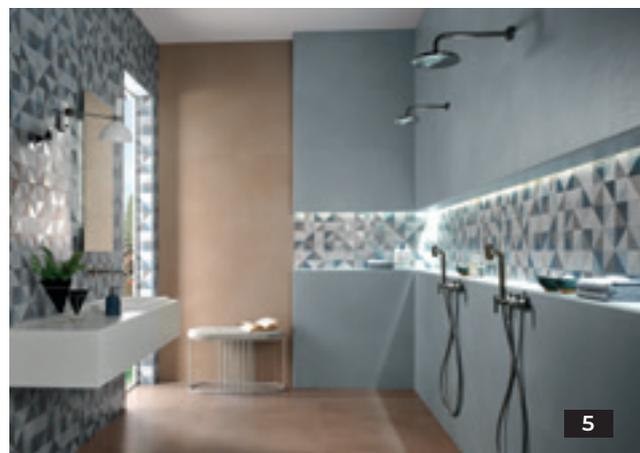
2



3



4



5

prima volta a livello industriale. Il dinamismo visivo e cromatico incontra le attuali tendenze del design e della moda con il pannello Tropical realizzato con foglie laccate lucidissime a tutta parete per un decoro botanico in chiave ultra-chic disponibile in Sabbia, Bianco e Nero e Verde. Il risultato è una parete ceramica capace di creare sorprendenti paesaggi interni. Il gioco di forme, ombre e contrasti si ritrova anche nei motivi Texture Triangoli e Texture Archs, in cui le geometrie matt & glossy ricordano il grande design anni '70. Protagonista della collezione è la materia proposta nei formati 120x120, 60x120, 80x80 e 40x80 cm in gres porcellanato, mentre nella versione Wall Tiles il formato unico è 50x120 cm. Creatività e dialogo continuo con il mondo di progetto sono caratteristiche profondamente insite nel DNA della collezione che è perfettamente adatta ad arredare tutti gli ambienti della casa ma anche spazi contract e commerciali. Il processo creativo che porta alla creazione delle

ceramiche FAP parte da un'attenta analisi di stili e tendenze del design e del lifestyle e viene modellato sui desideri delle persone che andranno ad abitare gli spazi, offrendo una profondità di gamma e un corredo di pezzi speciali e decori che permettono di costruire il proprio personale design e imprimere la propria personalità all'ambiente.

1. Pavimento: Milano Mood Sabbia Satin - Esterno: Nativa Sand Out - Pareti: Milano Mood Tropical Sand - Mensola: Nativa Sand
2. Parete: Milano Mood Acquamarina, Acquamarina Mosaico & Tropical Verde - Pavimento: Milano Mood Cemento Satin & Cemento Macromosaico
3. Parete: Milano Mood Cielo, Ghiaccio & Flower Blu - Pavimento: Milano Mood Ghiaccio & Gocce Ghiaccio Satin
4. Parete: Milano Mood Biscotto, Cipria, Flower Cipria & Cipria & Biscotto Archs Mosaico - Pavimento: Milano Mood Biscotto Satin
5. Parete: Milano Mood Cielo, Biscotto & Texture Triangoli - Pavimenti: Milano Mood Biscotto



PAPIER di Mirage: new perspectives on wall decoration

a cura della redazione

Un susseguirsi
di soggetti a tema floreale
e vegetale, dall'accento
contemporaneo, per un
autentico Botanic Style

Una nuova collezione di superfici decorative in grès porcellanato, capaci di trasformare ogni contesto in uno spazio da abitare e da vivere. Papier è un "luogo aperto" che lascia spazio all'immaginazione; un progetto articolato che, grazie alla sua intensità scenografica apre gli ambienti della casa verso nuovi mondi. **PAPIER** interpreta in chiave contemporanea il trend di fluidità e la permeabilità degli spazi che, oggi, sempre più vivono di una natura ricca ma curata, che 'invade' gli interni. PAPIER infatti veste le pareti degli interni, ma anche dell'outdoor, con intensità scenografica;

l'accostamento delle lastre dà vita a scenari quasi pittorici, che aprono le porte all'immaginazione. Aprendosi al paesaggio, lo spazio si amplifica e crea un'esperienza totalmente immersiva, tra natura e modernità. Le proposte PAPIER combinano un susseguirsi di soggetti a tema floreale e vegetale, dall'accento contemporaneo, un vero e proprio Botanic Style. Disponibile nei formati 1200x2780 mm e 600x1200 mm, la collezione è frutto di un'approfondita ricerca stilistica anche in termini di abbinabilità. Infinite sono infatti le possibilità di combinazione con le altre collezioni





della gamma Mirage®, per armonizzarsi con lo spazio e offrire soluzioni che valorizzano il mood di ogni progetto. *Encanto* porta indoor la foresta pluviale alternando una cascata di foglie tropicali a fiori di forsizia dai toni caldi, che nella variante *Encanto Gold*, si tingono d'oro. Lo stesso effetto immersivo, ma in una variante più fresca, è dato da *Soleil*: uno sfondo di fitta vegetazione dalle tonalità accese, fa emergere bouquet di fiori rosa. La linea *Palm*, si ispira sempre alla natura incontaminata dei tropici, rielaborandola in una chiave di lettura grafica, che conferisce uno stile Urban Jungle a

tutti gli ambienti. I prodotti *Nuage*, *Aquarelle Rose* e *Aquarelle Vert*, così come *Camille Gold* e *Camille Rose*, decorano le pareti con manti floreali dalle nuance tenui; ispirandosi a diverse infiorescenze come papaveri, rose e fiori di camomilla, ricreano ambienti romantici dal gusto moderno. *Espoir Froid* e *Aurora*, portano l'atmosfera Japandi sulle superfici grazie a motivi vegetali ricreati come se dipinti con acquarello sulla tela, richiamando così i paraventi giapponesi d'ispirazione naturale. *Merveille* e *Corolle*, ricordano dei veri e propri giardini fioriti in primavera dipinti sulle pareti.





visit us at CERSAIE
HALL 29 Stand A22-B21 + A18-B17
from 26-09 to 30-09

 CERAMICA
Rondine

L'eleganza di AVA per Palazzo Nainer

La collezione AESTHETICA HEGEL
caratterizza gli interni di questo
prestigioso boutique hotel situato
nella zona più nobile di Roma

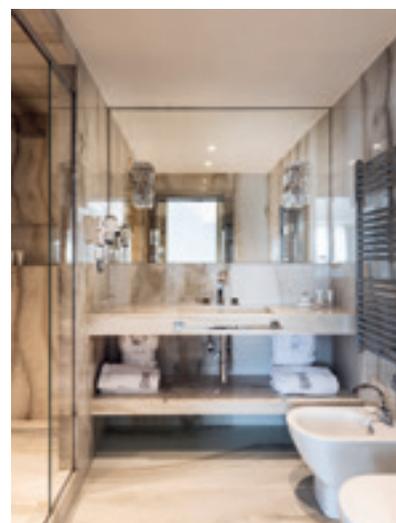
a cura della redazione





Il Piranesi Palazzo Nainer è un boutique hotel a Roma risalente al XIX secolo, che offre eleganti camere dotate di ogni comfort. Un edificio ottocentesco elegante e prestigioso con un'anima all'avanguardia, in perfetta simbiosi tra classico e moderno.

All'interno del progetto di ristrutturazione, seguito dallo Studio AD.THILE, è stata utilizzata la collezione **Aesthetica Hegel**, di **AVA**, uno dei brand di La Fabbrica, nel formato 160x320 nella versione lappata per realizzare i rivestimenti e i lavabi dei bagni



delle suite ed i pouf delle camere da letto. Per i piatti doccia invece è stato utilizzato il formato 120x240 con superficie naturale, un'altra soluzione che dà dimensione compiuta all'eccellenza di AVA, marchio concepito per proporre un nuovo lusso dove dettagli e

finiture ricercate si alternano alla più raffinata sobrietà e definiscono nuove tendenze nell'interior design sviluppando, lungo un percorso di eccellenza, una varietà di grafiche e matericità perfette per vestire ed arredare l'abitare contemporaneo.

Arriva sul mercato Fila Salvadoccia

**L'anti infiltrazione
idrorepellente a basso
impatto ambientale per
ambienti doccia salubri
e belli nel tempo**

a cura della redazione



Muffe, annerimenti e depositi di calcare sono acerrimi nemici della doccia, che notoriamente è tra gli ambienti più difficili da mantenere puliti e belli nel tempo. Non si tratta esclusivamente di una questione estetica: un'area doccia salubre è un presupposto fondamen-

tale per un bagno igienico e funzionale. Per proteggere adeguatamente questo particolare spazio, Fila Solutions presenta Fila Salvadoccia, il protettivo anti infiltrazione idrorepellente e consolidante a basso impatto ambientale per docce. Sviluppato nei laboratori di ricerca e



sviluppo dell'azienda, con test eseguiti secondo norma ISO 846:2019, il prodotto si caratterizza per la formulazione a base acqua studiata per proteggere fughe, crepe e fessure dei rivestimenti doccia da muffe, alghe, annerimenti ed efflorescenze. Punto di forza del prodotto è la capacità di bloccare le infiltrazioni, proteggendo fino ad un 1 mm eventuali fessurazioni. Penetrando in profondità per consolidare i materiali e rallentarne l'invecchiamento, ne conserva al contempo la traspirabilità. Nelle docce "vissute" diventa quindi l'alleato perfetto per interventi di impermeabilizzazione in tempi rapidi, permettendo di riutilizzare la doccia dopo sole 24 ore dal trattamento. Su ambienti doccia nuovi svolge un'azione protettiva con un effetto barriera contro l'assorbimento dell'acqua. L'efficacia del prodotto fa sì che anche la manutenzione ordinaria del box doccia risulti più facile e veloce.

Il protettivo ha ottenuto la Certificazione Indoor Air Comfort Gold di Eurofins, una certificazione indipendente e riconosciuta in tutto il mondo per la verifica delle emissioni di composti organici volatili nell'aria indoor. Fila Salvadoccia ha superato i rigidi requisiti previsti ed è conforme con tutti i regolamenti nazionali obbligatori (FrenchA+, Cam Edilizia, Belgian Regulation, AgBB, ecc) e agli innovativi schemi di sostenibilità ambientale quali Leed, Breeam, Well. La formula quindi, priva di odori e solventi, risulta sicura per un utilizzo negli ambienti interni.

L'applicazione è molto semplice: il prodotto, pronto all'uso, va steso su tutta la superficie pulita, impregnando bene le fughe e rimuovendo eventuali residui in eccesso con un panno. La protezione è attiva dopo 8 ore e la doccia può essere utilizzata già il giorno seguente.

Fila Salvadoccia risulta quindi ideale per l'impiego in ambienti domestici e professionali, dai centri spa alle palestre alle saune: è indicato per tutti i materiali con un effetto a lunga durata, senza alcun rischio di ingiallimenti. Può essere infatti utilizzato su fughe cementizie, gres, ceramica, mosaico, pietra naturale e ricostruita, agglomerati e cemento.





Prodotto e distribuito in Italia da Porcelanosa Italia S.p.A. - 36010 Montebelluna (TV) - Tel. 0422/440000


PORCELANOSA Group



Scopri di più

PORCELANOSA

«I costi di produzione non sono sostenibili»

Il Presidente di Confindustria Ceramica «i nostri allarmi inascoltati»

a cura della redazione



‘Pronti a ricominciare?’. Fossero stati tempi normali, o anche solo un anno fa, il nostro colloquio con **Giovanni Savorani**, Presidente di Confindustria Ceramica, l'avremmo cominciato proprio con questa domanda, e invece... Invece la contingenza obbliga ad altre riflessioni tenuto conto, come ben noto, ‘pronte a partire’ ci sono soltanto alcune aziende, e comunque non tutte. «Qualcuno non si è mai fermato, altri si fermano, altri restano in attesa che il prezzo del gas cali: i livelli dei costi energetici, oggi, per molte aziende non sono né sostenibili né accettabili». Così, hai voglia a ricordare che diverse realtà si sono ‘coperte’ per tempo, che gli accordi stipulati per attutire gli effetti di quello che sta accadendo oggi li hanno sottoscritti in tanti. Le aziende che, loro malgrado, comprano

il gas a giornata sarebbero però parecchie, «e da gennaio saranno molte di più, e parecchie di queste i conti con prezzi inaffrontabili li faranno già a fine settembre. Il gas, oggi, o meglio il suo prezzo, è diventato un fattore di competitività tra le imprese e sui mercati. Ed è inutile nascondersi come, in un contesto del genere, sia tutto molto complicato». Dalla sua tolda di comando in azienda – la Gigacer, di cui è Presidente e fondatore – Savorani scruta la ‘tempesta perfetta’ registrando «una flessione degli ordinativi evidente già negli ultimi due, tre mesi, e non nascondo che le previsioni dicono che sia destinata ad accentuarsi. Inevitabilmente, aggiungo, perché – spiega - ci sono mercati, e penso agli USA, dove la piastrella italiana costa troppo di più rispetto alle produzioni dei nostri concorrenti, o alla Germania, dove i consumi sono in calo. E, come peraltro avevo fatto presente a giugno, trasferire l'aumento dei costi sui prezzi di vendita non è una manovra così immediata». Dalla sua poltrona in Confindustria Ceramica il panorama non cambia, non sostanzialmente almeno: la metafora degli imprenditori del distretto a bordo di un aereo guidato dalla politica, che gli suggeriamo, a Savorani non dispiace, e del resto fu lui tra i primi a mettere in guardia circa una rotta che rischiava di portare il sistema lungo rotte che lo mettevano a rischio. «La politica, oggi, è obbligata a mediare: il gioco, a mio avviso, è stato lasciato troppo in mano alla speculazione, nonostante i nostri allarmi. Bruxelles non ci ha ascoltati: non mi sento troppo ottimista in vista dei prossimi mesi».



«Se continua così, le chiusure saranno inevitabili»

a cura della redazione



Andrea Lugli

«Guerra e speculazione sono corresponsabili di questa situazione. Qualcosa si può fare per mettere ordine in un mercato ormai fuori controllo, ma occorre fare in fretta. E in questa situazione, con questi prezzi e stoccaggi comunque insufficienti, i distacchi saranno inevitabili». Quello del caro-energia è tema caldissimo, e **Andrea Lugli**, CEO di Programma Energia, prevede tempi difficili, anche perché «l'oscillazione dei flussi giornalieri si innesta sulle dinamiche che concorrono alla determinazione dei prezzi, e le conseguenze sono quelle cui stiamo assistendo»

Con forbice larghissima tra chi guadagna moltissimo e chi produce in perdita...

«Dal punto di vista delle legittimità mica è vietato fare extraprofiti, visto che parliamo di operatori che si muovono su un mercato libero, né rileva che farli in momenti come questi sia eticamente discutibile. Tutti i grandi operatori hanno accordi long term con la Russia, ci sono quote gas che hanno ancora

Andrea Lugli: «Fino a primavera le aziende saranno sottoposte a prove durissime. Ed in questa situazione il grande assente è la politica...»

quotazioni precrisi ed è su queste che si creano gli extraprofiti. Lo scenario è questo e l'abbiamo tutti ben presente, ma il grande assente, su questo palcoscenico, continua ad essere la politica»

Ce lo diciamo da mesi...

«La politica manca per le cose che ci sarebbero da fare e c'è, purtroppo, per fare i danni che sta facendo. Mi pare evidente che, dall'UE in giù non si trovino soluzioni per arginare una problematica che va facendosi sempre più complessa»

Colpa della speculazione: del mercato olandese e di chi lo governa si sa, poi c'è l'ENI...

«Lo Stato è socio sia di ENI che di Enel, e già questo è un fattore di distorsione, che ha sempre impedito politiche 'forti' in materia energetica. Da questa crisi lo Stato, in quanto socio dei grandi operatori nazionali, guadagna: ha fatto extraprofiti pazzeschi legati all'IVA applicata ai prezzi variabili e, con i bonus e le agevolazioni, ha restituito giusto un quinto di quanto ha guadagnato, sia come azionista di ENI ed Enel, sia come destinatario dell'IVA»

Nell'immediato, oltre che far guadagnare lo Stato, la politica cosa può fare?

«Sul breve è difficile attuare contromisure efficaci. Sento parlare di price cap che tuttavia all'Italia costerebbe più di 100 miliardi che non abbiamo»

Non c'è soluzione, dunque?

«In realtà due ce ne sono, e sono già all'esame della UE, proposte dagli stessi operatori. La prima è modificare la configurazione del prezzo e sganciarlo dal TTF che è un indice, come detto, abbastanza manovrato. Mettere mano a queste dinamiche comporterebbe una flessione immediata, rallentando una corsa con la quale non si sa come mettersi al passo»

La ceramica, nel frattempo, soffre: qualcuno è





coperto rispetto ai rialzi, altri no...

«Il quadro del settore è molto diversificato e frammentato. La situazione è cristallizzata su valori che il settore non può reggere. E su tutto il settore grava la spada di Damocle del razionamento. L'auspicio è che qualcuno di buon senso metta mano a politica e mercato»

La sintesi, tuttavia, è che gli imprenditori non hanno possibilità di governare quanto accade...

«Vero: fino a primavera almeno le aziende saranno sottoposte a prove durissime.

Oggi il gas non c'è, non per tutti, almeno. Spero di essere smentito, ma in questa situazione molte chiusure saranno inevitabili.»

Francesco Sassi: «Servono risposte, non proclami»

«La questione energetica,
se non risolta, ci porterà
da un'emergenza all'altra»



Ci dobbiamo aspettare mesi in cui serviranno risposte, non proclami. In Italia si parla solo di crisi energetica, ma non ci sono idee su come risolverla. E occorre che la politica prenda atto che la questione energetica, se non gestita cor-

rettamente, ci porterà da un'emergenza all'altra in un contesto di instabilità sociale ed economica fortissima». **Francesco Sassi**, ricercatore scandinavo, esperto di geopolitica, analista del R.I.E, parla di «crisi strutturale, cominciata ben prima della crisi russo ucraina. La pandemia ha fatto 'saltare' il meccanismo che governava domanda e offerta del gas e su quell'alterazione si sono poi innestati una serie di fattori che ben conosciamo, determinando una forte instabilità che oggi caratterizza tutto il contesto economico mondiale».





LA SCELTA SICURA PER OGNI COPERTURA

info@ibatici.it - 0598677161



Argilla dall'Ucraina: qualcosa si muove ?

Un carico sarebbe salpato, nei giorni scorsi, dai porti ucraini in direzione Spagna: notizia confermata dagli operatori, che tuttavia restano cauti, anche perché i prezzi sono alle stelle

a cura di Roberto Caroli



Pare, si dice e si mormora, che qualcosa si muova in Ucraina. Le informazioni in nostro possesso raccontano di una nave che è finalmente riuscita a salpare dalla cosiddetta zona di conflitto per fare rotta verso la Spagna. Il carico? Argilla, stando sempre alle indiscrezioni raccolte, che hanno trovato conferma negli operatori che abbiamo interpellato, che ci hanno spiegato come almeno uno dei tanti operatori in loco, e in particolare la Vesco – un colosso, che esporta in 25 diversi paesi – sia riuscita ad attivare i collegamenti ferroviari tra i suoi depositi posti

nella zona del paese più prossima alla Polonia, e quindi più lontana dalle zone più 'calde', ai porti, dai quali qualcosa, evidentemente, salpa. Ma a costi, par di capire, ai limiti del proibitivo, che i nostri interlocutori 'sul campo' attestano oltre i 200 euro a tonnellata tra materiale («di ottima qualità», pare) e trasporto su Ravenna. A voler fare sintesi, si può dire, e scrivere, che 'qualcosa si muove', ma siamo lontanissimi, ovviamente, dalle dinamiche pre-conflitto. A maggio, raccontando dei tecnici della ceramica sparsi ai quattro angoli del globo alla ricerca di



materiali con i quali sostituire l'argilla ucraina aveva parlato di 'risiko', raccontando i sondaggi (e gli esiti degli stessi) presso fornitori tedeschi, ok, ma anche turchi, cinesi, indiani, addirittura in America Latina e Africa, a luglio avevamo fatto presente come il conto non tornasse, nel senso che, scrivemmo, 'la mancanza di 2,5 milioni di argilla ucraina doveva fermare il distretto, che tuttavia ha continuato a produrre'. Oggi, a più di sei mesi dall'inizio del conflitto, torniamo sul tema, ma registriamo come la situazione attuale, in Ucraina, sia destinata a restare quella ancora a lungo. Nel senso che non si intravedono, a breve, spiragli in ordine ad una risoluzione del conflitto, anzi. «I report che ci arrivano dagli operatori ucraini – ci spiegano – vedono le aziende locali arrampicarsi sugli specchi per garantire le continuità aziendali, ma il contesto è lo stesso di due, tre mesi fa, se non peggio. Non c'è nessuna intenzione di 'mollare' nei confronti dei russi, considerati invasori e i tempi, che già sono stati lunghi, si allungano: la infrastrutture, quelle ancora in piedi, sono al collasso, il sistema produttivo anche». Il quadro è, o meglio sarebbe questo e, a voler usare una metafora cara a tanti, si è 'sulla coda della lepre'. Non stabilissimi, insomma, anche se qualcosa, come detto si muove, vedi le navi che trasportano grano, la prima delle quali è partita un mese fa da Odessa, direzione Istanbul: accanto a queste qualcos'altro salpa (non tutto perché, spiegano in diversi «abbiamo navi ferme da mesi, dovevano sbloccarle ad agosto, ma non se ne è fatto nulla») ma i prezzi di trasporto, levitati anche a seguito del conflitto, rendono l'Ucraina un distributore parecchio costoso presso il quale 'fare benzina'. Un'azienda veneta, pare, per far arrivare materiali ferrosi dai porti ucraini ha speso 120 euro la tonnellata, parecchio di più rispetto alle condizioni pre-conflitto: fatte le debite proporzioni è facile immaginare quanto possa costare l'argilla ucraina quando, e se, la guerra dovesse finire. E si spiega anche con previsioni oggi relativamente pessimistiche in ordine ad un ritorno alla normalità come mai la ceramica



abbia ormai per buona parte bypassato quella zona guardando altrove, generando comunque, complice domanda più dinamica, rialzi sui costi a prescindere dalla provenienza della fornitura. La Germania, pare, ha già previsto un aumento dei costi di trasporto del 12% a ottobre e del 13% a dicembre, le navi costano una pazzia sia che arrivino dalla Turchia che da altri paesi, e Ravenna ha un fondale che non permette l'approdo di imbarcazioni con portata superiore alle 36mila tonnellate, e 'muovere' quantitativi limitati impone ulteriori rialzi, ai quali si aggiungono anche le lunghezze delle tratte di cargo che costano, per fare una proporzione, 10 se arrivano dalla Turchia, ma 20 se arrivano dall'India. Il calo della domanda di materie prime, innescato da una 'ripresa' post-ferie che, complice il caro-gas, vedrà molte aziende del distretto ricominciare a produrre con stop and go che si protrarranno per «almeno tre, quattro mesi, e del resto il mercato di oggi non è brillante come quello di qualche settimana fa» non produce fin qua effetti apprezzabili sui prezzi e, comunque finisca, è evidente come a molte aziende tocchi, in un certo senso, reinventarsi. Magari senza contare più sull'Ucraina «perché – spiega al Distretto un altro operatore – anche una volta che le cose dovessero normalizzarsi, molti importatori avranno già consolidato soluzioni alternative».



DESIGN NEVER STOPS



Osaka JP - Photo: Nacasa & Partners Inc.

 **POLCART**
display systems & showroom solutions

SPAZIOCONTINUO

LE RESINE DI LITOKOL

*Superfici
che diventano
scenografie di
un palcoscenico
molto speciale:
gli ambienti
in cui viviamo.*

Rinaldo Rinaldi
scenografo del teatro
"Luciano Pavarotti" di Modena



RINALDO RINALDI FIRMA LA PALETTE DELLE RESINE DECORATIVE SPAZIOCONTINUO

La nuova tavolozza contribuisce ad arredare con personalità e modernità gli spazi abitativi, proprio come se fossero fondali teatrali. 3 sistemi decorativi per un totale di 18 effetti materici soddisfano le esigenze estetiche di chiunque ami le superfici continue.

- Prodotti a base acqua flessibilizzati
- Cicli di applicazione brevi
- Facilità di pulizia

Prodotti ecocompatibili certificati Zherorisk®:
protezione continua contro agenti esterni, batteri e muffe.



www.spaziocontinuo.it
Tel. 0522.622811
spaziocontinuo@litokol.it

LITOKOL

Made In Italy

Logistica: il progetto RAVENNA PORT HUB procede a ritmi serrati

a cura di Daniela D'Angeli



Daniele Rossi

Con l'arrivo e la messa in opera delle draghe all'interno del porto di Ravenna, il progetto RAVENNA PORT HUB procede concretamente nelle sue differenti fasi operative. Sono in corso i lavori di approfondimento del canale, di rifacimento delle banchine e, parimenti, la predisposizione delle future aree logistiche. Ne parliamo con **Daniele Rossi**, Presidente dell'Autorità di Sistema Portuale del mare Adriatico centro settentrionale.

Presidente, ci può dire quali saranno le fasi e la tempistica per la realizzazione dell'Hub portuale di Ravenna?

«I lavori sono partiti ormai da tempo con le prime cantierizzazioni e l'avvio del rifacimento delle prime banchine. Durante questi mesi è stato ultimato il dragaggio della canaletta di accesso al porto, fuori dalle dighe foranee, ed in questo momento le draghe sono al lavoro all'interno del porto.

Intervista al Presidente dell'Autorità di Sistema Portuale del mare Adriatico centro settentrionale, Daniele Rossi

La prima fase del progetto, dal valore di 230 milioni di euro, prevede di portare gli attuali fondali fino a -12,5 m con il rifacimento di 6,5 km di banchine e la costruzione di una nuova banchina di 1 km per un nuovo terminal, destinato anche alla movimentazione dei container.

Abbiamo assegnato i lavori della seconda fase del progetto (per un valore di 250 milioni) legati ai fondi del PNRR che devono essere spesi entro il 2026. Al termine avremo fondali a -14,5m e un innovativo ed unico (in Italia) impianto per la gestione dei sedimenti che servirà, in una ottica di economia circolare, al recupero dei materiali risultanti dall'escavo ed al loro possibile impiego per il tombamento di cave dismesse»

Da quando si potranno vedere gli effetti dei lavori che si svolgeranno e quale sarà l'aumento di competitività del porto di Ravenna?

«Gli effetti pratici dei lavori si vedranno presto per quanto riguarda la navigabilità e gli accosti in banchina. La piena potenzialità del nostro porto di operare con navi di grandi capacità, si vedrà ad ultimazione dei lavori che, necessariamente, vengono eseguiti per zone. Ci sarà un miglioramento progressivo fino ad arrivare al raggiungimento del risultato finale. Una volta approfondito il canale ci aspettiamo un graduale riposizionamento del porto di Ravenna tra i porti dell'Adriatico, perché con pescaggi a -14,50m ci sono solo i porti di Trieste e Koper, e la logistica intermodale del porto di Ravenna è superiore a quella dei croati e concorrenziale rispetto a Trieste. Con il progetto dell'HUB PORTUALE saranno realizzate in ambito portuale n.9 aree logistiche per oltre 200 ettari direttamente collegate alle banchine, ai nuovi scali ferroviari merci ed al sistema autostradale senza nessuna interferenza con il centro urbano»





Che impatto può e deve avere la realizzazione del progetto per il Distretto della Ceramica?

«Il porto di Ravenna rappresenta un punto di riferimento storico per tutto il distretto della ceramica. Oltre 5 milioni di tonnellate di materie prime ogni anno vengono sbarcate per rifornire il distretto, rappresentando oltre il 90% del fabbisogno. È chiaro che l'approfondimento dei fondali comporterà l'arrivo di navi sempre più grandi, rendendo ancora più efficiente ed economico l'approvvigionamento delle materie prime. In questi anni come Autorità Portuale abbiamo collaborato con Confindustria Ceramica alla elaborazione di diversi studi di approfondimento al fine di condividere strategie e comprendere quali azioni porre in essere per allargare la catchment area soprattutto in chiave export via container. Il porto di Ravenna ha infatti ampi margini di miglioramento da questo punto di vista. Si stanno anche facendo valutazioni circa la convenienza di realizzare un primo impianto di lavorazione delle materie prime nell'area portuale di Ravenna»

Il porto di Ravenna si candida ad essere anche un HUB energetico nazionale. Quali sono gli

investimenti programmati?

«Sono in corso ingenti investimenti per ridurre l'impronta di CO₂, ottimizzare i consumi e soprattutto dare delle opportunità alle imprese che operano nel porto attraverso la realizzazione di una prossima Comunità Energetica Portuale. Come Autorità Portuale realizzeremo direttamente un grande parco fotovoltaico che unito ad altri investimenti privati potranno confluire all'interno della Comunità Energetica permettendo così a tutti i membri di tale comunità di ottenere l'energia a prezzi estremamente competitivi. Oltre a ciò nell'ambito portuale di Ravenna saranno realizzati altri importanti progetti, tra i quali AGNES (produzione di energia eolica), il progetto di Carbon Capture di CO₂ da parte di ENI, il cold ironing al terminal crociere ecc. Il nostro è anche l'unico porto ad essere dotato di un deposito di GNL (Gas Naturale Liquefatto) per la distribuzione ai camion ed alle navi.

Tutto quanto sopra fa ben comprendere il motivo per cui diventeremo uno dei principali HUB energetici nazionali, permettendo al contempo importanti vantaggi competitivi per le imprese insediate nel nostro ambito portuale».



If you can
imagine it,
we can
make it.



NEXT

It is not in MDF, neither in iron, nor in resin.



CERSAIE
Bologna - Italy

26-30
September 2022

COME AND VISIT US

PAD. 28
STAND D2



MADE IN ITALY CERAMIC TILE DISPLAYS

www.vep87.com

«Un anno complicato, ma la domanda regge, e il mercato c'è»

a cura della redazione

Andrea Bordignon, CEO di Victoria Plc Ceramics Italy, fa il punto su una contingenza complicata, da affrontare «stando sul pezzo, e continuando ad investire»



«Sicuramente è un anno complicato, ma le tante vicende che condizionano il settore non hanno avuto, fin qua, troppe ripercussioni sulla crescita, anche grazie ad una domanda ancora particolarmente sostenuta». Andrea Bordignon, CEO di Victoria PLC Ceramics Italy, inquadra il contesto fotografandone le possibili criticità, ma non manca di evidenziare come il settore stia comunque reagendo «ma – ammette – occorre dare risposta stabile e duratura alle problematiche con cui il settore sta facendo i conti». Oggi Victoria Plc Ceramics Italy è una realtà multibrand (vi fanno capo Ceramiche Serra, Ascot Ceramiche - marchi Ascot e Dom – oltre a Ceramiche Colli con i marchi Colli, Casabella e Vallelunga e Ceramica Santa Maria con il marchio Capri) che serve

5mila clienti in tutto il mondo, «e da parte nostra, e credo valga per tutte le altre aziende, si tratta di stare sul pezzo, di essere pronti ad affrontare quanto accade ogni giorno, ma anche di guardare avanti con fiducia perché il mercato c'è e c'è domanda»

A proposito di problematiche di contingenti, come stato affrontando l'emergenza-gas?

«Noi avevamo già riorganizzato buona parte della nostra struttura utility. Ovvio che siamo tuttavia ben al di sopra dei valori cui producevamo fino a un anno fa, ma abbiamo stipulato contratti che ci permettono, almeno in parte, di difenderci dalle oscillazioni che stanno rendendo impossibile, visti i costi, produrre a queste condizioni»

Quindi non sono previsti fermi produttivi nelle aziende del Vostro Gruppo?

«Non ci siamo fermati se non per le manutenzioni, ordinarie e previste, sugli impianti. Abbiamo i nostri programmi di produzione che continuano regolarmente anche perché pensiamo che, guardando a quello che si legge, prima o poi, nel corso dell'inverno, saremo comunque costretti a fermarci per interventi esterni. L'idea è quella di continuare a produrre, in attesa di capire che tipo di situazione si verrà a verificare tra qualche settimana»

Il post covid è stato, per la ceramica, un buon momento di ripresa: oggi si registrano invece preoccupazioni diffuse riguardo ordinativi in calo...

«Ci sono situazioni diverse che ci troviamo ad affrontare: c'è una grande distribuzione che sta tenendo dei ritmi importanti. Poi c'è tutto il mondo retail che comunque, per quanto ci riguarda e per quello che vediamo, continua ad avere degli andamenti molto interessanti e molto positivi, non immuni

da 'pause' legate però soprattutto a fattori esterni. Per fare un esempio, negli Stati Uniti i costi dei containers e soprattutto il permanere di difficoltà a livello logistico hanno inevitabilmente rallentato le rotazioni. Ma non si tratta di problemi legati al mercato della ceramica in senso stretto, quanto piuttosto a condizionamenti esterni che pure sul mercato impattano»

Si dice però che la concorrenza spagnola e quella turca comincino a diventare un problema...

«Non proprio: parliamo di produzioni differenti tra di loro, e il made in Italy continua a godere di una percezione che ne preserva la competitività. Chi vuole il prodotto di alta qualità, che fa tendenza, che ha certe caratteristiche continua a comprare

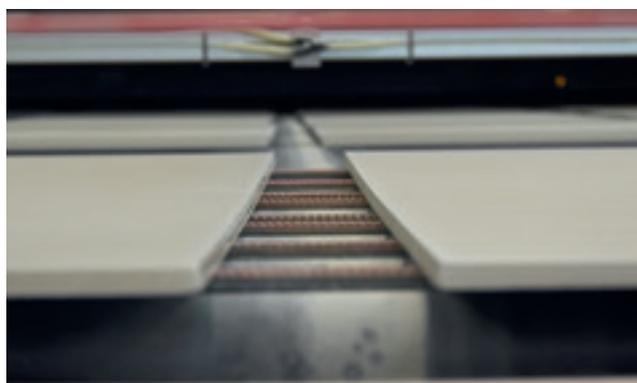
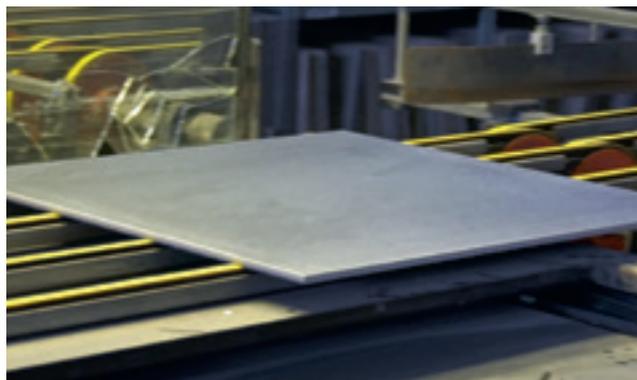
«Ci apprestiamo a costruire un nuovo stabilimento nell'area di Santa Maria, nel ravennate: un'unità produttiva green da 10 milioni di mq»

italiano. Al netto, ovviamente, delle reperibilità e delle disponibilità di materiali: diciamo che chi vuole un certo tipo di prodotto si rivolge ai produttori italiani e solo dopo, e solo nel caso, acquista altro»

Il percorso di Victoria è stato caratterizzato da diverse acquisizioni nel corso di questi anni: ci sono altre operazioni di espansione in programma a breve termine?

«Le acquisizioni erano funzionali al raggiungimento di un obiettivo ben preciso, ovvero crescere e strutturarsi raggiungendo determinate dimensioni. Ad oggi non sono previste altre acquisizioni, ma gli investimenti proseguono e a breve cominceremo la costruzione di un nuovo stabilimento nell'area di Santa Maria, nel ravennate.

Parliamo di uno stabilimento che raccoglierà tutte quelle che sono, dal punto di vista tecnologico, le nuove tendenze recependo le necessità produttive emerse in questo periodo. Sarà uno stabilimento fortemente orientato al 'green', in grado di avvantaggiarsi di spazi molto importanti. Sarà uno stabilimento in grado di produrre circa dieci milioni di metri quadri la cui realizzazione credo ci impegnerà per i prossimi due anni».



Nuovi impianti e un hub logistico: Nuovocorso raccoglie altre sfide

L'azienda reggiana rilancia la propria gamma di grandi lastre, aumentando la capacità produttiva del 30% e il mercato risponde

a cura della redazione



Ivano Di Paolo



David Pifferi

Un 'nuovo corso', fuor di metafora. Perché l'azienda reggiana, stabilimento a Carpineti, sede amministrativa e commerciale a Scandiano ha rilanciato, di recente, le proprie ambizioni, capitalizzando al meglio la domanda – in crescita – che ha sorretto il mercato dopo l'emergenza pandemica.

Unità produttiva rivoluzionata, gamma prodotti all'avanguardia sono gli asset sui quali, spiega l'AD di Nuovocorso **Ivano Di Paolo**, «abbiamo costruito nel post-pandemia, una crescita a doppia cifra. Un incremento che non si è tradotto solo nei metri quadrati prodotti e venduti, ma anche dall'approdo su nuovi mercati, che si sono aggiunti ai tanti sui quali la nostra azienda è abituata a dire la sua, nonostante si tratti di una realtà a suo modo giovane». Oltre a Di Paolo, alla guida dell'azienda reggiana c'è **David Pifferi**, Presidente e AD, terza generazione di

una famiglia di imprenditori legata a doppio filo alla produzione ceramica, che guida, appunto, il 'nuovo corso' di cui si diceva prima. «Stiamo crescendo, la scelta di spostarci a Scandiano risponde all'esigenza di spazio imposto dalla logistica delle grandi lastre: recepire il cambiamento in modo rapido ed efficace è un obiettivo che stiamo perseguendo con investimenti importanti: basti pensare che abbiamo capannoni, costruiti ai tempi di mio nonno, all'interno dei quali si produceva il 7,5x15: oggi produciamo 160x320 e la prospettiva, come le necessità aziendali, cambiano considerevolmente. Posso dire che nel 'passaggio' mi hanno aiutato la mia famiglia, tradizionalmente legata al settore, e il fatto che l'evoluzione dell'azienda muoveva da basi solide, oltre che da un know how consolidato».

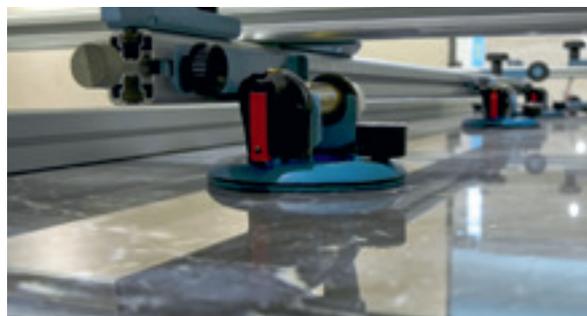
Ecco la svolta, allora: «siamo stati tra i primi – aggiunge Pifferi – ad introdurre sul mercato il





bookmatch in 12 mm e in 2 CM, dal 2017 abbiamo introdotto, tra i primi in Italia, la levigatura a secco e abbiamo investito e innovato senza soluzione di continuità, aumentando la capacità produttiva del 30%, convinti di poter raggiungere obiettivi importanti». Le due unità cui fa capo Nuovocorso sono eminentemente produttiva la prima, presso la quale sono allocate anche tutte le fasi di finitura che garantiscono al prodotto il valore aggiunto richiesto, complice un nuovo forno e sistemi di decorazione digitale di ultima generazione, logistica e commerciale la seconda. «L'obiettivo – spiega ancora Di Paolo – è assecondare una domanda in crescita: sappiamo che la strada, anche per trovare altro spazio sul mercato, è lunga, ma l'abbiamo intrapresa con convinzione e determinazione».

Aggiornando la gamma produttiva, migliorando la sinergia tra le diverse divisioni, studiando soluzioni in grado di ottimizzare i processi e soprattutto recependo le istanze di un mercato che, dice ancora Pifferi, «dal made in Italy della ceramica pretende qualità e servizio, oltre che quell'eccellenza, tecnica ed estetica, che ha fatto la fortuna delle superfici ceramiche prodotte qui nel distretto». In Italia come all'estero: «oltre l'80% del nostro fatturato – conclude Di Paolo – è concentrato sull'estero, con Nord America e Medio Oriente come punti di riferimento, ma le bandierine, in questi ultimi anni, le abbiamo piantate un po' ovunque». La strada, insomma, è tracciata...



«Nuove acquisizioni? Ci stiamo lavorando»

a cura della redazione



Graziano Verdi

Due chiacchiere con Graziano Verdi, CEO del Gruppo Italcera, in coda a questa strana estate che ha visto diverse aziende fermare le produzioni solo per tempi brevissimi, o addirittura non fermarle nemmeno. A marzo, tra extracosti energetici e carenza di materie prime, si paventava lo spegnimento di diversi forni, e invece... «Invece ci sono diverse aziende – spiega Verdi – e tra queste anche quelle del nostro Gruppo, che alla luce del portafoglio ordini hanno deciso di continuare a produrre anche in agosto, durante un'estate che è stata comunque torrida, e non solo per le temperature quanto per i problemi che persistono a livello di costi dell'energia e di approvvigionamento di materie prime. Quanto accadrà da qui a fine anno lo scopriremo, ma se oggi la domanda è alta un diffuso rallentamento sui mercati si nota già»

Graziano Verdi, CEO del Gruppo Italcera, punta ad espandere ulteriormente l'hub che fa capo a Mindful Capital Partners: «in atto – dice – ci sono diverse valutazioni»

Inevitabilmente, direi: il gas continua a costare moltissimo...

«Questo è e resta un grosso problema, non solo per il settore della ceramica, ma per tutto il sistema industriale italiano. Se passasse davvero la linea, suggerita dalla Germania e che l'Europa sembra avallare, di

«Il costo del gas rappresenta un problema: non solo per la ceramica ma per tutto il sistema industriale italiano»

ridurre del 15% i consumi e del 7% quelli italiani, e se questa riduzione si tradurrà, come sembra, in un taglio lineare la prospettiva di dovere chiudere nei mesi invernali è un rischio concreto»

Il tutto mentre il Gruppo Italcera viaggia a gonfie vele, con performance ragguardevoli in termini di vendite e fatturato...

«I ricavi consolidati nel 2021 hanno superato i 260 milioni di euro con una crescita a pari perimetro di oltre il 30% sul 2019 e 2020: siamo soddisfatti, certo, ma siamo già concentrati sui prossimi, di numeri. Questi, anche se molto positivi, appartengono al passato, mentre è obbligatorio, per realtà come le nostre, fare i conti con il futuro...»

E con la sostenibilità, diventato un asset imprescindibile del fare impresa: di recente Italcera ha pubblicato il bilancio di sostenibilità...

«Abbiamo lavorato duramente non solo per porci sul mercato in modo sempre più efficace, ma anche per migliorare tutti gli aspetti legati all'ESG e abbiamo ottenuto riconoscimenti importanti, che ci collocano tra le cento aziende italiane più sostenibili, l'Università Cattolica e più di recente il Codacons





hanno riconosciuto i nostri sforzi, premiando anche il nostro Gruppo tra le 55 aziende italiane che si sono più impegnate in per la difesa dell'ambiente e la riduzione delle emissioni di CO₂»

Sempre quest'anno avete anche ricevuto gli 'Abbracci' di San Patrignano, saldando un legame 'speciale' tra il Gruppo e la comunità...

«Nell'ambito delle cose che facciamo per il sociale abbiamo cercato di valutare un progetto che potesse essere utile a sostenere l'impegno della comunità romagnola nei confronti di ragazzi che vivono una situazione difficile. Così, abbiamo pensato di destinare una piccola parte dei nostri risultati a San Patrignano, in modo che potesse essere utile al bene di tutti»

Il Gruppo in questi anni si è sviluppato con una importante crescita organica ma anche con numerose acquisizioni: nel distretto corre voce che siate pronti ad un altro colpo. Nel mirino avreste, stando ai si dice, un'azienda che produce grandi lastre...

«Diciamo che siamo abituati a parlare di queste operazioni quando arrivano a conclusione, ma è vero che le grandi lastre sono l'unica tipologia produttiva che ancora manca nell'ambito degli asset produttivi del Gruppo, quindi ovviamente stiamo guardando diversi dossier sul tema e in atto ci sono una serie di valutazioni. Ma è ancora certamente troppo presto per dare l'operazione per fatta, magari l'annuncio ufficiale arriverà tra qualche settimana»

Di annunci, ad altri livelli, ne stiamo ascoltando

parecchi oggi, in piena campagna elettorale complice la caduta del Governo Draghi: per chi fa impresa le elezioni incombenti sono una preoccupazione in più?

«Sono una preoccupazione perché se pensiamo a quello che è accaduto vediamo che la classe politica ha giubilato una delle figure più capaci mai espresse dal Paese a livello di Governo. Ha vinto l'ignoranza, e quando vince l'ignoranza un po' di preoccupazione è inevitabile»

Si va al voto il 25 settembre, il 26 comincia il Cersaie...

«Puntiamo con decisione sul secondo, e presenteremo diverse collezioni con tutti i brand che fanno capo al nostro Gruppo, ovvero Rondine, Equipe Cerámicas, Ava La Fabbrica, Elios, Cedir, Bottega e Devon&Devon, anche considerato che secondo le previsioni i visitatori dovrebbero tornare ai livelli

«La caduta di Draghi? La classe politica ha giubilato una delle figure più capaci mai espresse dal Paese a livello di Governo»

prossimi del 2019. Stiamo lavorando per prepararci al meglio e nel frattempo aspettiamo qualche buona notizia sia sul fronte dell'energia che dalla risoluzione del conflitto ucraino: potrebbero essere segnali di ripartenza importanti non solo per la ceramica, ma per tutto il sistema manifatturiero del nostro Paese e per l'Europa tutta».



Gruppo Bardelli: 60 anni di storia

Fondato negli anni Sessanta,
si è specializzato nella
produzione di piccoli formati

a cura della redazione



«La nostra mission non è solo dialogare con retail e distributori, ma anche con il mondo dell'intermediazione professionale dell'interior design e degli architetti e, soprattutto, con il consumatore finale, vero ed unico giudice, oggi, del prodotto e delle sue qualità». Le parole di **Alberto Bardelli**, Presidente del Gruppo Bardelli, raccontano bene l'approdo più recente di un lungo percorso che ha visto questa realtà attiva oggi sul mercato con tre marchi (Appiani, Bardelli, Vogue) attraversare oltre mezzo secolo di storia. «Era il 1962 – racconta – quando mio padre fondava, forte dell'esperienza maturata come Direttore di stabilimento di un'azienda di mosaico vetroso, la Ceramica Bardelli: produceva piastrelle in bicottura che già si ispiravano al design ed è cresciuta nel tempo, acquisendo aziende e marchi storici, quali Vogue, Gabbianelli, Vicano, Accademia, Appiani». I passi successivi sono il cambio di denominazione in Altaeco SpA e, dopo la crisi del 2008, la razionalizzazione del Gruppo che si struttura

attorno a tre marchi (Bardelli, Vogue ed Appiani) e agli stabilimenti produttivi di Vittuone (bicottura), Vergnasco (gres smaltato) ed Oderzo (mosaico ceramico) che prelude ad un ulteriore, e definitivo, cambio ai vertici societari. Oggi, insieme all'attuale Presidente, al timone ci sono i figli Gianmaria e Gianandrea che suggeriscono un'ideale continuità aziendale e la matrice 'familiare' della stessa, confermata anche dal mantenimento della sede a Vittuone, dove è di fatto cominciata la storia del Gruppo. Un assetto snello e dinamico garantisce invece al Gruppo la possibilità di presidiare il mercato esprimendo appieno le potenzialità della nuova governance. «A Vergnasco, nel biellese, produciamo gres smaltato in piccoli formati ed a Oderzo, nel trevigiano, il mosaico. Le necessità di prodotti che non possono essere soddisfatte dalla produzione interna vengono commissionate a fornitori selezionati e costantemente controllati», spiega ancora Alberto Bardelli, evidenziando come sia questa «la



differenza più marcata fra l'attuale Gruppo Bardelli ed il passato: oggi l'azienda si colloca in una via di mezzo fra produttiva e commerciale, dove più che la produzione fisica si vuole mantenere internamente la R&S, vero patrimonio aziendale da custodire gelosamente e che conferisce originalità ai marchi determinandone il successo». Già: l'antico 'saper fare' ceramico coniugato con le necessità imposte dal mercato contemporaneo, declinato su tre marchi forti di un know how pluridecennale, sul quale si sono innestate logiche quali il 'make to order' che sottende alla gestione dei processi. Due anni di investimenti sui magazzini, resi più flessibili, ma anche sugli impianti produttivi. «L'importanza di avere un magazzino efficiente, per la nostra realtà con prodotti in piccolo formato molto articolati, con numerosi codici e vendite per lo più "spallettizzate", era - spiega il Direttore Generale **Antonio De Marco** - un obiettivo primario». Non l'unico raggiunto, innovando e investendo. «Attraverso la nuova logica del produrre "sul venduto", perseguita aumentando la capacità delle smalterie e lavorando gli ordini in maniera alternata, abbiamo calmierato i consumi riducendo drasticamente sprechi di materie e materiali, sempre più preziosi. E possiamo vantarci - aggiunge De Marco - di produrre la piastrella più piccola al mondo! A tal proposito stiamo facendo molti investimenti innovativi in questo campo, dall'introduzione dell'impasto in gres porcellanato sino all'adozione di nuove tecnologie produttive provenienti da ricerche extra settore». Il Gruppo oggi dispone oggi di macchinari in grado di realizzare composizioni di mosaico in maniera automatizzata unitamente ad una componente manuale grazie al know-how delle maestranze, «che hanno reso possibile - aggiunge il Presidente Alberto Bardelli - il programma Custom Made di Appiani, ovvero una selezione di oltre 140 colori destinati a comporre i mosaici figurativi personalizzati per i Clienti più esigenti, montati manualmente tessera per tessera». Antico saper fare e modernità appunto, con «ultime novità - conclude De Marco - che riguardano prodotti con impasti in gres porcellanato, nuovi formati mosaici e superfici antibatteriche oltre che l'utilizzo delle moderne stampanti 3D che garantiscono un ulteriore grado di personalizzazione degli schemi di posa».



Alberto Bardelli



Antonio De Marco



Ceramicanda, via alla stagione 2022/23

a cura della redazione



Il settembre segna, per convenzione unilaterale ma ormai accettata, l'inizio del cosiddetto 'anno ceramico' e con l'anno ceramico riparte, dopo la pausa estiva, anche la stagione di Ceramicanda. Intesa non solo come trasmissione televisiva che, da quasi trent'anni, ha scelto per prima di raccontare il settore ceramico e spiegarne la progressione, le dinamiche, i successi e le criticità puntando su un registro che ha saputo aggiornarsi di anno in anno, agganciando la propria narrazione alle nuove modalità di comunicazione indotte prima dal web, poi dalla diffusione diffusa dei devices, e infine dalla crescita esponenziale dei social network. Ma intesa come piattaforma comunicativa che oggi spazia in più ambiti, rimanendo fedele ad una cifra stilistica ben riconoscibile ed altrettanto apprezzata ma strizzando l'occhio alle nuove modalità imposte

Molte conferme e moltissime novità per il palinsesto stagionale del gruppo editoriale fondato e diretto da Roberto Caroli

dall'avanzare della tecnologia, dalla necessità di essere 'smart' senza perdere di vista la necessità di 'informare e approfondire'. Eccola, allora, **la stagione 2022/23 di Ceramicanda**, tra un freepress ormai prossimo al numero 300 – traguardo che festeggeremo come merita - e due magazine, tra un TG quotidiano, il **TG Dstretto**, e un'app, tra l'appuntamento televisivo settimanale e i canali tematici online, fino all'evento fieristico di **ALLFORTILES**, la due giorni espositiva/culturale presso ModenaFiere di 'incontro e confronto' che il Gruppo fondato da Roberto Caroli ha ideato nel 2017, facendone in pochi anni uno degli appuntamenti centrali dell'anno ceramico. 'Squadra che vince non si cambia', recita un vecchio detto, ma il consolidamento passa necessariamente dalle innovazioni e, nel suo tenere i piedi ben piantati nel terreno che lo ha visto crescere, il Gruppo non smette di guardare avanti, e anche quest'anno le novità non mancheranno. A partire dal TG in onda, ogni giorno alle 12, sulla **nostra app** e visibile anche sul nostro sito **www.ceramicanda.com**, arricchito da rubriche che metteranno sotto la lente di ingrandimento della redazione quanto accade tra le due sponde del Secchia che chiamiamo distretto e non solo. Perché la dimensione del 'cluster' modenese-reggiano che raccontiamo da quasi 30 anni ha varcato da tempo i suoi confini 'fisici' e Ceramicanda si è adeguata, tra reale e virtuale. Abbiamo messo, fuor di metafora, *il gettone nell'iphone* ed eccoci qua, tra rete a carta. In rete con il sito ufficiale e i canali social, forti di una redazione dedicata, con **Ecetile**, ultimo approdo del nostro narrare il distretto e le aziende che lo fanno grande, su carta con i capisaldi de **'Il Dstretto'**, *il giornale di tendenza che non grava sulle casse dello Stato*, e con **Ceramicanda**, il magazine che anziché lasciare, due anni fa, ha raddoppiato, aggiun-



EC CETILE

**Esstetica e prodotto:
l'evoluzione
del made in Italy
ceramico**



EC CETILE vuole rendere omaggio a questo straordinario materiale nelle sue declinazioni più moderne. Mostrerà le superfici ceramiche per la pavimentazione ed il rivestimento delle case, per la pavimentazione dei giardini, per i top da cucina e per il bagno. EC CETILE è evoluzione della ceramica made in Italy, è il portale dedicato alle ispirazioni, alle ultime collezioni, agli ambienti, agli effetti, ai formati, ai materiali, alla posa e alle soluzioni.

TG DISTRETTO

**Anche una nuova
rubrica all'interno
del nostro
quotidiano online**



Di nuovo online il nostro Tg quotidiano, visibile sulla nostra app ogni giorno dalle 12. Circa 10 minuti di informazione smart, veloce e anticonvenzionale, che racconta cosa succede qui e altrove, e da quest'anno aggiunge una voce al suo narrare. Quello della 'pancia' del distretto, con interviste esclusive a chi il distretto lo fa, quotidianamente, andandoci a lavorare dentro: non necessariamente alle scrivanie, più spesso dentro i capannoni. O sulle strade.

ALLFORTILES

**La 'nostra' due giorni
torna a ModenaFiere:
appuntamento
a maggio**



Ci si vede a maggio, il 10 e l'11, con un programma che riscriverà molto di quello che si è già detto e si dirà da qui ad allora. Con una tavola rotonda che metterà, l'uno di fronte agli altri, i tanti protagonisti del distretto ceramico che Ceramicanda raccoglie attorno a sé, presso i padiglioni della fiera modenese. Momento espositivo e culturale a due passi da distretto, nacque nel 2017 perché c'era bisogno di 'fare spogliatoio'. Cinque anni dopo, ce n'è ancora bisogno...

gendo alla rivista '**ALLFORTILES magazine**', diversificando le tematiche oggetto di analisi a garantire visibilità ancora maggiore alle tante aziende che si seguono e ci sostengono. E restano, queste aziende, il fulcro di una narrazione che, anche grazie al web, va oltre se stessa, moltiplica opportunità e possibilità, senza tuttavia limitarsi a registrare quando accade, ma piuttosto indagandolo e, in un certo senso, studiandolo, senza venir meno a quel registro che ha premesso al Gruppo fondato e diretto da Roberto Caroli di essere qualcosa di più che il **microfono del distretto**. Dagli imprenditori alle associazioni, dalle imprese alle loro innovazioni, fino al territorio e alle sue istanze, non c'è angolo del distretto che Cera-

micanda, in questi anni, non abbia esplorato, per raccontarlo e farne oggetto di indagine giornalistica, nel senso più proprio del termine. E ritagliandosi uno spazio di tutto riguardo, tanto seguito quanto imitato, all'interno del quale si informa e si racconta. E all'interno del quale, anche grazie ad ALLFORTILES, si raccolgono proposte, riflessioni e idee in grado di garantire al distretto ceramico, e a chi quotidianamente ne scrive i successi (e, più raramente, gli insuccessi) quell'occasione di 'incontro e confronto' imprescindibile per un sistema che vuole definirsi non più solo moderno, ma contemporaneo. Perché oggi questo ci serve, ovvero essere il più contemporanei possibile.





Floor: Uniche Ostuni
Walls: Crogiolo Lume Off-White, Beige
Furnishings: Grande Marble Look Verde Borgogna,
Grande Resin Look Verderame

MARAZZI

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



FLORIM ENTRA IN CO2ALIZIONE

Nuovo cambio di statuto: verso un'economia a zero emissioni nette

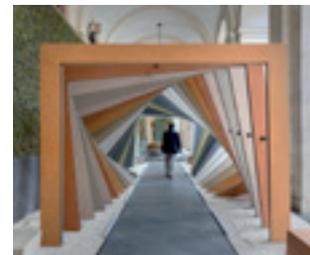
C'è anche Florim tra le aziende Italiane che per prime hanno aderito a CO2alizione, dichiarando il proprio impegno verso le zero emissioni nette. Come specificato nel Bilancio di Sostenibilità, a dicembre 2021 l'azienda ha cambiato lo Statuto inserendo lo specifico impegno verso la neutralità climatica. Le aziende aderenti a CO2alizione 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. Con la modifica statutaria che esplicita l'impegno verso la neutralità climatica Florim prosegue un cammino sfidante e virtuoso nella sostenibilità. Oltre al Florim, tra le aziende più note che hanno aderito a CO2alizione Italia ci sono Chiesi Group, Danone Italia, Fileni, Gruppo Hera, Mutti, NATIVA, Nespresso Italiana, NWG Energia, NWG Italia, SNAM.



ACCELERAZIONE GREEN PER PANARIAGROUP CON 'THINK ZERO'

Un nuovo progetto di sostenibilità grazie al quale la società neutralizza le emissioni di carbonio relative alle lastre ultrasottili

Panariagroup ha presentato – in occasione della cerimonia inaugurale del Landscape Festival di Bergamo – il nuovo progetto di sostenibilità a lungo termine: THINK ZERO. Il programma rappresenta un passo strategico: la compensazione delle emissioni dell'intera produzione di gres laminato, ceramica ultrasottile che Panariagroup per prima ha creato per ridurre drasticamente l'impatto ambientale oggi consente ai brand del Gruppo (Cotto d'Este, Panaria Ceramica, Lea Ceramiche in Italia e Margres in Portogallo) di fornire il primo prodotto certificato 100% Carbon Neutral nell'ambito della produzione italiana di ceramiche. L'ottenimento della certificazione Carbon Neutral per le grandi lastre ultrasottili è l'apice di un processo studiato e sviluppato accuratamente nel corso degli anni, che ha visto Panariagroup investire circa 110 milioni di euro in innovazione ed aggiornamento tecnologico negli ultimi 5 anni. THINK ZERO nasce dalla volontà di perseguire un approccio fattuale e concreto alla sostenibilità. In quest'ottica, Panariagroup ha avviato la mappatura di tutto il processo produttivo e del ciclo di vita delle lastre ultrasottili – dall'estrazione delle materie prime fino alla demolizione del prodotto installato – per intervenire strategicamente sulla riduzione dell'impronta ambientale complessiva, fino a compensare completamente le emissioni di CO₂, ben oltre, quindi, le direttive ETS europee.



NUOVO IMPIANTO DI COGENERAZIONE DI ITALGRANITI GROUP

Fornisce energia elettrica 24/7, garantendo l'autosostentamento dello stabilimento di San Martino in Rio

Italgraniti Group ha completato l'installazione di un moderno impianto di cogenerazione ad alto rendimento che ha una potenza nominale di 4.424 kWh. Partendo dal gas naturale come unica fonte energetica, l'impianto permette la produzione combinata di energia elettrica e di energia termica, incrementando enormemente l'efficienza del combustibile di partenza e tagliando – rispetto alla produzione separata di elettricità e di calore – i costi energetici e le emissioni di CO₂. Già prima dell'insorgere della crisi energetica, Italgraniti Group si è posto, tra gli obiettivi strategici, lo sviluppo sostenibile, rispetto al quale l'autosostentamento energetico risulta cruciale. Già perfettamente funzionante, l'impianto è in grado di fornire energia elettrica 24/7, garantendo da questo punto di vista l'autosostentamento dell'intero stabilimento di San Martino in Rio, in programma di Reggio Emilia. Qualora la produzione di energia dovesse eccedere il fabbisogno interno, il surplus sarà ceduto alla rete di distribuzione nazionale.

ATLAS CONCORDE: 60 MILIONI PER LO STABILIMENTO DI FINALE EMILIA

Un investimento destinato a potenziare, da giugno 2023, la produzione di grandi lastre



Un investimento di oltre 60 milioni di euro per realizzare, presso il sito produttivo di Finale Emilia, un nuovo stabilimento per la produzione di grandi lastre in gres porcellanato. Lo annuncia Atlas Concorde, che punta a consolidare, con questa operazione, il proprio ruolo di player di riferimento nel panorama ceramico mondiale. Il nuovo impianto, che prevede l'ampliamento della fabbrica esistente per una superficie aggiuntiva di 35mila metri quadri di estensione, verrà realizzato con le più avanzate tecnologie produttive e raggiungerà i più elevati standard di sostenibilità ambientale del settore, dimostrando l'impegno di Atlas Concorde nel voler contribuire a un futuro a zero emissioni di carbonio. Lo stabilimento entrerà in funzione nel giugno 2023 e genererà un aumento di circa il 60% degli attuali posti di lavoro presso il sito di Finale Emilia. Quest'ultimo investimento si aggiunge ai 160 milioni di euro stanziati da Atlas Concorde negli ultimi 5 anni per lo sviluppo industriale e logistico e punta a rafforzare il posizionamento dell'azienda nel segmento delle grandi lastre ceramiche. La struttura sarà ricoperta da un impianto fotovoltaico in grado di generare fino a 3.850 MWh all'anno con una conseguente riduzione di 2.000 tonnellate di CO₂. Inoltre, opererà garantendo ridottissime concentrazioni di emissioni inquinanti e sarà "Hydrogen Ready", pronto per la futura introduzione dell'idrogeno nel processo produttivo.

LA COPERTINA DI FORBES PER FEDERICA MINOZZI

La prestigiosa rivista le ha dedicato la prima pagina e una lunga intervista



Forbes Italia, il magazine più famoso al mondo su classifiche, cultura, economica, leadership imprenditoriale, innovazione e lifestyle, dedica la copertina di luglio e un'ampia intervista a Federica Minozzi, CEO di Iris Ceramica Group, definendola "La Regina della Ceramica" e presentandola come esempio imprenditoriale di successo. L'intervista, realizzata dal Direttore di

Forbes Italia Alessandro Rossi, illustra il suo stile manageriale autentico e dinamico, facendo emergere le sue esperienze e aspirazioni future. Le sue parole dimostrano come la sostenibilità, l'innovazione e l'eccellenza nella qualità siano da oltre 60 anni i valori fondanti del Gruppo, il cui obiettivo è esprimere una nuova cultura della ceramica come uno dei materiali più nobili e sostenibili al mondo.

LAMINAM ACQUISISCE IL PARTNER POLACCO INTERSTONE

L'azienda fiorenese acquisisce il proprio distributore polacco, di cui già deteneva una quota del 30%.

Lo scorso 30 agosto è stato firmato l'accordo con il quale Laminam acquisisce l'azienda polacca, di cui già deteneva il 30%. L'accordo consente di valorizzare



il posizionamento strategico del marchio che, a dispetto dei limiti congiunturali, si conferma determinato nell'ottimizzazione della catena del valore puntando su processi di acquisizione mirati, altamente strategici. La collaborazione tra le due realtà, avviata nel 2012, va a consolidare la struttura commerciale e distributiva, assicurando la copertura dell'intero territorio nazionale attraverso 6 poli logistici. L'accordo rafforza il percorso di crescita internazionale di Laminam che, con questa acquisizione, va ad affiancare la Polonia alle già consolidate filiali europee di Spagna, Germania, Francia, Benelux e Regno Unito e quelle extra continente di Stati Uniti, Canada, Israele, Cina, Giappone, Russia e Australia.





Lapis

Appiani

brand specializzato in mosaico ceramico con una forte componibilità espressiva e funzionale.



Monoscopio

design Dainellistudio

Ceramica Bardelli

l'eccellenza qualitativa tipica del Made in Italy combinata a soluzioni espressive di design visionario.



FLAUTI

Ceramica Vogue

un brand che sotto il segno del colore esprime un sistema di piccoli formati e soluzioni speciali per l'architettura.



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 sostenibilità? O è per tutti, o non è 'sostenibile'

a cura di Cristiano Canotti
e Stefano Fogliani

Sviluppo, innovazione, rivalità, e un occhio al 'green': tra innovazione radicale e incrementale, un viaggio verso la sfida del settore ceramico ad un domani che è già ieri: chi la sostiene, la sostenibilità?

Quando giriamo per le fiere che, ai quattro angoli del globo, magnificano il prodotto ceramico esaltandone le eccellenze tecniche ed estetiche troviamo, riflesso su superfici sempre più estese, la ragione che ha spinto la Commissione Europea a riconoscere nell'Emilia Romagna, di cui il distretto ceramico è uno dei motori, la regione italiana a più alto tasso di innovazione. Coniugare

aumenti di produttività e di efficienza, tipici di tecnologie rigide con processi basati sulle forti economie di scala, con l'aumento della flessibilità è la sfida con la quale, da sempre, il settore ceramico si misura, e non si fa in tempo a metabolizzare un risultato che, in continua metamorfosi adattativa, riconfiguriamo fabbriche, aziende, assetti proprietari ed organizzativi.

Il 'genius loci' emiliano: il capitale 'paziente' di famiglie orienta a risultati di lungo periodo, dettati da una rivalità atavica e dalla ricerca di vantaggi competitivi immediati



'Chi si ferma è perduto'

È il 'genius loci' emiliano, ed anche un po' romagnolo, dove il capitale 'paziente' di famiglie che dell'impresa hanno fatto un'estensione a suo modo 'naturale' e del fare impresa una ragione di esistere, orienta a risultati di lungo periodo. Dettati, si badi, dalla rivalità intensa atavica prima a livello personale e poi aziendale, e dalla ricerca continua e spasmodica di vantaggi competitivi immediati. Il tutto inquadrato, su un territorio non troppo esteso, dal riconoscimento per l'imprenditore di una elevata posizione nella scala dei valori sociali espressa dalla collettività locale. Perciò sono tutti 'primi a fare qualcosa': primi a fare la lastra più grande, poi quella più lucida, poi a ridurre i consumi e le emissioni... questo, ed il ruolo sociale dell'impresa, nel contesto ceramico di casa nostra, aprono il fianco ad un argomento ormai ossessivo, ovvero la sostenibilità, pietra filosofale e criterio guida di questo terzo millennio nel corso del quale che non è sostenibile è perduto, o comunque rischia di perdersi.

La sostenibilità 'sostenibile'

Tutti ne parlano (e spesso, si perdonerà il francesismo, in modalità supercazzola) ma pochissimi sanno davvero di che cosa si tratta, anche se il termine è nato negli anni Ottanta. Nelle scienze ambientali ed economiche, il termine sostenibilità si riferisce alla condizione di uno sviluppo (sostenibile, appunto) in grado di 'assicurare il soddisfacimento dei bisogni della generazione presente, senza compromettere la possibilità delle generazioni future di realizzare i propri'. Era l'ormai lontano 1987 quando il presidente della World Commission on Environment and Development (WCED) Gro Brundtland presentava il rapporto «Our common future», formulando linee guida tuttora valide che individuano le tre componenti attraverso le quali di decina il concetto, oggi abusatissimo, di sostenibilità. La prima economica, ovvero la capacità di generare reddito e lavoro per il sostentamento della popolazione, la seconda sociale, intesa come capacità di garantire condizioni di benessere (sicurezza, salute, istruzione, partecipazione,



«La sostenibilità non è una medicina da prendere in pillole, ma un concetto dinamico, in continua evoluzione»



giustizia) equamente distribuite. Infine, ovviamente, quella ambientale, intesa come capacità di mantenere qualità e riproducibilità delle risorse naturali.

La variabile ambientale

Oggi possiamo parlare di 'paesi emergenti', che in genere non si curano granchè dell'ambiente ma cercano lo sviluppo quasi ad ogni costo, e di 'paesi sviluppati', dove si applicano regole rigorose forse utili localmente, ma inutili globalmente. 60 anni fa eravamo tra i primi, ora siamo tra i secondi, e se i tre aspetti che 'fanno'

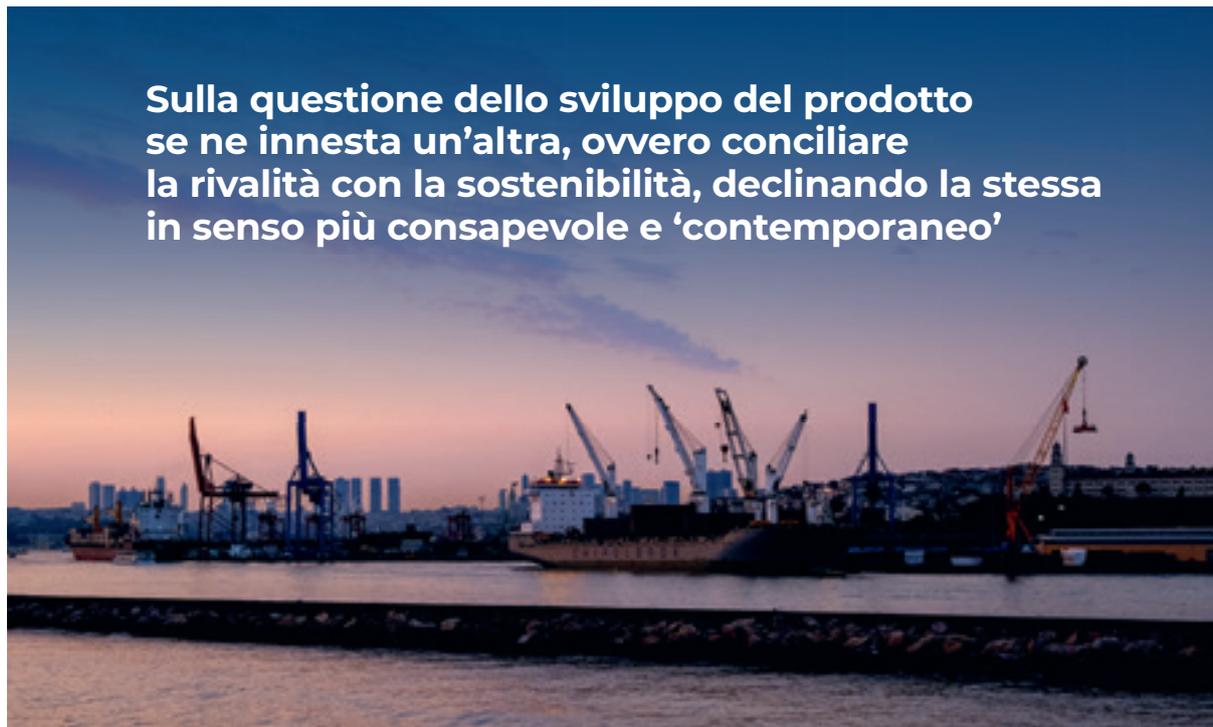
la sostenibilità – ambiente, società, economia – sono stati considerati in un rapporto sinergico e sistemico e, combinati tra loro in diversa misura per giungere a una definizione di progresso e di benessere, giova ricordare come la sostenibilità non sia una medicina da prendere in pillole, ma un concetto dinamico, in quanto le relazioni tra sistema ecologico e sistema antropico possono essere influenzate dallo scenario tecnologico, che, mutando, allenta alcuni vincoli relativi, per esempio all'uso delle fonti energetiche. Sviluppo uguale evoluzione, allora? Anche qui, bisogna intendersi. Gli inglesi, che sono precisi, hanno una parola dicono, 'development' e non 'evolution'.



Sviluppo, evoluzione, innovazione

L'evoluzione è il processo di trasformazione, graduale e continuo, per cui una data realtà passa da uno stato all'altro – generalmente migliorandolo o perfezionandolo – attraverso cambiamenti successivi. Perciò parliamo di evoluzione e sviluppo sempre in senso





Sulla questione dello sviluppo del prodotto se ne innesta un'altra, ovvero conciliare la rivalità con la sostenibilità, declinando la stessa in senso più consapevole e 'contemporaneo'

positivo, ma purtroppo esistono - come nei virus o nei tumori - sviluppi e varianti negative. L'evoluzione è tipica di processi e fenomeni disparati, ma a noi interessa la dimensione psicologica, sociale, culturale, dove si contrappongono sia a 'permanenza' dove c'è staticità, sia a 'rivoluzione', una brusca discontinuità... E diventa, nel caso del settore ceramico, 'innovazione', ovvero un 'cambiamento' che modifica radicalmente, o provoca comunque un efficace svecchiamento, di un'organizzazione aziendale, di un metodo o di tecnica di produzione. Cambia, per capirsi, il 'modo di fare' le cose, il processo, o cambia 'le cose' stesse, il prodotto.

Il mantra

'Proporre, progettare, tentare' è il nostro mantra territoriale, sia con l'innovazione radicale, molto rara, che è l'idea, il servizio, il prodotto completamente nuovi, che creano anche una nuova nicchia di mercato, ma più spesso con l'innovazione incrementale, quella che avviene tutti i giorni sotto i nostri occhi, soprattutto in un distretto con rivalità ataviche prima personali,

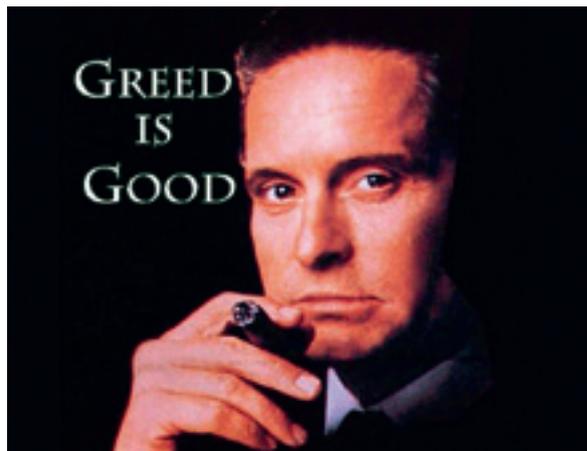
poi aziendali che spingono al miglioramento continuo - più o meno percepito - di quello che c'è già. Il fatto è che la Commissione Europea dice che la nostra Regione è sì la più innovativa in Italia, ma - senza meraviglia - resta ugualmente indietro in competenze digitali. Eppure siamo forti nell'automazione e nel fare 'macchine', siamo fortissimi nelle SME, Small Medium Enterprises perchè 'proviamo', 'riproviamo', e prima o poi 'ce la facciamo', grazie anche a competenze molto concrete e pratiche concentrate ed accelerate dal 'loop' locale.

Lo scenario, oggi

Il tema del momento, terreno di scontro e confronto, è probabilmente la stampa (digitale e contactless) di strutture in alta definizione su piastrelle piane con smalti ceramici (e non solo) 'moderni', mantenendo le caratteristiche estetiche, le proprietà tecniche e i vantaggi economici degli smalti ceramici tradizionali. Gli effetti visivi e tattili che si possono ottenere oggi rendono il prodotto estremamente realistico ('naturale'), e sempre più difficilmente distinguibile dai



materiali imitati o riprodotti. Conseguenze? Concorrenza spietata, Mors tua vita mea, homo homini lupus... Ma è davvero sviluppo, nel senso proprio del termine, fare tutti gli stessi prodotti? Fare tutti grandi lastre e nessuno più piastrelle? Lavorare tutti sulle stesse metodologie produttive, sugli stessi effetti estetici? Certo che no, ma sulla questione dello sviluppo del prodotto si innesta un'altra questione, ovvero conciliare la rivalità con la sostenibilità, il 'genisu loci' di cui dicevamo prima con la necessaria declinazione dello stesso in senso più consapevole e 'contemporaneo'. Perché siamo tra lo Yoda di 'Guerre Stellari' ('Provare no! Fare, o non fare! Non c'è provare!') e il Gordon Gekko di Wall Street ('Greed is good') che esaltava l'avidità come ideologia. Ma l'avidità, nel contesto di oggi, va gestita e ridotta: l'avidità è un accaparramento eccessivo e patologico di risorse a danno degli altri, e non perché fine a se stesso. E' quella che giudicava, ai tempi, inevitabile rischiare di morire ribaltati schiacciati da carri pieni di biscotto, con un contrappeso fatto da una pietra da 200 chili sulla ruota, mentre oggi sono magnifiche navette a guida automatica laser disegnare traiettorie ottimizzate al millimetro. E quella che, ammettiamolo, ha sacrificato – quando eravamo meno consapevoli e meno ricchi – al benessere sociale raggiunto nei decenni un po' di ambiente, cosa che oggi non può più accadere. Anche perché, pur riconosciuta, come già detto, dalla Commissione Europea come la Regione a più alto tasso di innovazione, l'Emilia Romagna è tra le aree europee peggiori- insieme all'Est Europa- per emissioni di polveri fini industriali e nel comprensorio Sassuolo-Scandiano, stando ad un notissimo rapporto del Ministero della Sanità, l'incidenza dei tumori alla tiroide è superiore del 46 per cento alla media nazionale, e più in generale si osserva un eccesso di cause di morte per malattie respiratorie. La sostenibilità, insomma, dev'essere per tutti e a chi la pensa diversamente – ormai nessuno – si oppone la nota citazione di Guy McPherson: 'Se davvero pensi che l'ambiente sia meno importante dell'economia prova a trattenere il respiro mentre conti i tuoi soldi'.



DETERDEK PRO

L'EVOLUZIONE NATURALE CON L'EFFICIENZA DI SEMPRE

FILA
surface care solutions

**L'UNICO RACCOMANDATO DA OLTRE 200 PRODUTTORI DI
PAVIMENTI E RIVESTIMENTI**



SENZA FOSFATI

Innovativa formulazione
ecocompatibile: è priva di fosfati.



RISPETTA L'AMBIENTE

Contiene tensioattivi di origine
vegetale ed EPA compliance.



INGREDIENTI BIODEGRADABILI

fino al 98%.



**RIMUOVE TUTTI
I RESIDUI DELLA
POSA E LE
INCROSTAZIONI
PIÙ TENACI**

**PULISCE A FONDO
I PAVIMENTI
ESTERNI
ED INTERNI**

**EFFICACE PER
CALCARE,
EFFLORESCENZE
E RUGGINE**

SCOPRI



DI PIÙ

DETERDEK PRO

si rinnova: il detergente
professionale di FILA, da sempre
considerato un must per la rimozione dei residui
cementizi post posa, scelto da centinaia di posatori,
diventa Eco Friendly nella nuova **formulazione ECO ADVANCED**.
Innovativa ed ecocompatibile ne mantiene inalterata l'efficacia e
rende le operazioni di pulizia ancora più sicure nel pieno rispetto
dell'ambiente.

PRIMA DOPO



26-30 SETTEMBRE



CERSAIE
Bologna - Italy

HALL 32
STAND
A32-B31

27-30 SETTEMBRE

MARMO+MAC

HALL 7
STAND
C6-C7



filasolutions.com



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' speciale

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

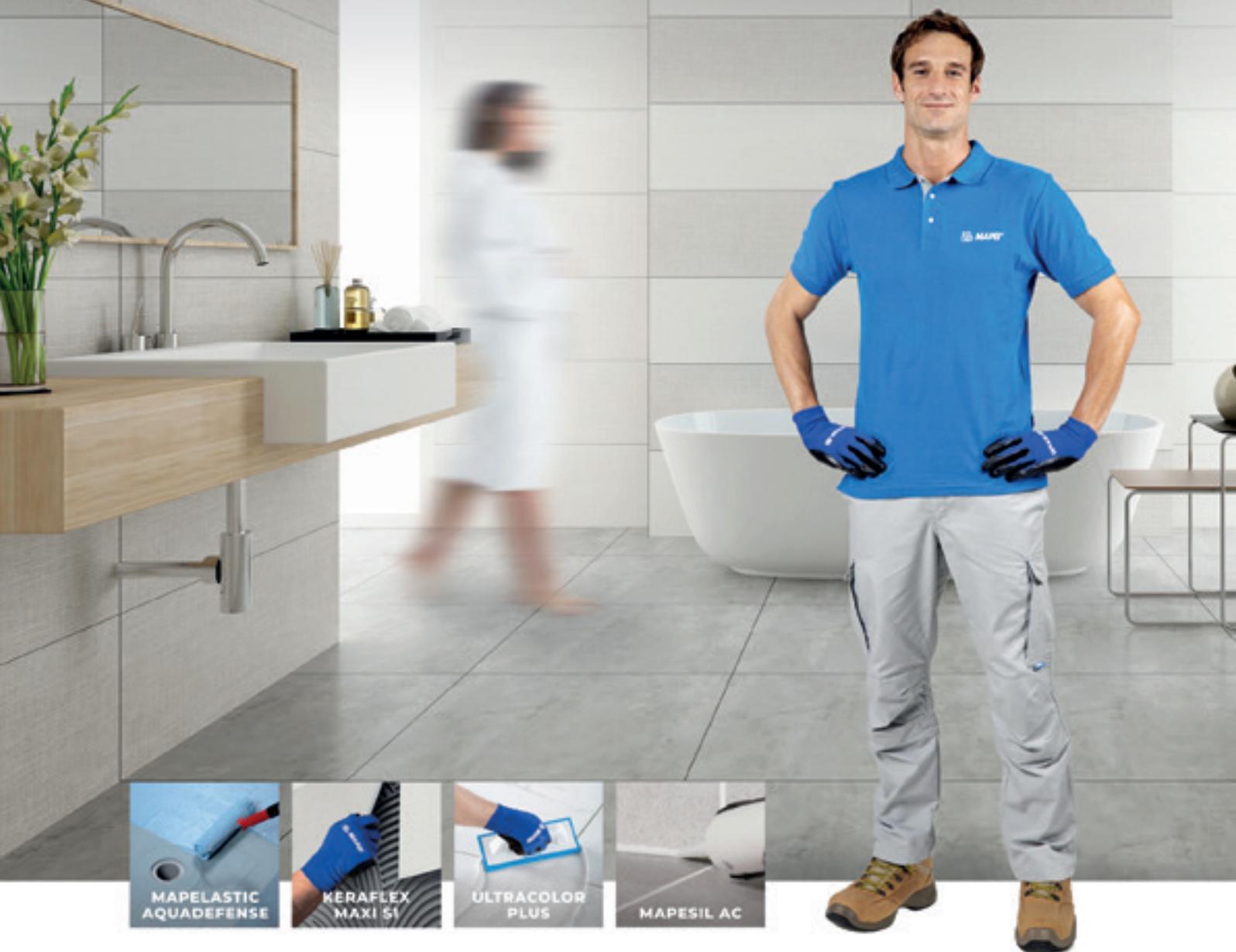
SASSUOLO (MO)
41049 - Via Pia, 77/A
Tel.: (+39) 0536.882774

Grazie per averci scelto

	pag.
ALE	59
CASALGRANDE PADANA	52
DEL CONCA	15
EDICER	8
FAP CERAMICHE	16-17
FILA	24-25-58
FLORIM	3^a e 4^a di copertina
GARDENIA ORCHIDEA	11
GRUPPO BARDELLI	44-45-51
IBATICI	30
ITALCER GROUP	20-21-22-23
LITOKOL	34
MAPEI	61
MARAZZI GROUP	48
MARCA CORONA	2^a di copertina
MIRAGE	18-19
NOVABELL	5
NUOVOCORSO	12-40-41
POLCART	33
PORCELANOSA	26
PORTO DI RAVENNA	35-36
VEP87	37
VICTORIA PLC CERAMICS ITALY	38-39



PER UN BAGNO IMPECCABILE,
LA SOLUZIONE SI CHIAMA MAPEI.



Il bagno oggi è sinonimo di design e benessere. I prodotti Mapei, efficaci, innovativi e semplici da usare, permettono di realizzare un ambiente esteticamente impeccabile, funzionale, sostenibile e durevole nel tempo.



CERSAIE
Bologna - Italy

PAD 25
STAND A2

PAD 32
STAND A8



MAPEI

85
years
1937-2022