

# CERAMICA NDA

M A G A Z I N E

UOMINI | AZIENDE | ECONOMIA | MERCATO | PROGETTI

152

AGOSTO - SETTEMBRE  
2023



## L'EVENTO

Il Cersaie celebra  
la 40ma edizione

## SCENARI

Ora a preoccupare  
sono i mercati

## IL CASO

ETS: i conti  
non tornano

## COMUNICAZIONE

Ceramica e social:  
a che punto siamo?

Le ispirazioni forniscono **nuove prospettive** agli ambienti di una casa,  
danno suggerimenti per una **personalizzazione** sempre più mirata  
a soddisfare ogni gusto.

RUSTICO  
MARITTIMA  
**ISPIRAZIONI**  
SOGNO  
OUTDOOR  
INDUSTRIAL  
URBAN  
A TUTTO  
COLORE!  
CHALET CHIC



Gli Ambienti contribuiscono nel guidare alla scelta dei **giusti materiali**  
per ogni tipologia di stanza, secondo le ultime innovazioni  
studiate dalle aziende ceramiche.

CUCINA  
CAMERA  
DA LETTO  
**AMBIENTI**  
LIVING  
BAGNO  
ESTERNI  
ATTIVITÀ  
COMMERCIALI



Gli Effetti che negli ultimi anni la ceramica è riuscita a raggiungere  
sono **straordinari**: si ispirano a materiali naturali, ma anche al metallo,  
al cemento, al vetro, pur mantenendo intatte le caratteristiche  
tecniche che la contraddistinguono.

LEGNO  
PIETRA  
**EFFETTI**  
MARMO  
VETRO  
METALLO  
CEMENTO



**ECCE**TILE   
evoluzioneceramica

per informazioni: tel. 0536.990323 - [marketing@ceramicanda.com](mailto:marketing@ceramicanda.com)

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



*Fiorini 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.

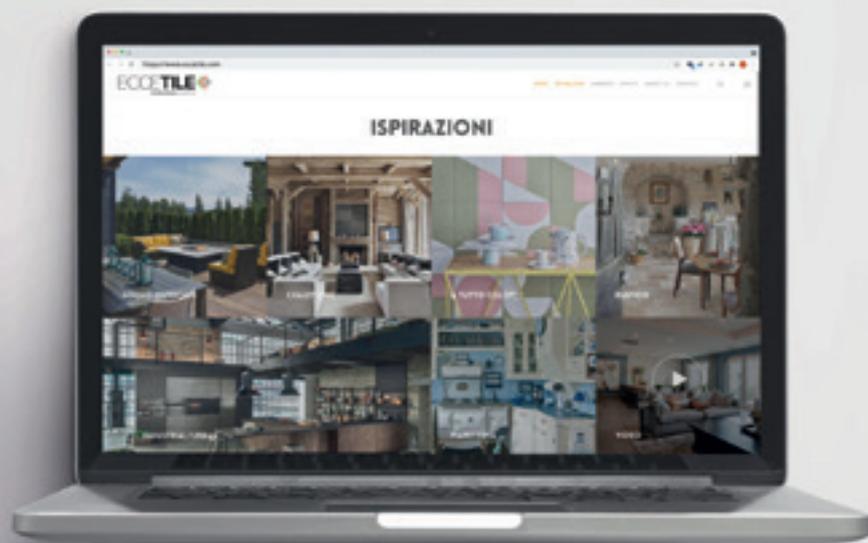
Frankfurt London Abu Dhabi Paris



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



CERA  
MICA  
NDA

# EDITORIALE

## Di picco in picco

---

di Roberto Caroli

carocaroli@ceramicanda.com

Parlando con un dirigente di un importante fondo d'investimento, uno di quelli che sono atterrati negli ultimi anni a Sassuolo per fare compere, è emerso quanto siano per loro più appetibili le aziende produttrici di tecnologia e smalti rispetto a quelle che producono superfici: "l'andamento economico delle aziende ceramiche è molto altalenante e troppo soggetto ad alti e bassi, questo frena non solo noi ma gli investitori esteri in generale". In effetti, se ci voltiamo indietro, non possiamo che essere d'accordo con l'uomo di finanza, al punto che il grafico dell'andamento del settore ceramico è sinusoidale, con picchi verso l'alto che si alternano con altri di direzione opposta. Al momento il settore sembra avere abbandonato il florido momento di euforia per intraprendere quello di segno opposto, con alcuni

incomodi fastidi in più rispetto ad altri momenti di stagnazione del passato: l'esplosione dei costi di produzione, il perpetuarsi della difficoltà a reperire alcune materie prime strategiche, il peso della transizione ecologica, in primis la tassa sulle emissioni di  $CO_2$ , i famigerati Ets. Ci confortano i brillanti risultati di bilancio, gli ebitda registrati negli ultimi tre anni e, come mi ha confermato un imprenditore che guida un gruppo di alta gamma, "ci siamo abituati, d'altra parte il nostro è un settore che ha queste caratteristiche". Purtroppo il cielo sopra Sassuolo presenta nubi che non promettono nulla di buono, se non abbondanti piogge e qualche violento temporale. Per alcuni mercati l'allerta è già scattata: quello italiano si è inchiodato dopo lo stop al Superbonus, soffre tutta l'Europa, Germania in testa, mentre in America





siamo a -12% in termini di valore e a -20% in volume. Sul fronte materie prime rimane difficile, se non impossibile a causa della guerra, reperire le argille ucraine, indispensabili per chimica e mineralogia; le poche tonnellate che arrivano in questi giorni a Sassuolo, grazie a rocamboleschi percorsi terra-mare, fanno parte di vecchie partite accatastate i cui prezzi, però, risultano insostenibili. Sul fronte Turchia c'è il problema del rinnovo delle concessioni minerarie, che sta mettendo in seria difficoltà alcuni tra i maggiori produttori di argille locali, non più in grado di far fronte ai considerevoli quantitativi richiesti. Si ripiega in Germania, quando le ferrovie non fanno i capricci, India, Portogallo, Francia. Il costo del gas è sceso a cifre più ragionevoli, oscilla tra i 40 e i 50 euro per megawattora, fortunatamente lontano dai valori di

agosto 2022, ma anche dal prezzo del 2021. Poi c'è il pianeta da salvare, l'anidride carbonica da azzerare, quella che fuoriesce dai comignoli delle fabbriche energivore da stangare, per la gioia delle industrie del restante 75% di mondo che continuano a inquinare indisturbate, in barba alla transizione ecologica partorita dal mondo occidentale. Ciliegina sulla torta i listini che tornano a proporre numeri al ribasso, alla faccia degli illusi, io per primo, che pensavano fossimo arrivati ad una svolta epocale, al raggiungimento di un prezzo al metro quadro finalmente più consoni alle qualità delle nostre superfici ceramiche! Tant'è! Com'è giusto che sia lo Stato intervenga nei momenti di difficoltà con gli ammortizzatori sociali... che già scaldano i motori in vista dell'autunno caldo alle porte!



Anno XXII - Numero 152 - AGOSTO - SETTEMBRE 2023  
(Chiuso in tipografia il 15/09/2023)

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

**IMMAGINI DI COPERTINA**  
CRISTINA FAEDI/  
INFINITE POSSIBILITÀ  
Rapita dalla lettura  
collage analogico in carta  
su piastrella di graniglia M.I.P.A.

**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

Di picco in picco

## 6 L'artista

Cristina Faedi

## 9 CERSAIE-1

La 40ma edizione comincia con il sold out

## 12 CERSAIE-2

Le tendenze estetiche delle superfici ceramiche

## 14 INTERVISTA

Il futuro del settore secondo Elisabetta Gualmini,  
presidente del Forum Europeo della ceramica

## 17 Mercato - 1

Gli Stati Uniti 'frenano': il made in Italy  
col 'fiatone'. Calano volumi e fatturato

## 21 Mercato - 2

Germania anno zero: l'autunno difficile  
della 'locomotiva d'Europa'

## 25 Il caso

ETS: per i produttori italiani  
un 'conto' da 70 milioni l'anno

## 33 Comunicazione

Le aziende ceramiche e i *social*:  
a che punto siamo?

## 37 Eccetile

Il portale di Ceramicanda continua a crescere

## 43 Il progetto

Infinity: un'avveniristica clinica ad Alicante

## 47 News Aziende

Prodotti e produttori

## 51 Cultura

'Una vita all'ormeggio':  
il nuovo romanzo di Roberto Caroli

## PRIMO PIANO

28 - Italcer Group  
31 - Gruppo Bardelli

## 52 Grazie per averci scelto

# Ahead of evolution

Bologna, 25-29 settembre 2023

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



## CERSAIE 40'

Bologna - Italy



[www.cersaie.it](http://www.cersaie.it)

L'evento per scoprire in anteprima le tendenze degli spazi architettonici.  
Il luogo d'incontro di progettisti, contractors e operatori del trade provenienti da tutto il mondo.

Promosso da



In collaborazione con



Organizzato da



Con il supporto di



### Cristina Faedi

Classe 1966, da sempre appassionata di arte, mostre, viaggi, cinema, musica, ha lavorato per 25 anni per l'industria ceramica italiana. Amante del design e dell'architettura, applica da circa due anni la sua vena creativa alla tecnica del collage analogico, fatto di carta ritagliata (foto, ritagli di giornali vintage, immagini varie) e colla, creando pezzi unici.

Si è aggiudicata diverse *challenges* (sfide) di collettivi internazionali di *collagists* che hanno portato alla conseguente pubblicazione dei suoi lavori; nell'ottobre 2021 è stata eletta *Influencer of the month* dalla community *#absurdist\_collageclub*, mentre nel 2022 ha creato il collage "Chiusa parentesi" per la copertina del libro "Sedici piucinquè" di Angela Albano edito da *Progettarte*.

Oltre a ciò ha realizzato il collage "Ripartire" per *TEDxReggioEmilia 2022* di cui è partner tecnico. Sempre nel 2022, i suoi lavori sono stati pubblicati su testate internazionali quali *Contemporary Collage Magazine* e sul volume *SOLO Collage Italia* di *Psicografici Editori* dedicato a 50 *collagist* italiani. A febbraio 2023 i collage sono stati esposti alla mostra "Infinite Possibilità - come il collage ha cambiato la mia vita" che si è tenuta presso il *Consorzio Creativo* di Modena.

*«Il collage – spiega Faedi – è una tecnica nata circa un secolo fa ad opera dei cubisti come una forma espressiva libera, di rottura rispetto agli stilemi noti fino ad allora, con contenuti surreali ed anche ironici. Io mi rispecchio totalmente in tutto ciò. Il collage è stato per me una vera epifania, la scoperta di un mondo nuovo, intimo e surreale. Una modalità espressiva scaturita da una ricerca interiore che ha portato concretamente ad una vita nuova e alla riscoperta di inclinazioni creative sopite. Il tagliare minuziosamente e l'incollare meticolosamente è anche un momento di straniamento, quasi una pratica Zen, dove il tempo si dilata a dismisura. Il creare diventa una esigenza, il ricercare una passione, il mondo assume una interpretazione puramente visiva fatta di simboli ed immagini, aprendosi a infinite possibilità compositive. Tramite il collage, la razionalità viene finalmente sedata, l'intuito ed il femminile prendono il sopravvento. Una esperienza che va oltre la mera pratica tecnica e compositiva, in particolare con i 'Personal Landscape', i collage sui "panorami personalizzati" intorno alla vita delle persone: il risultato non è solo un manufatto tangibile, bensì un trasferimento di emozioni dal committente al destinatario per mio tramite che, al di là della descrizione a parole, leggo fra le righe quello che è il trasporto e l'intensità che si generano in questo flusso informativo»*

Tutti i suoi lavori, realizzati con grande passione ed entusiasmo, sono storie narrate per immagini e simboli e sono raccolti su Instagram alla pagina *#infinite8possibilita*.

Mai porre limiti alla creatività!





Collages analogici in carta: "Checked Past"



"Origins"



"Elena e Pietro - Personal Landscape"



"The rising cat!"



T W I S T  
CERSAIE 23

S E P T  
2 5 / 2 9

HALL 26 STAND A74-B75

# Cersaie 2023: quarant'anni e non sentirli

a cura di Stefano Fogliani

Dal 25 al 29 settembre, a Bologna, un'edizione tra le più attese della fiera più importante per il made in Italy della ceramica

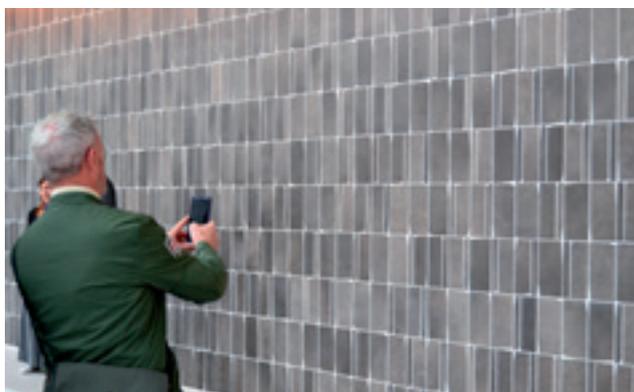


Quarant'anni. Il traguardo è di quelli che merita di essere celebrato e l'edizione 2023 del Cersaie è prevedibile dia corso ad aspettative importanti, complice una nutritissima presenza di espositori e operatori e l'elaborazione di un programma 'collaterale' di sicuro interesse. «Sarà un momento centrale nel confronto con il mercato mondiale e mi piace pensare che il tutto esaurito degli spazi

possa segnare anche una sorta di ripartenza. Cersaie è una rassegna espositiva internazionale, ma è anche e soprattutto la più importante vetrina della ceramica e dell'arredobagno made in Italy», ha detto il Presidente di Confindustria Ceramica Giovanni Savorani presentando una manifestazione che, prevedibilmente, confermerà la propria centralità, dando spessore anche agli auspici del Presidente di



BolognaFiere Gianpiero Calzolari, che l'ha definita «la fiera leader del settore ceramico». I numeri, del resto, confermano l'assunto: si parla infatti di «un'edizione da tutto esaurito e all'interno dei 15 padiglioni disponibili, che hanno una superficie complessiva di 145mila metri quadri interamente occupata, anche gli espositori – precisa il vicepresidente di Confindustria Ceramica Emilio Mussini - sono in crescita». Saranno 630 le aziende espositrici provenienti da tutto il mondo pronte a presentare in anteprima le nuove tendenze nel campo delle superfici e dell'arredo bagno per la progettazione dello spazio architettonico, e attorno a loro gli organizzatori hanno 'costruito' un percorso che dia senso compiuto alla 40ma edizione, attraverso cinque 'stazioni' che raccontano il contesto storico, il vissuto e gli eventi che hanno contraddistinto questi quattro decenni trascorsi sotto i padiglioni della fiera bolognese. La prima stazione si troverà al Centro Servizi e offrirà un'anteprima delle altre 4 stazioni situate nelle Gallerie 21/22 e 25/26, con l'ultima stazione nella Mall del padiglione 37. A supporto della sua settimana più importante, Cersaie ha avviato una campagna di comunicazione focalizzata sulla valorizzazione dei prodotti, dei progetti e degli eventi che hanno rappresentato importanti innovazioni nel corso di questi 40 anni non trascurando, con uno sguardo verso il futuro, le nuove evoluzioni e applicazioni del prodotto ceramico. Rinnovata e al tempo consolidata, la 'formula' della fiera non prescinde, naturalmente, dagli appuntamenti collaterali che prenderanno forma dopo il convegno inaugurale: se l'undicesima edizione di 'Cersaie Business' vede l'incoming internazionale superare le 240 presenze tra studi di architettura, interior designer, distributori, posatori e operatori del contract, viene anche confermato il programma culturale 'Costruire Abitare Pensare', presso la Galleria dell'Architettura, arricchito dalla presenza di nomi di primo piano nel mondo dell'architettura internazionale contemporanea, e confermato il format di 'Cersaie disegna la tua casa' che fa il paio con le iniziative 'dedicate' in programma presso la 'Città della posa'. Ultimi ma non ultimi i 'Caffè della stampa': 18 appuntamenti, che si svolgeranno nella location dell'Agorà dei Media.



# NovaBell

# KHROMA

ORIGIN OF THE EARTH



 **CERSAIE 40** 25/29 September 2023  
Bologna - Italy

**IN** • hall 25 stand A146 **OUT** • hall 26 stand A176

[www.novabell.it](http://www.novabell.it)

# Il verde e i colori della terra, fiori e jungle: a Cersaie 2023 si conferma la voglia di natura

a cura di Daniela D'Angeli

I trend degli ultimi anni si rafforzano ulteriormente nelle proposte in mostra a Bologna, con il cemento a fare da outsider



Gino Venturelli

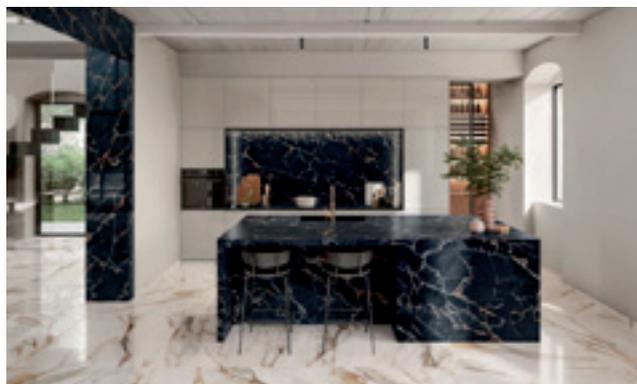
Le superfici ceramiche protagoniste di Cersaie sono bellissime! Sembrerà banale, ma è la certezza da cui partire nell'analizzare le tendenze estetiche che la faranno da padrone in questa edizione. Per indagare i trend abbiamo scelto di fare un salto fuori settore, con una chiacchierata con **Gino Venturelli**, attualmente direttore artistico di Gerflor ma con una lunga esperienza in diverse aziende del distretto. Iniziamo dal colore, tornato di grande attualità: «il verde è il protagonista di molte collezioni: contrariamente a

quello che noi in ceramica abbiamo sempre pensato è tornato di moda, e si propone sia nei materiali lapidei, marmi e pietre, che come tonalità per rilassare e riavvicinare alla natura». Una tendenza, quella del riavvicinarsi alla natura, che le aziende propongono con grande decisione. Sulla scia di questo mood «il tema colore si apre a tutte quelle tonalità terrose come l'ocra, il terracotta, il color polvere, sabbia, cipria: una gamma legata alla natura inorganica di grande tendenza». A fare da sponda al minimalismo che per anni ha contraddistinto le superfici ceramiche il cemento che, secondo Venturelli, «non è più quello cui eravamo abituati, è più granuloso, ricorda da lontano la nostra marmetta. E' un cemento rasato simile a quello dell'archeologia industriale, con una componente sabbiosa e la vena in superficie. Un cemento che guarda all'asfalto e a tipologie ancora più grezze, più povere. Possiamo dire che abbiamo abbandonato il minimalismo che prevedeva il grigio alla parete, l'acciaio e il vetro negli arredi: oggi il cemento ha il ruolo della parte neutra a pavimento che magari accompagna la componente tropicale a parete». E a proposito di natura ecco il tema tropicale, o jungle, un tempo prettamente estivo ed ora applicato universalmente, soprattutto a parete con pannelli di grandi dimensioni che 'guardano' alle carte da parati. «Una tendenza – conferma Venturelli – ancora abbastanza forte: credo continueremo a vedere questi quadri di 4 metri per 3 con fiori del diametro di un metro, un metro e mezzo che arredano gli ambienti.





E' definitivamente tramontata l'idea di decoro che vedeva il fiorellino fare il giro del bagno insieme alla cornice a rilievo: oggi c'è una parete estremamente decorativa e di fronte ti serve neutralità con una tinta unita o un effetto tessuto». Poi il legno che, dopo sperimentazioni anche ardite, si fa più essenziale. «Si è un po' depurato di tutti quei condizionamenti vintage: quello che va oggi ha pochi nodi, venature non troppo marcate e tonalità che ricordano i legni scandinavi come il rovere, ancora molto presente, o la betulla». Chiusura con la fuga, bandita per anni sulla scia dei diktat di architetti e designer, rivalutata invece da prodotti che hanno necessità di non creare quello che Venturelli chiama l'effetto isola: «la fuga diventa un elemento di arredo perché soprattutto negli stonallizzi permette di giocare la modularità in modo random, anche nei cementi c'è questa variazione cromatica che diventa importante perché dobbiamo differenziarci dalla resina. Dobbiamo spingere sulla differenza quando accosti pezzi diversi, noi creativi dobbiamo evitare l'effetto isola: non puoi avere una piastrella che non ha un contenuto che si sposa con quelle a fianco, posso avere una piastrella tutta grigia ma devo avere una piccola sfumatura bianca che una volta accostata ad un'altra aumenta la stonallizzazione». Il marmo, infine: «Continuerà ad essere protagonista, soprattutto sulle grandi lastre: molte aziende spingeranno sulla conservazione, sulla copia del marmo fine a se stessa, ma credo ci saranno marchi che aggiungeranno un tocco di creatività e mi auguro lo facciano sempre di più. Il settore dovrebbe allargare i laboratori di ricerca e restringere l'apporto della tecnologia digitale, occorre riportare novità dando importanza al laboratorio chimico».



# Dazi europei: insufficienti sull'India, sulla Turchia pericolosi per l'import di materie prime

**Elisabetta Gualmini, presidente del Forum Europeo della Ceramica, conferma trattative in corso per rimettere mano ai provvedimenti. Difficile però immaginare un aumento dei dazi sull'India, fermi ad una media del 7% contro il 30% medio di quelli sulla Cina**

a cura di Daniela D'Angeli



Elisabetta Gualmini

Costi energetici esplosi, difficoltà di approvvigionamento delle materie prime, frenata sui mercati principali, Ets in rialzo: il Cersaie comincia con una serie di incognite che rischiano di rovinare il Capodanno della ceramica. In un quadro così complesso si bussa con insistenza ai portoni della politica, italiana ed europea, alla ricerca di sostegno e strumenti di protezione doganale contro concorrenti esteri che 'rubano' quote di mercato. Turchia e India in primis: colpiti recentemente da dazi approvati dall'UE, ma ritenuti insufficienti dal settore. Temi che affrontiamo con Elisabetta Gualmini, europarlamentare del Pd e presidente dello European Parliament Ceramics Forum (Epcf) cui partecipano, oltre ai membri del Parlamento e della Commissione europea, le aziende produttrici di ceramica, che

garantisce come «l'Europa ha preso a cuore il settore e il fatto che per la prima volta la presidenza dell'Epcf sia italiana ha aiutato»

**Immagino che una delle questioni sul tavolo sia quella del sistema ETS.**

«E' una delle questioni principali. Da tempo chiediamo che il settore ceramico venga inserito nella lista di chi è ammesso alle compensazioni dei costi indiretti, era anche comparsa una bozza di revisione da parte della Commissione europea che inseriva la ceramica accanto ai 14 settori che già vengono ricompensati per il grande sforzo che fanno nel partecipare alle riduzioni delle emissioni di CO<sub>2</sub>. Poi la ceramica è sparita dalla bozza, io e altri 33 eurodeputati abbiamo firmato una lettera per ripristinarla e stiamo battagliando: vogliamo che le compensazioni siano europee e che non si scarichi tutto solo sugli aiuti degli stati nazionali, che hanno pochi margini di manovra. In queste settimane si sta negoziando anche l'ETS2, un'ulteriore estensione di questo sistema di aste che sarà esteso a trasporti e costruzioni: è importantissimo essere presenti perché le ceramiche hanno già fatto uno sforzo notevole per passare dal carbone a gas, se oggi chiediamo azzerare completamente le emissioni, senza che ci siano tecnologie già disponibili come i forni ad idrogeno, creiamo una situazione insostenibile. Sulle compensazioni dei costi indiretti è fondamentale esserci e fare pressione sulla Commissione Europea. Recentemente è stata anche votata la direttiva IED sulle emissioni industriali: il timore era che si ampliasse





il campo di applicazione anche e ai forni invece abbiamo evitato l'estensione. Speriamo che il negoziato finale vada in questa direzione».

**Quali sono le altre iniziative a sostegno del settore?**

«Nell'approvazione del regolamento Spr che armonizza le regole sui criteri di durabilità dei prodotti da costruzione è stato inserito anche il settore delle ceramiche sanitarie. Un'altra riguarda i materiali a contatto con il cibo, dunque soprattutto le ceramiche artistiche: è in corso una negoziazione che renda meno rigido il regolamento sulla presenza piombo e cadmio, utilizzati per disegni e marchi. Quello attuale è troppo restrittivo: c'è più piombo, oggi, nell'insalata che non nei piatti dentro cui la consumiamo. Chiediamo, sul punto, ragionevolezza alla Commissione»

**Veniamo ai dazi, tema molto caro al settore. Dopo quelli sulla Cina, a febbraio l'UE ha approvato quelli su India e Turchia, ma hanno scontentato molti...**

«I dazi su India e Turchia sono stati applicati perché la Commissione ha riconosciuto questi paesi come rivali sistemici, protagonisti di dumping.

Quelli sull'India sono stati giudicati piuttosto bassi e il Forum sta già chiedendo di rivederli. Sulla Turchia si è invece generato un paradosso: a causa della guerra in Ucraina, è diventata il principale fornitore di argilla per la ceramica e queste barriere si sono rivoltate contro il sistema impattando sull'importazione delle materie prime. Il prossimo 11 ottobre a Bruxelles chiederemo alla Commissione di mettere barriere che non complichino però l'approvvigionamento di materie prime in una fase geopolitica molto intricata»

**A proposito di India, credo gli imprenditori si aspettassero un intervento robusto simile a quello sulla Cina, che portò ad imporre una media del 30% di aggravio, mentre la Commissione si è fermata al 7% ...**

«Il mondo cambia, i dazi sull'import cinese sono di qualche anno fa, ma c'è la possibilità di una revisione del provvedimento, richiesta sia dalle associazioni imprenditoriali che dal Forum della ceramica: il Parlamento e la Commissione hanno già ricevuto la sollecitazione di rimettervi mano il prima possibile».



# NATURE - INSPIRED MATERIC FULLNESS



ORIGINS

CERSAIE 2023 - HALL 25 STAND A80 - B81

 **ITALGRANITI**

[italgranitigroup.com](http://italgranitigroup.com)



# USA: il made in Italy flette sia in volume che in valore

Nei primi sei mesi dell'anno le 'nostre' superfici ceramiche perdono il 21% in volume e il 12,5 % in valore

a cura della redazione

«Il dato sul valore è fondamentale, e fanno bene i produttori italiani a sottolinearne l'importanza, anche perché conferma il forte appeal del made

in Italy nei confronti del mercato USA, ma va combinato ai volumi: la loro erosione implica la contestuale riduzione del marker share e l'Italia,



da questo punto di vista, qualcosa concede». Parole e musica di Donato Grosser, affidate ormai cinque mesi fa al Dstretto, in coda alle diffusioni delle statistiche di fine 2022 che suggerivano ai produttori italiani un mercato in leggera flessione (-2,3%, il saldo delle importazioni), accompagnato da volumi col fiatone (-2,9%) ma anche da un rassicurante +12,4% in valore. Archiviato un Coverings 'vivace' e l'estate, i dati diffusi ad agosto danno invece sostanza ai vaticini di Grosser, che metteva in guardia soprattutto sulle crescita dei competitors – India e Messico principalmente – che non c'entrano nulla, a livello di prezzo medio, con l'Italia, ma qualcosa al made in Italy lo 'tolgono', e con il mercato che continua a flettere la circostanza non è una buona notizia. Ecco i dati, allora, che dicono che gli USA importano sempre meno (il -6% in quantità, circa 92 milioni di mq, -4% in valore – 999 milioni di dollari - nei primi sei mesi del 2023) e che in questo contesto India e Messico crescono in modo significativo a fronte di cali anche drastici da parte degli importatori più tradizionali. Tra i quali l'Italia: il dato del Belpaese dice -21,8% in volume e -12,6% in valore e consola solo in parte la circostanza che vede il prezzo medio delle superfici ceramiche italiane (poco più di 26 USD per mq) praticamente doppio rispetto al prezzo medio d'importazione, che si attesta a 13,6 dollari per metro quadro. Perché a margine delle statistiche che raccontano le dinamiche del mercato a stelle e strisce nel primo semestre del 2023, si scopre che in volume l'Italia (13,2 milioni di mq) perde il 21,8% e scivola al quarto posto dopo India (18,2 milioni di mq, +57%), Messico (16,8 milioni, +5,8%) e Spagna (16 milioni, ma flessione del -20%). Resta prima in valore l'Italia (oltre 286 milioni), tallonata dalla Spagna (238 milioni), ma quel -12% che accompagna la performance oltreoceano dei produttori di casa nostra suggerisce contesto destinato a complicarsi, almeno fino a quando il mercato statunitense – alle prese con contingenze non granchè che ne depotenziano la 'spinta' - non tornerà a gonfiare le vele, trainando anche l'import. Che oggi rifiata.



USD (milioni)	2023 (gen/giu)	% sul 2022
ITALIA	286,9	-12,6%
SPAGNA	238,2	-7,1%
MESSICO	140,96	+14,9%
INDIA	88,83	+33,2%
MQ (milioni)	2023 (gen/giu)	% sul 2022
INDIA	18,2	+57%
MESSICO	16,9	+5,8%
SPAGNA	16	-20,1
ITALIA	13,3	-21,8





Floor: Grande Marble Look Calacatta Black  
Walls: Grande Marble Look Giallo Siena,  
Crogiolo Confetto Bone  
Furnishings: Grande Marble Look Fior di  
Pesco Carnico, Onice Giada

# 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](http://marazzi.it)





**Diamond  
FOR THE  
SPECIAL  
MOMENTS  
IN YOUR  
LIFE**

| CERSAIE 25<sup>th</sup>/29<sup>th</sup> September 2023  
| HALL 30 - BOOTH B52-C57

[laminam.com](https://laminam.com)

**LAMINAM**  
SUPERIOR NATURAL SURFACES

# Germania anno zero: c'era una volta la 'locomotiva d'Europa'

a cura della redazione

L'economia di riferimento del 'vecchio continente' rifiata e paga dazio ad una 'crisi strutturale di natura geopolitica e tecnologica'



L'economia tedesca? Secondo Wikipedia 'la più sviluppata d'Europa e una delle più sviluppate del mondo. Prima economia nazionale d'Europa, quarta al mondo'. Non solo: 'prima economia dell'UE, con un PIL nel 2021 pari a 3.601,8 miliardi di euro', scriveva invece l'Osservatorio Economico del Governo Italiano nel novembre del 2022. In meno di un anno

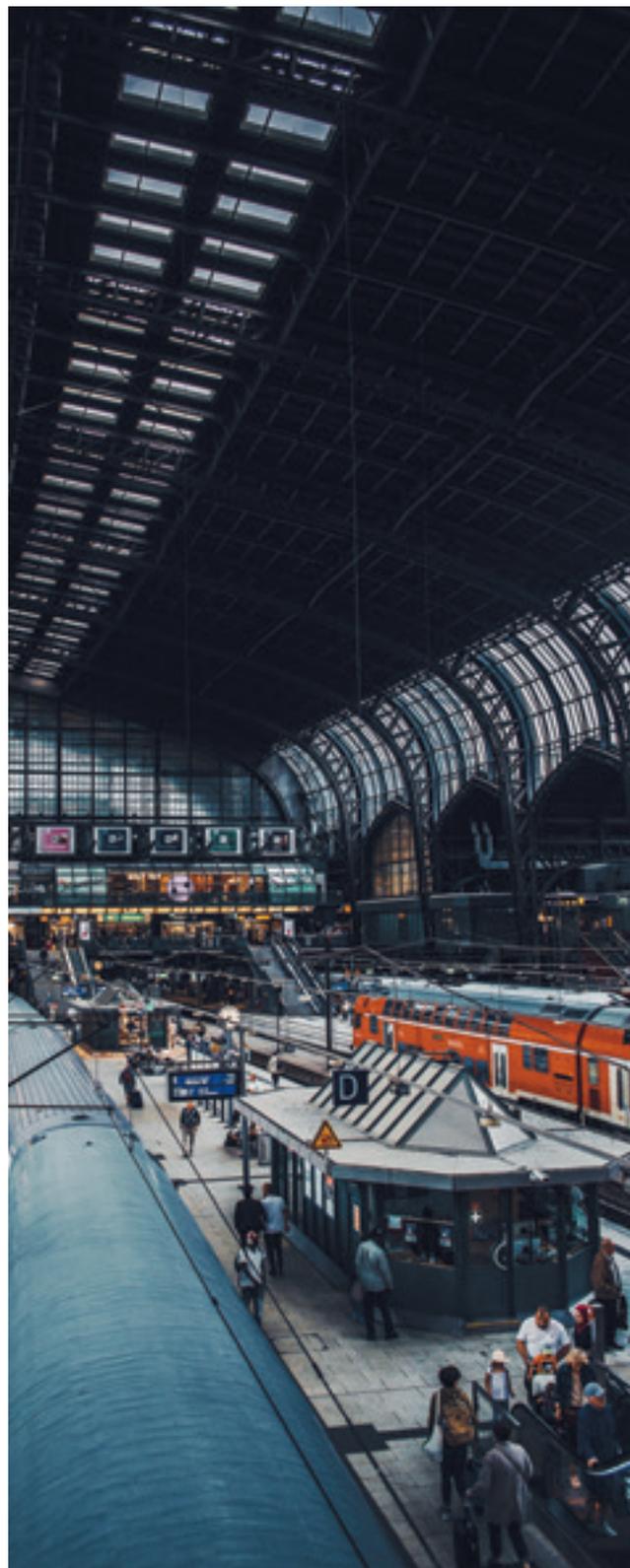
è cambiato moltissimo, nel senso che la 'locomotiva d'Europa' è ferma sul binario della recessione. O meglio della recessione 'tecnica', scritta in due trimestri consecutivi di saldi negativi di quel PIL che ne faceva l'economia di riferimento – e qualche volta la ciambella di salvataggio – di tutti gli Stati del 'vecchio continente'.





contingenza che ha visto inflazione, aumento dei tassi d'interesse, rallentamento dell'edilizia residenziale medio-bassa innestata su politiche dei Verdi al Governo che hanno imposto, ad esempio, il passaggio dalle caldaie alle pompe di calore, con esborsi che per una famiglia media oscillano tra i 30 e i 40mila euro. «I tedeschi – prosegue Malavasi – sono un popolo virtuoso e non amano indebitarsi, figurarsi se lo fanno con i tassi così alti. Sta venendo a mancare il mercato di palazzi e condomini che chiede il 30x60 da pressa nei colori neutri, a soffrire di più sono quindi le aziende che vendono prodotti di fascia media, mentre ancora tiene l'alto di gamma, infatti, è aumentato il prezzo medio del materiale venduto. Il rallentamento dell'economia sta rendendo più complicato il lavoro dei trasportatori che faticano ad organizzare viaggi di andata e ritorno a pieno carico, capita dunque che il materiale sia pronto in Italia per il carico e che venga ritirato con settimane di ritardo». Preoccupazione da 1 a 10? «Sei: la Germania è un paese virtuoso che sa reagire e rialzarsi in fretta», chiude Malavasi, mentre meno fiducioso di lui è **Daniele Verde**.

«Quando i tedeschi hanno visto gli aumenti di prezzo dei mesi scorsi – spiega l'AD di Verde 1999 - hanno comprato e immagazzinato e ad inizio 2023 si sono trovati con i magazzini pieni e il mercato in calo. Poi non vanno dimenticati fattori che pesano, come inflazione e tassi di interesse: ecco perché registriamo questo rallentamento». Una prospettiva non destinata a migliorare a breve termine, almeno a suo avviso: «Mi aspetto la situazione resti così per almeno altri 3 o 4 mesi, in Germania chiuderemo male il 2023. Se il governo non metterà in campo bonus casa come quelli già approvati in passato sarà difficile la domanda possa riprendersi, l'edilizia è completamente ferma. Ho un cliente che ordinava un camion ogni 6 settimane, ora ne ha fatto uno in 7 mesi perché ha avuto un calo delle vendite dell'80%». A dare spessore alle previsioni di Verde le stime sulle vendite del primo semestre, che secondo gli analisti si attesteranno attorno al -35%, a conferma di quanto ribadiscono i nostri due interlocutori, ovvero che «i tedeschi, per natura, sono pragmatici ma non ottimisti, appena vedono un rallentamento vanno sulla difensiva, importano e comprano meno, aspettando».





Scopri di più

  
PORCELANOSA Grupo

PORCELANOSA

[porcelanosa.it](http://porcelanosa.it)

# ETS, un conto da 70 milioni l'anno «Misura sbagliata e penalizzante»

Un convegno presso Confindustria Ceramica dipinge uno scenario allarmante nonostante gli oltre 400 milioni investiti in innovazione tecnologica

a cura della redazione



«Il sistema ha già dimostrato di avere, nei confronti del nostro settore, un chiaro effetto recessivo. Negli ultimi cinque anni abbiamo investito oltre 500 milioni di euro per rinnovare impianti che sono i più efficienti del mondo. Non ci sono spazi per ulteriore riduzione delle emissioni, ma solo la certezza di extracosti crescenti, anche considerato che le nostre imprese, con un fatturato export che supera l'80%, si devono confrontare

**«In 30 anni, l'Europa ha ridotto le emissioni di CO<sub>2</sub> di un miliardo di tonnellate, mentre il resto del mondo le ha aumentate, nello stesso periodo, di 14 miliardi»**

con competitors che non sopportano analoghi costi». Correvva l'anno 2020 e scriveva così, l'allora vicepresidente di Confindustria Ceramica

Franco Manfredini alla Presidente della Commissione Europea Ursula Von Der Leyen a proposito degli ETS. Tre anni dopo è cambiato poco, e quel che è

cambiato non è cambiato in meglio, come peraltro certificato in occasione di un convegno promosso da Confindustria Ceramica, insieme





ad Unicredit, per presentare uno studio affidato a Nomisma Energia che ha fatto il punto su un contesto fortemente penalizzante per un settore che nonostante continui ad investire in innovazione tecnologica (441 milioni solo nel 2022) continua a pagare quella che i vertici di Confindustria Ceramica definiscono, non a torto, una 'tassa impropria' che grava sul made in Italy della ceramica per 70 milioni l'anno. "L'ETS oltre l'emergenza energetica, tra mercato e ideologia", il titolo del seminario che ha dipinto uno scenario mediamente allarmante, le cui quinte sono quotazioni quadruplicate nell'ultimo anno e mezzo, fortemente influenzato dagli interventi normativi della Commissione e dai prezzi fissati dagli intermediari finanziari, ed un forte sbilanciamento rispetto agli obblighi imposti ai produttori extra UE. 'Il sistema ETS sta mostrando di non essere un efficace motore di innovazione ambientale per le imprese, perché queste non hanno a disposizione un salto tecnologico possibile e introduce inoltre penalizzazioni paradossali', ribadisce Confindustria Ceramica, la cui analisi trova conforto, si fa per dire, in

## Giovanni Savorani, Confindustria Ceramica: «il mercato si è fatto ingovernabile»



«Misura sbagliata e penalizzante per il nostro settore: giusto se ne continui a parlare e giusto discuterne, come abbiamo fatto anche in questa occasione, con più interlocutori, come ad esempio banche e istituti di credito, che sono in grado di mettere in campo misure in grado di calmierare un mercato che si è fatto ingovernabile». Pochi dubbi, in merito alla normativa sugli ETS, per il Presidente di Confindustria Ceramica

Giovanni Savorani, ad avviso del quale «la ricerca di Nomisma conferma, ancora una volta, quello che diciamo da sempre, ovvero che questa normativa penalizza i produttori di casa nostra e non toglie un grammo di CO2 dall'ambiente, perché mentre noi eliminiamo un miliardo di tonnellate – conclude, amaro, il Presidente di Confindustria Ceramica - il resto del mondo ne produce quindici volte tanto».



numeri impietosi. «In 30 anni l'Europa ha ridotto le emissioni di CO<sub>2</sub> di un miliardo di tonnellate, mentre il resto del mondo le ha aumentate, nello stesso periodo, di 14 miliardi», ha detto il Presidente di Nomisma Energia Davide Tabarelli, evidenziando da una parte «concreti rischi di deindustrializzazione», dall'altra l'oggettiva impossibilità di raggiungere gli obiettivi fissati dal legislatore europeo. «Negli ultimi 30 anni le emissioni si sono ridotte del 30%: l'UE chiede un ulteriore taglio del 25% nei prossimi 7 anni, traguardo impossibile da raggiungere sia per l'elevato livello di efficientamento già raggiunto che per l'assenza di salti tecnologici disponibili per il settore ceramico». I conti, insomma, non tornano, o meglio continuano a non tornare «L'aspetto che preoccupa di più gli imprenditori ceramici – le conclusioni del direttore di Confindustria Ceramica, Armando Cafiero - è che va peggiorando il divario di competitività tra Italia-Europa e resto del mondo. Non solo per i costi medi di produzione asiatici molto più bassi, ma perché l'Ue ha scommesso tutto sul Green Deal facendo lievitare costi e inflazione».



## Davide Tabarelli, Nomisma Energia: «C'è un problema di competitività»



«Questo è l'aggiornamento di uno studio che facemmo nel 2018: partimmo da 4 euro per permesso, poi lo portammo a 20. Oggi siamo a 100 e questo la dice lunga sulla dimensione di un problema di competitività che condiziona l'industria europea come quella italiana». A Davide Tabarelli, che il sistema ETS lo conosce bene, non sfuggono le insidie connesse ad una normativa che, per gli obiettivi che si pone, «potrebbe, paradossalmente, comportare

anche altri aumenti. Il problema – aggiunge – è che tutti vorremmo il pianeta più pulito e la CO<sub>2</sub> a zero, ma ci devono lavorare tutti. E non possiamo dimenticare quello che fa il resto del mondo: occorre tenere più bassi i prezzi delle quote per evitare che la nostra industria soffra costi superiori, ad esempio, a Spagna e Turchia, ma soprattutto ad Asia e Cina, dove i prezzi restano straordinariamente più bassi rispetto ai nostri»



# Italcer avvia l'iter di acquisizione di Terratinta Group

a cura della redazione

**Ottava acquisizione in sei anni dalla nascita del Gruppo, che vola verso i 400 milioni di ricavi**



Graziano Verdi e Alberto Forchielli

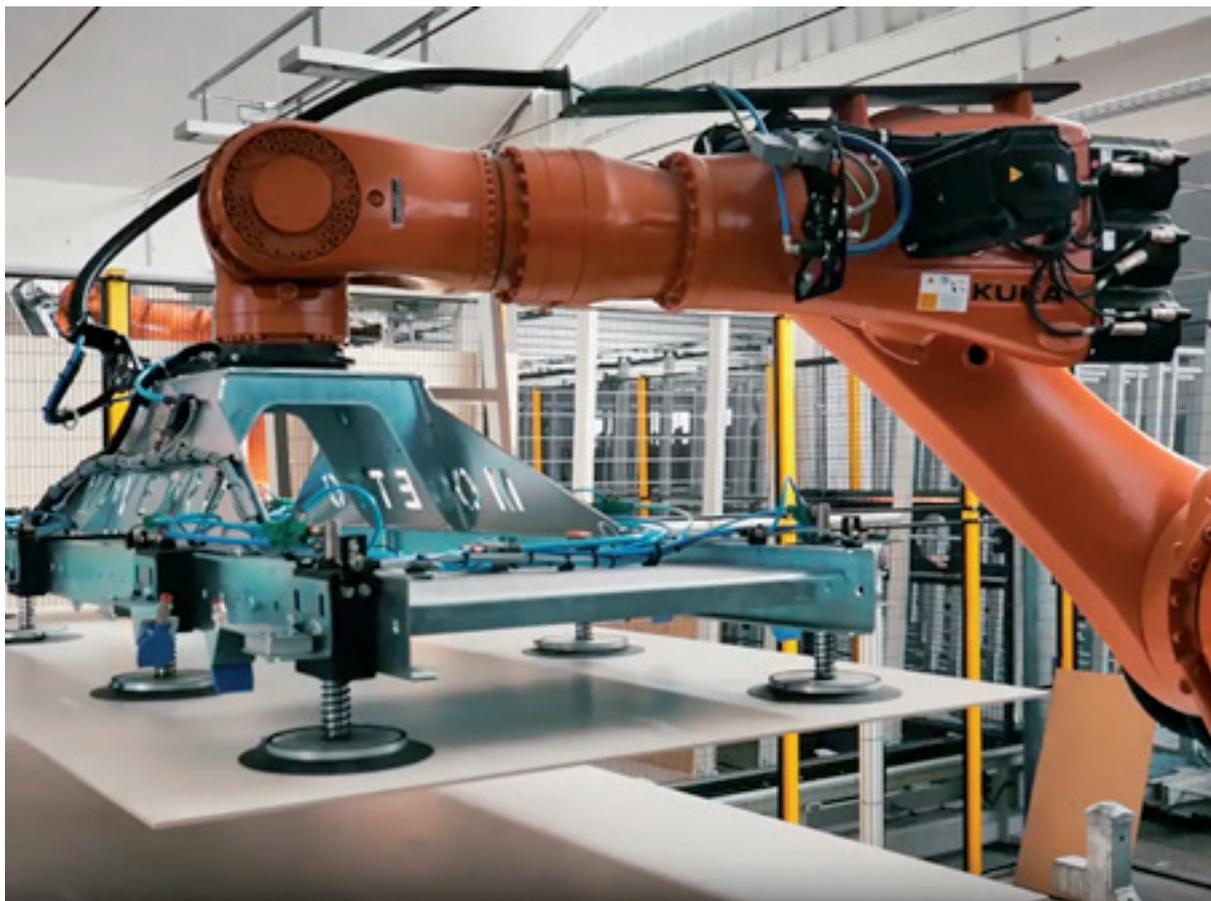
Il Gruppo Italcer, tra i leader italiani nel settore delle pavimentazioni e dei rivestimenti in ceramica e dell'arredo bagno, annuncia di aver avviato l'iter di acquisizione di Terratinta Group Srl, azienda specializzata nell'alto di gamma delle superfici d'arredo con sede a Fiorano Modenese, nel cuore del distretto ceramico.

È stata infatti siglata una lettera d'intenti che prevede l'acquisizione da parte di Italcer del 100% di Terratinta. In base a tale accordo, Luca Migliorini, CEO e azionista di Terratinta, reinvestirà parte dei ricavi della vendita in azioni Italcer, diventandone azionista insieme a Graziano Verdi, Amministratore Delegato e fondatore del gruppo.

Con questa operazione il Gruppo Italcer si confermerebbe uno dei leader del settore ceramico, in Italia e nel mondo, con una proiezione di fatturato per il 2023 che si avvicina ai 400 milioni di euro.

L'operazione dovrebbe essere completata subito dopo l'estate, una volta portata a compimento la due diligence. L'acquisizione sarebbe l'ottava realizzata in 6 anni dal Gruppo, che vede Mindful Capital Partners, Miura e Capital Dynamics come soci di riferimento ed è guidato da Graziano Verdi. Terratinta Group segue, infatti, La Fabbrica-AVA, Elios, Devon&-Devon, Rondine, Cedir, la spagnola Equipe e più recentemente Fondovalle.

Con Terratinta Italcer arricchirebbe in modo significativo le sue collezioni, potendo contare su quattro ulteriori brand (Terratinta Ceramiche, Ceramica Magica, Sartoria e Micro) che sono in grado di coprire tutti i livelli di offerta



sull'alto di gamma nel segno della sostenibilità, grazie anche al recente ottenimento della prestigiosa Certificazione B Corp da parte di Terratinta.

Con tale operazione Italcer si rafforzerebbe ai vertici di un settore nel quale l'Italia è a sua volta leader nel mondo, confermando la volontà di creare un hub italiano di design composto da aziende ceramiche alto di gamma.

A guidare tali operazioni di M&A c'è alla base la volontà di creare il polo delle Superfici di Design e di attivare significative sinergie a livello produttivo e commerciale in un settore che, per quanto fortemente competitivo a livello mondiale, era fino a qualche anno fa ancora caratterizzato da una forte frammentazione. Il tutto puntando su innovazione e design, attenzione all'ambiente e alle persone.

*Italcer, primario Gruppo italiano nel comparto di riferimento, controllato dal Fondo di Investimento Mindful Capital Partners, conta circa 1100 dipendenti, vanta centinaia di progetti realizzati e 15.000 clienti nel mondo. Oggi opera attraverso marchi di alto di gamma e storiche realtà industriali nel settore ceramico che realizzano prodotti d'eccellenza per interni ed esterni e ne fanno parte: Fondovalle, La Fabbrica-AVA, Elios Ceramica, Devon&Devon, Ceramica Rondine, Cedir, Bottega ed Equipe Cerámicas.*



VERSACE  
CERAMICS

# Appiani, marchio del Gruppo Bardelli, festeggia 150 anni di storia e innovazione

a cura della redazione



Alberto Bardelli

Antonio De Marco

## Le caratteristiche del marchio Appiani e i suoi punti di forza? Lo abbiamo chiesto ad Alberto Bardelli, Presidente del Gruppo Bardelli.

«Con 400 mila metri quadrati annui di capacità produttiva e una specializzazione nel piccolissimo formato, la forza del brand è nella continua capacità di investire in innovazione e tecnologia. Appiani è ceramica per l'architettura: mosaici proposti in infinite soluzioni di colori, formati e finiture per realizzare superfici multimateriche e campiture policromatiche. L'obiettivo, oggi, è quello di potenziare ulteriormente la ricerca in un contesto di affidabilità e sostenibilità, con un approccio al cliente personalizzato in ambito residenziale, contract e commerciale»

## Il supporto in gres rosso sta lasciando spazio a gres porcellanato e impasto colorato in massa (full body)

«Il "gres rosso" ha caratterizzato Appiani fino agli anni '60, quando è iniziata una politica di collaborazione con progettisti e designer. Nel decennio seguente

**Fondata a Treviso nel 1873, Appiani è uno dei brand storici del proprio comprensorio e del panorama ceramico italiano e internazionale**

viene sviluppato un innovativo impianto per la produzione di gres smaltato con l'esclusiva tecnologia della "monopressocottura" e gli anni '90, mantenendo la monopressocottura, vedono il passaggio alla cottura rapida e la specializzazione nel mosaico fino all'1x1cm. È dei nostri giorni, invece, il graduale passaggio ai più moderni e performanti impasti in gres porcellanato e full body»

## Monopressocottura: quali vantaggi rispetto al mosaico vetroso?

«Presso il nostro stabilimento di Oderzo realizziamo i mosaici in gres porcellanato più piccoli al mondo: la monopressocottura vede smalti e argille contemporaneamente pressati a secco, e l'elevata temperatura di cottura garantisce al prodotto la durata e la resistenza ideali per molteplici applicazioni a pavimento e a rivestimento, sia in interno che in esterno. La perfetta adesione delle tessere in fase di posa insieme alla resistenza ad urti ed usura sono le qualità che distinguono il mosaico ceramico Appiani dal mosaico vetroso»

## Stampante 3d, innovazione e pose custom, personalizzazione. Lo abbiamo chiesto ad Antonio De Marco, Direttore Generale

«La personalizzazione è fondamentale: possiamo creare, grazie alla tecnologia di stampa 3d sviluppata e gestita internamente, soluzioni infinite. Con il Custom Made, altra nostra prerogativa, ognuno può creare il mosaico dei propri desideri per ambienti e spazi unici»

## Quali novità al Cersaie?

«Un'anticipazione: la collezione EDEN, sintesi della capacità progettuale di Appiani. Ispirata dal pavimento del Teatro Eden di Treviso, già realizzato decenni or sono sempre da Appiani: un nuovo formato esagonale, in gres porcellanato, che si propone di riecheggiare i successi del passato»





# ABK

EMOZIONI IN SUPERFICIE

WE  
ARE  
ABK  
GROUP

# Le ceramiche e i 'social': c'è ancora tanto da fare

a cura di Enrico Bertoni

**Esaurita una prima fase di grande attenzione nei confronti dei nuovi canali, oggi si fatica a identificare brand ceramici che propongano strategie forti nella propria comunicazione online**



Da sempre attentissima alle esigenze di comunicazione, decisive per quel posizionamento di prestigio assolutamente vitale per mantenere la propria competitività internazionale, l'industria ceramica italiana è stata tra le prime ad accogliere l'arrivo (ormai più di dieci anni fa) dei social network e iniziare a presidiarli.

In un mondo tradizionalmente dominato da cataloghi e fiere, l'avvento dei social ha subito destato l'attenzione dei referenti marketing e comunicazione, che hanno iniziato a esplorare le possibilità comunicative dei canali più orientati all'utilizzo delle fotografie. Non solo e non tanto Facebook e Twitter quindi, tradizionalmente i canali privilegiati di sbarco nei primi

anni di diffusione dei social in Italia, quanto più Pinterest e Flickr, social fin da subito dominati dall'utilizzo delle immagini, da sempre piatto forte dell'offerta comunicativa delle ceramiche. Esaurita questa prima fase, tuttavia, la forte spinta innovativa si è in gran parte arenata e oggi si fatica a identificare brand ceramici che propongano strategie forti e vera innovazione nella propria comunicazione online.

Analizzando i *feed* di un'ampia gamma di brand, le differenze in termini editoriali e di approccio sono davvero minime, e sostanzialmente i contenuti non sono così diversi da quelli che un osservatore avrebbe potuto vedere già diversi anni fa.

**La sensazione è che, dopo un iniziale entusiasmo, ancora troppi brand ceramici abbiano semplicemente deciso di utilizzare i social come un “catalogo online”**



Certo, troviamo aggiornamenti legati ai nuovi tool disponibili: ma l'adeguamento è spesso solo strumentale e non strategico. Si continua a mostrare ambienti e render, solo attraverso brevi video e non gallerie di immagini.

Anche la spinta innovativa di esplorare i nuovi canali è venuta meno: per esempio, nessuno dei principali player di settore – almeno fino ad un paio di mesi fa, quando EmilGroup ha ‘rotto’ il tabù, comunicando lo sbarco sulla piattaforma - ha tentato di includere nella propria strategia un canale dalle altissime performance come TikTok, nonostante ormai da anni abbia superato l'iniziale pregiudizio di “social per i teenager”. Certo, la cura dei canali aziendali è quasi sempre impeccabile: le immagini, l'im-

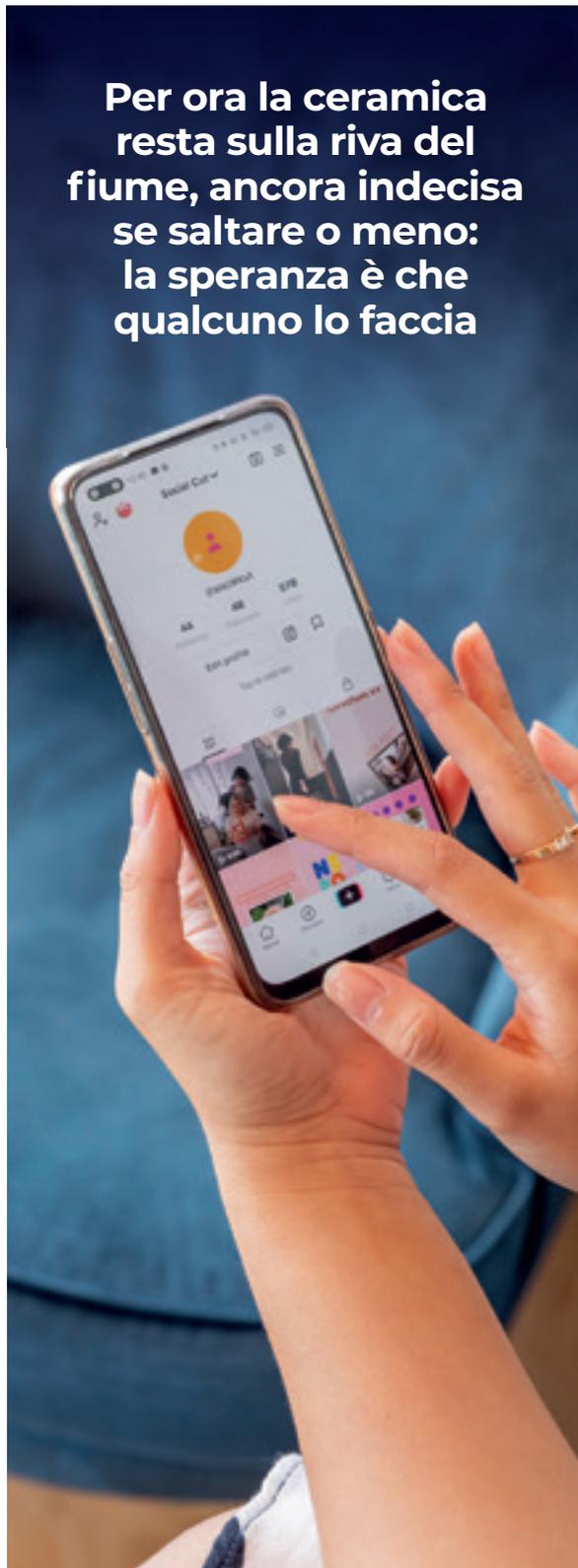
patto cromatico, i testi sono pressochè perfetti, come in un catalogo. Ed è proprio questo il problema: la sensazione è che, dopo un iniziale entusiasmo, ancora troppi brand ceramici abbiano semplicemente deciso di utilizzare i social come un “catalogo online” in continuo aggiornamento. Ignorandone così una gamma infinita di possibilità ulteriori, e schiacciando il proprio orizzonte su un utilizzo dei tool comunicativi con due soli obiettivi. Posizionare i prodotti come nei vecchi cataloghi, e fornire lead all'area commerciale. Non a caso, tra i pochi sviluppi digitali che hanno destato una certa attenzione nel comparto ci sono i cosiddetti tool di inbound marketing: da Hubspot a Salesforce, passando per tanti altri, permet-



tono (e promettono) al brand che inizia ad utilizzarli – investendo spesso fette cospicue del proprio budget di comunicazione - di costruire un percorso in cui i lead generati attraverso le attività di social media paid advertising, email marketing vengono poi continuamente nutriti e infine presi in carico dall'area commerciale. L'attenzione per questo tipo di strumenti, in teoria funzionale e condivisibile, troppo spesso si accompagna a una pericolosa sottostima di quanto sia importante – per assicurarne la reale efficacia – la produzione di contenuti per “nutrire il motore della macchina”, generando anche in questo caso una sorta di “call center 2.0” con bassissimo valore di innovazione e poca capacità di posizionare i brand che ne fanno uso. Certo, posizionare il prodotto e sostenere il commerciale sono aspetti essenziali di qualsiasi strategia di comunicazione, offline e online. Non vanno né trascurati né sottostimati, ma limitarsi a declinare online le attività che funzionavano negli anni Ottanta e Novanta è pericoloso: si rischia – e i dati di engagement medio dei contenuti del settore sono lì a dimostrarlo - di perdere l'attenzione e la capacità attrattiva verso un pezzo di società che rischia di dimenticarsi di quanto possa essere bello e stimolante vivere e lavorare in questo settore.

Dalla valorizzazione delle risorse umane ai temi social (sostenibilità ambientale, ma non solo), dall'utilizzo intelligente di tecniche di real time marketing e viralizzazione alla divulgazione scientifica, dalle modalità creative per raccontare curiosità al creare community su piattaforme innovative, dall'influencer marketing all'edutainment: le possibilità sarebbero infinite, e in tante altre industries – da quelle più tradizionalmente innovative a quelle più abbottonate – si trovano brand e case histories che aprono la strada. Per ora la ceramica resta sul bordo del fiume, ancora indecisa se saltare o meno: la speranza è che qualcuno lo faccia, per mostrare a tutti che l'acqua non è così fredda e che sull'altra sponda ci sono un sacco di cose interessanti da scoprire.

**Per ora la ceramica  
resta sulla riva del  
fiume, ancora indecisa  
se saltare o meno:  
la speranza è che  
qualcuno lo faccia**





Crete porcellanate - Collezione Firenze Picturato Shine Formato 120x120  
Collezione Progetto 1962 Cilegia Brick Formato 7,5x40

WE DESIGN BEAUTY

[delconca.com](http://delconca.com)

CERSAIE 2023, BOLOGNA  
25.09 / 29.09  
PAD 37 / STAND A4 - B3

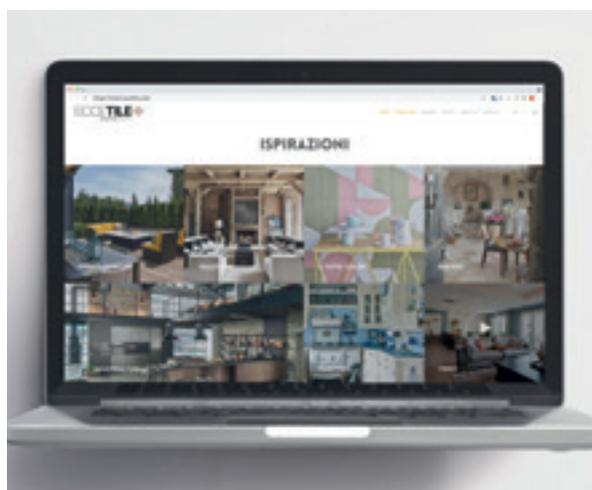
 **DELCONCA**

*faetano*

# ECCETILE, due anni di successi

a cura della redazione

Una 'finestra'  
sul nostro  
portale, online  
dal settembre  
di due anni fa



Due anni online per ECCETILE, una delle tante novità proposte da Ceramicanda per ampliare il proprio palinsesto. Lo presentammo nel settembre del 2021, a ridosso del Cersaie, e a due anni di distanza da allora, è giusto trarre un primo bilancio (positivo) ed altrettanto giusto fare tesoro dei tanti feedback che ci sono arrivati da quando andammo online. Tra questi, è emersa la necessità di mettere, idealmente s'intende, in comunicazione più 'stretta' ECCETILE con gli altri strumenti editoriali di cui si serve il Gruppo fondato e diretto da Roberto Caroli, ed ecco allora uno spazio dedicato ad ECCETILE sul *magazine*. Vi troveranno spazio collezioni ma non solo: l'idea da cui ha preso l'abbrivio ECCETILE, infatti, è quella di offrire una narrazione inedita di quel mondo che Ceramicanda esplora e racconta da quasi

trent'anni. «L'uomo ha scelto la ceramica quale compagna di viaggio già dalla notte dei tempi. Lo ha fatto dopo averne scoperto le proprietà, legate alla resistenza, all'impermeabilità, alla versatilità, che lo rendono unico al mondo». Scriveva questo, il Direttore Roberto Caroli, per presentare ECCETILE, aggiungendo come il nuovo portale promosso da Ceramicanda si proponesse di «rendere omaggio a questo straordinario materiale nelle sue declinazioni più moderne. ECCETILE è evoluzione della ceramica made in Italy, è il portale dedicato alle ispirazioni, alle ultime collezioni, agli ambienti, agli effetti, ai formati, ai materiali, alla posa e alle soluzioni». Le ceramiche, nel frattempo diventate superfici, hanno così trovato un nuovo spazio all'interno del quale comunicare le proprie eccellenze, cui questo nuovo strumento vuole offrire un'ulteriore opportunità. Perché, ci siamo detti, pensando ECCETILE, un nuovo linguaggio è possibile, è possibile restare fedeli a se stessi e al proprio mood diversificando, e andando oltre il racconto con la collaborazione dei tanti che ci stanno già accompagnando nel nostro nuovo viaggio. Tra questi esponenti di primo piano del mondo dell'architettura e della progettazione, tecnici, punti vendita, addetti ai lavori, che il nostro portale trasforma in una sorta di 'coro' che si raccoglie attorno alla superficie ceramica: è lei, nella sua unicità e nella contestuale molteplicità di declinazioni tecniche, stilistiche ed estetiche, la vera protagonista. Come, del resto, è giusto che sia.



# I Fili di Bardelli

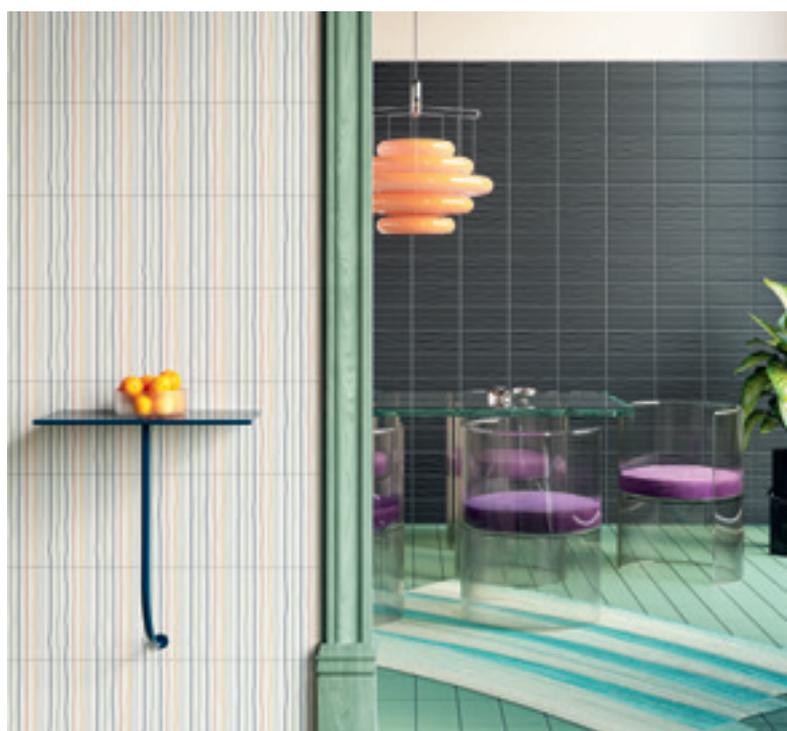
a cura della redazione



I Fili di Bardelli, cadeaux di decori in gres porcellanato nel formato 11,5x23 cm che l'azienda Ceramica Bardelli riedita prendendo spunto dalla collezione del 1984 che segnò indelebilmente un trend del colore e della trama tessile

per l'epoca, qui rieditate in abbinamento a cromie di estrema tendenza realizzate in stampa digitale e abbinare a moderne tecnologie di decorazione ceramica su gres porcellanato. Trame di colore che si sfiorano con delicatezza





senza mai scontrarsi, filamenti di cristallina ceramica che creano linee danzanti tra loro, ordinate e armoniose, generano un movimento lento e costante che percorre le superfici trasformando gli spazi nel perfetto indumento che diventa-

no il perfetto vestito, creato da fili colorati che percorrono le pareti di ambienti di esterni ed interni senza alcun limite: è la libertà che ha la moda Italiana e che viene declinata nel mondo della ceramica da Ceramica Bardelli.



# Ceramica Rondine: VOLCANO ADVANCE

a cura della redazione

Un gres porcellanato  
versatile e di tendenza



Pensate a delle piastrelle effetto cemento in grado di donare a qualsiasi ambiente una personalità unica, un elemento di decoro e di design che si sposi alla perfezione con ambienti eleganti e accoglienti. Ecco, tutto questo è il

concept di Volcano, la nuova collezione di gres porcellanato Ceramica Rondine. Realizzata in nuance raffinate e contemporanee – Taupe, Grey, White, Beige e Dark, le piastrelle effetto cemento Volcano propongono un gres porcellanato ver-





satile e di tendenza, che interpreta fedelmente tutta la forza ed eleganza primitiva del cemento, la cui rudezza diventa così fonte inestimabile di ispirazione estetica e sperimentazione tecnologica. Disponibile nei formati 80×80, 60×60, 30×60

rettificati, 30,5×60,5 naturale e in mosaico, l'offerta del gres Volcano si amplia ulteriormente grazie ad un range di sofisticate decorazioni che reinterpretano in chiave moderna le classiche cementine, rievocando tutto il loro fascino di antica memoria.



**Una buona idea  
senza una buona tutela  
è come l'aria. È di tutti.**

Affida il tuo Know-how a chi  
sa trasformarlo in valore nel tempo.



**BRUNACCI  
& PARTNERS**

From good ideas to good business

# Progetti Infinity: Clinica Dentale ad Alicante

a cura della redazione

Ambienti dallo stile contemporaneo che si contraddistinguono per le palette naturali, le linee essenziali e la straordinaria matericità



Nel cuore della Spagna, ad Alicante, lì dove la vita scorre in un sorriso continuo, senz'altro pensiero che godere della bellezza dei paesaggi e dell'arte millenaria, sorge **un'opera d'arte architettonica capace di celebrare ed esalta-**

**re l'essenza più pura dei materiali iconici del modernismo.** Tutto nasce da una meravigliosa ispirazione: creare **una clinica dentale esclusiva** e accogliente, dove pazienti e personale medico possano sentirsi in totale confort e serenità.



Da qui, prende vita un ambiente dallo stile **contemporaneo** che si contraddistingue per le **sue palette naturali, le linee essenziali e la straordinaria matericità**.

È così che un autentico sogno d'interior design è diventato realtà grazie alle collezioni di lastre ceramiche Infinity. Grazie ad **alcune delle lastre più pregiate di Infinity Surfaces**, ha preso forma il décor di una clinica dentale spagnola di alta classe. Stiamo parlando delle lastre in grès porcellanato di grande formato **Total White** effetto resina in versione satinata, e **dell'insuperabile Calacatta Oro** dall'ineffabile allure marmorea, sia satinato che lucido. L'esigenza di creare **combinazioni superlative tra consistenze materiche eclettiche e ispirazioni**

### Combinazioni di materia e colore per pavimenti e rivestimenti interni

**cromatiche sfavillanti nasce da un imperativo assoluto: look and feel luxury.**

Il desiderio è quello di realizzare una sinfonia irresistibile tra silhouette essenziali, superfici iridescenti ed estrema compattezza dei volumi. Per questo motivo, il leit motiv del décor **degli ambienti è quello di un'estetica in cui materia, texture e colore dialogano e si armonizzano spontaneamente**. È così che le vetrate creano giochi di bagliori e ombre in continuo mutamento nel corso della giornata, innescando autentici coup de théâtre in combinazione con l'effetto resina e marmo. Più nello specifico, **l'effetto total white dona eleganza e purezza agli interni, esaltando all'ennesima potenza gli accenti metallici dorati. In questo modo, le lastre in grès porcellanato di Infinity** diventano il fil rouge dell'intero progetto della clinica e costituiscono la scelta d'eccellenza per **evocare fedelmente** la texture e la percezione di **marmo e resina**. Dal punto di vista tecnico, **le grandi lastre Infinity** riducono al minimo le fughe, garantendo impareggiabili prestazioni igienico-sanitarie, praticità e durevolezza.



#### SCHEDA PROGETTO

Clinica Dentale Elda

**Progetto:** Clinica Dentale Elda

**Progettazione:** Colorstone

**Materiali:** Total White e Calacatta Oro

**Location:** Alicante (Spagna)





### Calacatta Oro: l'apoteosi dell'effetto marmo

Per rivestire pavimenti e superfici interne della clinica, la collezione grandi lastre **effetto marmo Calacatta Oro** conferiscono un'eleganza senza tempo. Si tratta di una collezione che **sublima il concetto stesso dell'effetto marmo**: il suo finish lucido e gli accenti dorati, riproducono fedelmente le venature marmoree, donando **una percezione amplificata di volumi purissimi, morbidi e scintillanti**.

È così che un superbo capolavoro di stile fa da cornice a uno scenario di alta classe dove il fattore umano e quello estetico si fondono spontaneamente.



### Total White: la leggerezza del grès effetto resina

La scelta del grès porcellanato in grande formato **Total White** dà la sensazione di ambienti che scorrono impercettibilmente gli uni negli altri. **Applicato alle superfici interne dell'esclusiva clinica spagnola**, Total White alleggerisce e illumina l'atmosfera, grazie all'effetto resina. **Il risultato è quello di un layout moderno che diventa l'apoteosi naturale di un'insuperabile combinazione di codici stilistici**. Dal punto di vista tecnico, **le grandi lastre Infinity** riducono al minimo le fughe, garantendo impareggiabili prestazioni igienico-sanitarie, praticità e durevolezza.



The background of the advertisement is a composite image. The top and bottom portions show a close-up of a tree trunk with rough, dark bark and several green ivy leaves climbing up it. The middle portion shows a curved wall made of dark brown, geometric, faceted ceramic tiles. A white horizontal bar with green text is superimposed over the middle section.

## 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](http://casalgrandepadana.com)



**CASALGRANDE  
PADANA**  
THE GREEN WAY TO PAVE

## EDISON NEXT E IRIS CERAMICA GROUP PER H2 FACTORY

Un accordo per lo sviluppo del nuovo stabilimento produttivo che utilizzerà idrogeno verde

Iris Ceramica Group ed Edison Next annunciano la firma di un accordo per lo sviluppo di H2 Factory™ il nuovo stabilimento produttivo di Castellarano che utilizzerà idrogeno verde – ossia alimentato da energia rinnovabile - prodotto grazie a un sistema all'avanguardia realizzato su misura. La partnership segna l'inizio della seconda fase di un ambizioso percorso: si è infatti concluso con successo il primo step verso la decarbonizzazione, che ha visto Iris Ceramica Group impegnato nell'ultimo anno e mezzo nello studio di fattibilità e nella realizzazione del sito H2 Factory™ sviluppato con i più elevati standard progettuali, idonei a ospitare l'impianto di produzione dell'idrogeno verde. L'impiego di questa fonte energetica nel processo produttivo infatti, prevede accorgimenti speciali, non solo in termini di impiantistica - come il forno ingegnerizzato per essere alimentato con un blend di idrogeno e gas naturale - ma anche in termini di opere cantieristiche strategiche, come le vasche di raccolta dell'acqua piovana, il sistema di pannelli fotovoltaici sul tetto dello stabilimento e aree ad hoc di produzione e stoccaggio dell'idrogeno. L'azienda ha predisposto inoltre tutta l'infrastruttura per la distribuzione dell'idrogeno all'interno dello stabilimento. Lo stabilimento, che verrà alimentato a idrogeno a partire dal 2025, produrrà grandi lastre in ceramica 4D - la quarta dimensione si riferisce proprio alla sostenibilità – vale a dire, ampie superfici in ceramica tecnica 1 C.d. Hard to Abate 2 a tutta massa con spessori di 12 e 20 mm. «Siamo di fronte ad una nuova alba per la ceramica e per l'intero settore. La sfida - dichiara Federica Minozzi, CEO di Iris Ceramica Group - è arrivare ad avere un forte risparmio di CO2 entro i prossimi 2 anni e di fare da apripista al settore, dimostrando che anche un'industria energivora può trasformarsi in un modello virtuoso di transizione energetica *net zero*».



## MARAZZI PUNTA SULL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

La sperimentazione avviata in team con Reply e ACPV ARCHITECTS



Al via la sperimentazione che utilizza tecniche di Intelligenza Artificiale per la realizzazione di superfici ceramiche. L'iniziativa, promossa da Marazzi Group, rappresenta uno dei primi casi in cui l'IA viene applicata al design 'ceramico' e ha coinvolto un team di esperti di Machine Learning Reply, lo studio ACPV ARCHITECTS e Marazzi, unendo competenze e conoscenze che hanno dato vita a soluzioni all'avanguardia. L'Intelligenza Artificiale applicata alla ceramica non solo apre nuove possibilità creative, ma consente anche una riduzione dei costi di acquisto e trasporto dei materiali. «L'innovazione ci aiuta ogni giorno a migliorare processi e prodotti, a utilizzare in modo più consapevole le fonti energetiche e le materie prime, a favorire la circolarità nei nostri processi produttivi. Questa sperimentazione - commenta Mauro Vandini, AD di Marazzi Group - non è solo un esempio concreto del nostro approccio alla sostenibilità, ma un salto tecnologico che può aprire a infinite possibilità creative e fornire un contributo attivo nella riduzione degli impatti ambientali legati a questa fase del processo». Utilizzando algoritmi con una vasta quantità di dati, il team di progetto ha creato pattern unici superando importanti sfide tecniche e creando immagini di alta qualità da utilizzare poi nei processi produttivi di Marazzi. Le immagini sono state elaborate dal team di Machine Learning Reply, società del Gruppo Reply specializzata in Intelligenza Artificiale, e di ACPV ARCHITECTS utilizzando tecniche di inpainting, outpainting, variazione e super risoluzione per garantire la massima qualità e realismo. «Le immagini generate dall'intelligenza artificiale - afferma l'architetto Patricia Viel, AD di ACPV ARCHITECTS - offrono un vantaggio unico grazie alla loro capacità di soddisfare esigenze specifiche in termini di significato, combinazioni di colori, preferenze personali e alla combinazione delle capacità degli algoritmi dell'IA con la guida e l'input umano».

## ABK GROUP CONTINUA IL PROGRAMMA DI INVESTIMENTI

Annunciata l'acquisizione del ramo d'azienda della ex Target Group

ABK Group continua la sua strategia di crescita ed espansione. Dopo l'ingresso di Gardenia Orchidea e della francese Devres, avvenuto due anni fa, il Gruppo ha infatti annunciato l'acquisizione del ramo d'azienda della ex Target Group di Fiorano Modenese, comprensiva di marchi, impianti e immobili: una prestigiosa palazzina uffici e 6000 mq di stabilimento. Il "portafoglio" dei brand del Gruppo si amplierà con 14 Ora Italiana e Fuoriformato, entrambi posizionati nel segmento alto di gamma, con una mission fortemente orientata al design e alla decorazione, anche grazie alle produzioni "made to order" che riportano la ceramica artistica su grande lastra. Parallelamente, ABK Group comunica l'entrata in funzione della nuova linea per la produzione di grandi lastre Full Vein 3D a spessore maggiorato nello stabilimento di Solignano. Frutto di investimenti per 20 milioni di euro dedicati a innovazione e ricerca, questo upgrade tecnologico permetterà al Gruppo di raggiungere una capacità produttiva di 13 milioni di metri quadri annui. «Questi passaggi – spiega Roberto Fabbri, Presidente di ABK Group – ci consentiranno di accogliere l'aumento dimensionale che stiamo perseguendo con l'intenso programma di investimenti attuato negli ultimi anni e di creare una sede di rappresentanza commerciale con spazi dedicati a tutti i brand del Gruppo. Un altro importante tassello nel nostro percorso di riposizionamento nel segmento luxury del settore ceramico».



## LAMINAM PUBBLICA IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Fatturato oltre i 243 milioni di euro, in crescita del 29% rispetto al 2021

Laminam ha pubblicato il Bilancio di Sostenibilità 2022, dando conto della prosecuzione del suo cammino di crescita e di impegno nei confronti dell'ambiente ed orientando il suo investimento su tre direzioni principali:

Ambiente, Persone e

Territorio. «Nonostante un contesto decisamente sfidante, e consapevoli del fatto che molte di queste tendenze negative influenzeranno anche il 2023, Laminam continua il suo cammino», scrive nella lettera agli stakeholders l'AD Alberto Selmi. Nel 2022 il fatturato ha superato i 243 milioni di euro, con un incremento del 29% rispetto al 2021, la redditività è rimasta solida nonostante il notevole aumento dei costi delle materie prime e dell'energia, i dipendenti hanno raggiunto quota 930 (+35%), consolidando Laminam come employer brand. «Risultati straordinari – aggiunge Selmi – scaturiti anche dalla nostra vocazione all'internazionalizzazione».



## ITALY'S BEST CUSTOMER SERVICE 2023/2024 A COTTO D'ESTE

L'indagine è stata condotta su 2300 aziende di 166 settori

Cotto d'Este è stata premiata nell'Italy's Best Customers Services 2023-2024 di Corriere della Sera e Statista che, attraverso un'indagine comprendente 2300 aziende di 166 settori e rivolta a più di 15mila consumatori, identifica i brand con il miglior servizio clienti in Italia. La classifica, stilata in base a diversi criteri, tra cui l'accessibilità del servizio, l'attenzione al cliente, la competenza professionale e la varietà delle soluzioni offerte, ha assegnato al Customer Service Cotto d'Este, nella categoria Pavimenti e Rivestimenti, il punteggio più alto. «Questo riconoscimento – afferma Bruno Buratti, brand manager di Cotto d'Este – testimonia il nostro impegno costante nel fornire un servizio di altissimo livello. Le iniziative ideate, progettate e sviluppate per rispondere in maniera sempre più puntuale hanno dato i loro frutti. Continueremo a lavorare duramente per mantenere questo livello di eccellenza anche per i prossimi anni».

## EMILGROUP SBARCA SU TIKTOK

E' la prima azienda ceramica a sbarcare sulla piattaforma

Emilgroup sbarca su TikTok ed è la prima azienda ceramica a farlo, spingendo in avanti le frontiere di un settore che sempre di più può e deve parlare alle persone, connettendosi con loro e con le loro

unicità, per regalare benessere, fiducia, innovazione. In pochi giorni, il canale TikTok di Emilgroup ha raggiunto un successo oltre alle aspettative: i video caricati sono stati già visti da oltre 300mila persone, e oltre 3mila follower si sono aggiunti alla pagina. Già presente su Facebook, Instagram e LinkedIn, Emilgroup prosegue così nella direzione di una comunicazione originale e di un tone of voice sempre curioso e divertente. Uno stile efficace e unico, attraverso il quale «vogliamo raccontare - dichiara Giorgia Gallaro, Communication Manager di Emilgroup - i prodotti, le idee, ma anche le persone. Valorizzare i plus per cui siamo riconosciuti nel mondo: la passione per il dettaglio, il design Made in Italy, le soluzioni in gres innovative, con un linguaggio contemporaneo e in linea con i trend di comunicazione».



## IL NUOVO CREATIVE CENTRE DI CASALGRANDE PADANA

A Milano, in Piazza san Marco, nel cuore del Brera Design District



Ha aperto a Milano, in Piazza San Marco, il nuovo Creative Centre di Casalgrande Padana, nella pittoresca cornice del Brera Design District. Uno spazio che consente all'azienda di rappresentare al meglio una proposta unica per

qualità ed estensione della propria gamma e per ospitare e confrontarsi con i protagonisti e principali interlocutori che gravitano attorno al mondo dell'architettura, del progetto, del design e della ricerca. I Creative Centre sono luoghi aperti ai professionisti del settore, ideati da Casalgrande Padana per superare il tradizionale concetto di showroom commerciale, proponendosi come un crocevia tra ceramica e progetto.

## IL FLORIM FLAGSHIP STORE DI NEW YORK SI SPOSTA SULLA 5<sup>TH</sup> AVENUE

Florim mette la 'quinta' e sposta il suo Flagship Store newyorchese in una cornice ancora più prestigiosa

Il Florim Flagship Store di New York si è spostato aprendo al 277 di 5th Avenue, nel cuore di Manhattan, a pochi isolati dall'Empire State Building. Situato nel quartiere NoMad, dove l'energia del centro incontra l'eleganza dei quartieri alti, il nuovo spazio articolato su una superficie di circa 600 metri quadri è situato all'interno di un prestigioso grattacielo di oltre 220 metri con 55 piani. rogettato dall'architetto di fama internazionale Rafael Viñoly, la torre offre una vista imbattibile sullo skyline di Manhattan. Le vetrine dello showroom si affacciano al primo piano dell'edificio e lasciano intravedere le grandi lastre Florim. Gli spazi interni sono stati disegnati in continuità progettuale con gli altri Flagship Store: le superfici ceramiche sono presentate prevalentemente in versione ambientata, per mostrarne funzionalità e versatilità applicativa. I formati Magnum Oversize fanno da cornice - nella loro massima dimensione - ad uno spazio "Arena" a loro dedicato con al centro un piano di lavoro. Presenti anche un allestimento che mostra alcune delle soluzioni tecniche proposte dalla divisione Florim Solutions e una meeting room.



“ Dedicato a tutti  
coloro che trovano  
nel mare la forza  
per andare avanti ”



**Roberto Caroli**  
**Una vita  
all'ormeggio**

**L**a vita intensa di Paolo Di Leo. Giovane sessantottino, poi padre, marito, amante, medico chirurgo, proprietario del pontile Diomedeo nel porto di Carnigione, uomo di scienza con una irrefrenabile passione per il mare e la Sardegna. La sua è stata una rotta costellata da cambiamenti repentini, cadute e ripartenze. Ma il protagonista di queste pagine è un uomo che ha saputo sempre guardare avanti, anche quando è stato drammaticamente colpito negli affetti. È nei tramonti, nel vento, nello specchio d'acqua cristallina dell'arcipelago della Maddalena, che ha trovato le forze e le motivazioni per voltare pagina e ricominciare, sospinto dall'idea che la vita, nonostante le brusche e dolorose frenate, vada sempre vissuta e onorata: perché è un dono preziosissimo e irripetibile.

# Una vita all'ormeggio: il nuovo 'approdo' di Roberto Caroli

**Dieci anni dopo  
'Profumo d'argilla',  
l'inventore di Ceramicanda  
ci porta in Sardegna,  
tra vite, vele e ormeggi**

a cura della redazione



Dove eravamo rimasti? Era il 2011, eravamo sotto il portico della casa di campagna di Vittorio Morelli, protagonista di 'Profumo d'argilla', il romanzo che Roberto Caroli diede alle stampe per raccontare la vicenda umana e professionale di un uomo, si leggeva nella sinossi, 'impegnato a superare i nuovi ostacoli del settore in cui opera la sua azienda'. Una decina di anni dopo, il Direttore di Ceramicanda ci porta, dal distretto ceramico, in Sardegna: il 'profumo d'argilla' che Morelli avvertiva attraversando le direttrici che disegnano la geografia delle due sponde del Secchia lascia spazio alle coste della Sardegna, ai colori del golfo di Arzachena, dentro il quale si specchia un'altra vicenda, uguale e contraria, e a suo modo parallela, a quella di Morelli, che passa idealmente il testimone a Paolo Di Leo.

**Dalla Milano del '68 ad un mondo  
globalizzato e ostile che  
si fa piccolissimo alla ricerca  
di un ormeggio che sia un punto  
di (ri)partenza**

Da esperto velista, Roberto Caroli la traversata tra il 'continente' e l'isola l'ha compiuta decine di volte, da narratore solca invece per la prima volta un mare che ci restituisce un altro personaggio che merita di essere seguito. Prima giovane sessantottino, poi padre, marito, amante, medico chirurgo, proprietario del pontile Diomedea nel porto di Cannigione: Caroli da' voce a Di Leo con un tono disincantato e a tratti malinconico che racconta, attraverso questo 'uomo di scienza con un'irrefrenabile passione per il mare' un pezzo dei 'nostri' tempi. Dalla Milano 'segnata' dalla protesta studentesca al turbinio di un mondo globalizzato e spesso ostile che si fa piccolissimo, e dentro il quale il protagonista del nuovo romanzo di Caroli si muove alla ricerca di quell'ormeggio che è approdo e al contempo punto di (ri)partenza.

'Lo stile di Caroli – scrisse Valerio Massimo Manfredi nella prefazione di Profumo d'argilla – è garbato e leggero, i suoi personaggi credibili e dalla sua prosa traspare un sentimento che abbraccia tutti'. Lo stesso sentimento che, immaginiamo, ha spinto l'inventore di Ceramicanda ad 'inventarsi' un nuovo personaggio accanto al quale accompagnarci idealmente dentro un'altra avventura che trova approdo solo in quell'ormeggio presso il quale si ancorano le tante vite che Caroli ha voluto raccontare in questo suo secondo romanzo. Tutte diverse, tutte uguali. Tutte, a loro modo, inedite ed autentiche.



# Grazie per averci scelto

	pag.
ABK GROUP	<b>32</b>
ALE	<b>53</b>
BRUNACCI & PARTNERS	<b>42</b>
CASALGRANDE PADANA	<b>46</b>
DEL CONCA	<b>36</b>
EDI.CER	<b>5</b>
FLORIM	<b>3<sup>a</sup> e 4<sup>a</sup> di copertina</b>
GRUPPO BARDELLI	<b>31</b>
ITALCER GROUP	<b>8-28-29</b>
ITALGRANITI	<b>16</b>
KERAWALL	<b>22</b>
LAMINAM	<b>20</b>
MARAZZI GROUP	<b>19</b>
NOVABELL	<b>11</b>
PORCELANOSA	<b>24</b>
VERSACE CERAMICS	<b>30</b>



**ale** spa  
building & consulting

**EDILIZIA INDUSTRIALE e CAPANNONI IN CLS**

...in partnership con:

 **TesiSystem**



**ALE  
S p A  
Building  
& 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 richieste di un mercato in costante evoluzione.

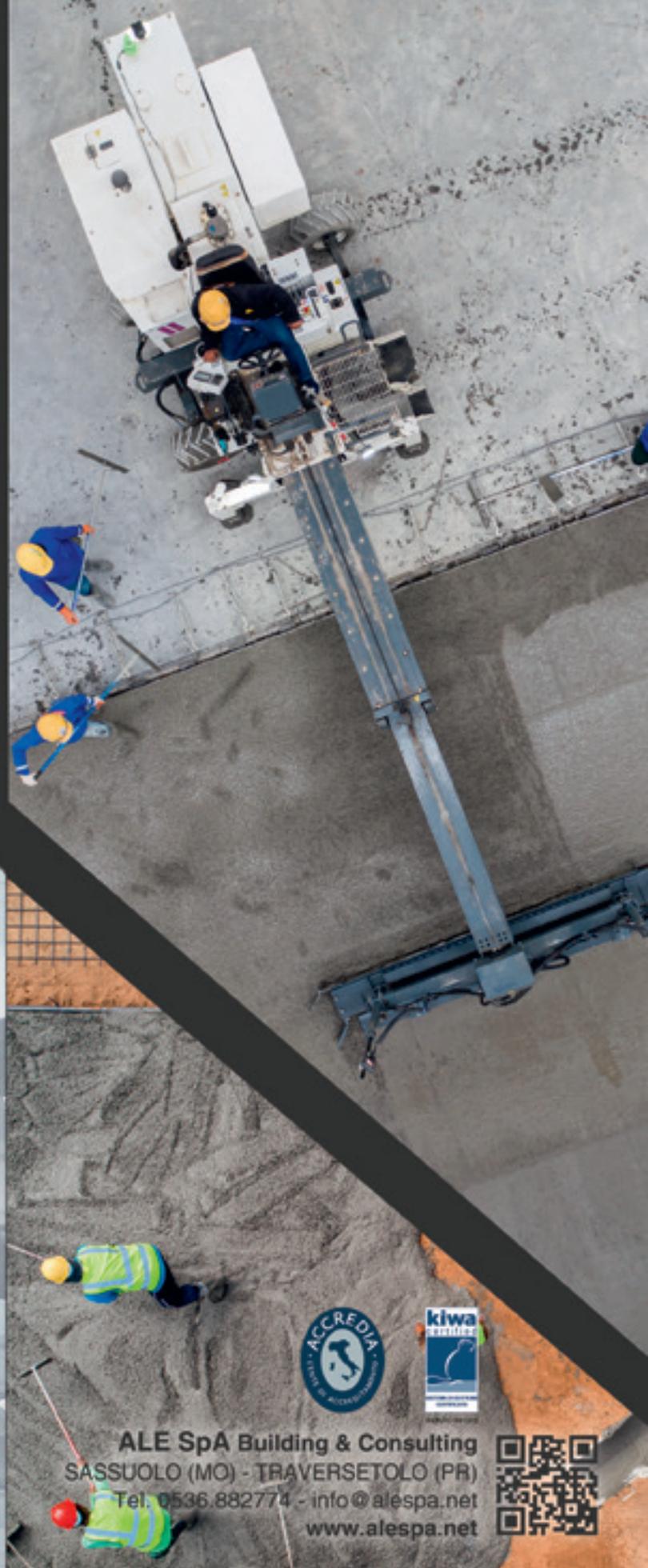
Per avvicinarsi ulteriormente alle esigenze dei propri clienti, ALE SpA è costantemente alla ricerca di sistemi innovativi, efficaci e sostenibili dal punto di vista ambientale, strutturale e finanziario: tra questi un sistema di copertura metallica

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:**

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



**ALE SpA Building & Consulting**  
SASSUOLO (MO) - TRAVERSETOLO (PR)  
Tel. 0536.882774 - info@alespa.net  
www.alespa.net

