



M A G A Z I N E

UOMINI | AZIENDE | ECONOMIA | MERCATO | PROGETTI

154 GENNAIO - APRILE
2024



MERCATO

La ceramica tra dazi, concorrenza e green deal

FOCUS SPAGNA

L'economia corre forte, le 'baldosas' rallentano

CULTURA

Imprenditori e territorio: il 'miracolo' Carani

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



ECCETILE 
evoluzioneceramica

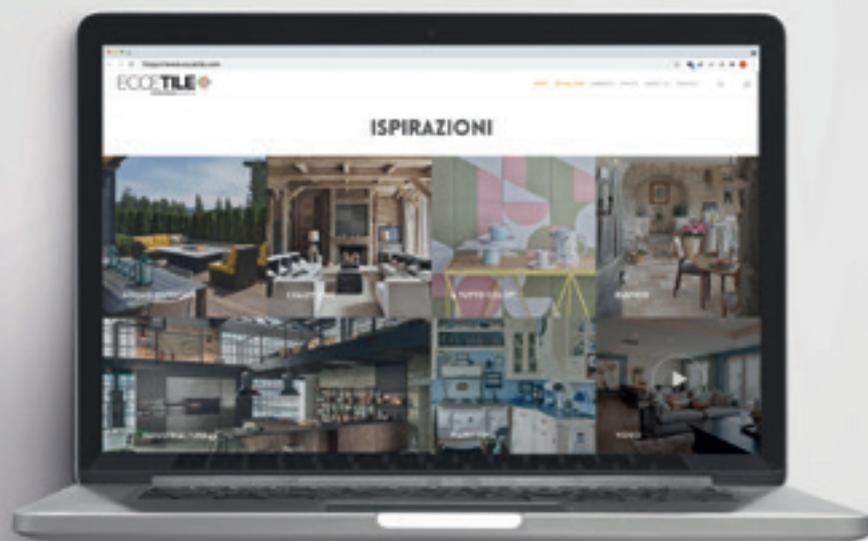
per informazioni: tel. 0536.990323 - marketing@ceramicanda.com



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



CERAMICA
NDA

EDITORIALE

Il *bon ton* non paga più

di Roberto Caroli

carocaroli@ceramicanda.com

L'inchiostro che esce dalla penna dei giornalisti può descrivere fatti di cronaca, oppure raccontare i sentimenti, o denunciare fatti o situazioni, spesso con l'obiettivo di sensibilizzare i lettori su un tema caro a chi scrive. Una o più cose insieme. Mi è capitato di raccontare, in questi lunghi trent'anni, l'atteggiamento della politica verso infrastrutture importanti su cui pesano ritardi insostenibili, la Bre-tella su tutte, e contestualmente domandarmi se gli imprenditori tenessero l'atteggiamento giusto nei confronti di politici e istituzioni. Anche durante la grave crisi energetica del 2022, durante la quale il gas aveva raggiunto quotazioni abnormi, anche fino a 300 euro al megawattora, Ceramicanda non aveva mancato di provocare gli imprenditori dei settori energivori fantasticando di una loro possibile fiaccolata a Ravenna, con la partecipazione anche di sindacati e lavoratori, i primi a nutrire interesse sul buon andamento delle aziende,

per chiedere a gran voce il ripristino e la messa in funzione delle piattaforme in Adriatico. Invocazioni apparse ai più un po' reazionarie, forse troppo lontane dall'atteggiamento paludato dei capitani d'impresa, agli antipodi dei più consueti tavoli di lavoro e discussione. Oggi, però, non mancano gli imprenditori che lamentano apertamente la latitanza della politica, convenendo sulla necessità di trovare un modo diverso di portare avanti le loro istanze. Forse in virtù della protesta europea degli agricoltori, con interminabili code di trattori nei centri storici delle città o blocchi stradali. Leggevo, in alcune rivendicazioni degli agricoltori, le stesse necessità portate alla luce dagli imprenditori della ceramica, rimaste però del tutto inascoltate. Su tutte le misure ambientali imposte dalla Comunità Europea ai paesi dell'Unione, che altro non fanno se non agevolare i concorrenti extraeuropei, liberi di produrre come e quanto vogliono. Prendiamo il





limite all'uso dei pesticidi consentiti agli agricoltori europei per tutelare la salute dei consumatori: che senso hanno se poi sulle tavole degli europei arrivano frutta e verdura con un tenore di pesticidi 10 o 20 volte superiori ai limiti imposti ai contadini di casa nostra dall'UE? Come non accostare il problema alla transizione energetica imposta agli imprenditori europei, quando Cina e India se ne infischiano e beneficiano, di fatto, di un vantaggio competitivo che mette in ginocchio l'Europa? Veniamo a casa nostra, al distretto ceramico: se ne parla poco, ma tra qualche anno il gas, stando alle scadenze imposte dalle normative, siano esse figlie della Comunità Europea o dell'agenda 2030 dell'Onu, verrà bandito se utilizzato tal quale, mentre potrebbe dire ancora la sua se utilizzato in miscela all'idrogeno verde o ad altre rinnovabili. Quest'ultima possibilità è ritenuta dai più utopistica e quindi impraticabile. Meglio sarebbe affidarsi sul rinnovo del Parlamento

europeo previsto per il mese di giugno, con la speranza che i tempi per la transizione energetica vengano dilatati dai neoeletti. Se così non fosse, la Sassuolo ceramica ed il miracolo sassolese, rischiano di evaporare, per la gioia di Cina, India, Turchia, Arabia Saudita, Emirati Arabi. I nostri imprenditori si aspettano che sia lo Stato italiano, nello specifico le partecipate Snam ed Enel, ad occuparsi delle fonti energetiche future, mentre demandano alla politica, giustamente, il lavoro normativo. In fondo loro devono continuare a produrre superfici ceramiche e fare in modo che, per vincere la concorrenza, restino le migliori al mondo. Senza troppe distrazioni. Alcuni lustri fa scrisse: 'Ci daranno la Bretella quando non avremo più i pantaloni'. Il rischio che arrivi il congiungimento con l'autostrada del Brennero, e non la revisione dei ristretti parametri in seno alla transizione energetica è alto, e questo lascerebbe tutti con il sedere 'scoperto'.



Anno XXII - Numero 154 - GENNAIO - APRILE 2024
(Chiuso in tipografia il 09/04/2024)

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 dei 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
"I love dancing"
IG @infinite8possibilita

STAMPA E CONFEZIONE
ARTELITO SPA

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

SOMMARIO

2 Editoriale

Il *bon ton* non paga più

6 Il personaggio

Emanuele Orsini, è sassolese
il neopresidente di Confindustria

8 Speciale Spagna

Ceramica in frenata, economia in crescita

13 Focus Usa

«Il sistema 'tiene', ma la situazione
va monitorata con attenzione»

16 Scenari

Russia: rischio nazionalizzazione
per le imprese estere?

18 Intervista

Armando Cafiero e le sfide del 2024:
concorrenza estera, dazi, green deal

27 Eccetile

Il portale di Ceramicanda continua a crescere

35 Il progetto

Eco Hotel Amaril: le superfici Florim
per un nuovo standard del lusso sostenibile

38 News Aziende

Prodotti e produttori

41 Cultura

Gli imprenditori per il territorio: a Sassuolo
la Fondazione riapre il Teatro Carani

PRIMO PIANO

20 - RAK Ceramics
22 - ABK Group
24 - Casalgrande Padana
32 - Novabell

44 Grazie per averci scelto

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



PORCELANOSA




PORCELANOSA Grupo

Un sassolese alla guida di Confindustria

a cura di Roberto Caroli

Emanuele Orsini è il nuovo numero uno di viale dell'Astronomia



Emanuele Orsini

Emanuele Orsini è il nuovo Presidente di Confindustria. È stato designato lo scorso 4 aprile dal Consiglio dell'associazione, ed il prossimo 23 maggio la sua elezione verrà ratificata dall'assemblea generale. Sassolese, classe 1973, Amministratore Delegato di Sistem Costruzioni

L'imprenditore modenese resterà in carica fino al 2028

e Tino Prosciutti, Presidente di Maranello Residence Srl nonché Consigliere delegato di Sistem Cubiertas Iberica Sl e membro del cda di AFI – Associazione Forestale Italiana, Orsini ha incassato l'ok di 147 dei 173 votanti. Già Presidente di Assolegno e Federlegno Arredo e vicepresidente uscente di Confindustria con deleghe a credito, finanza e fisco, Orsini ha corso da outsider e ha vinto, superando la concorrenza di Edoardo Garrone ed Antonio Gozzi, puntando sull'idea di una Confindustria che possa essere «centrale, di prospettive, di proposte, un'associazione – ha detto appena eletto – che vorrà fare sintesi, in grado di interagire con il Governo e l'Europa e proporre soluzioni per la crescita delle nostre imprese». Orsini, che ha già dettato l'agenda ai suoi, vuole una Confindustria compatta, caratterizzata da dialogo, identità, unità. Quanto al programma, ha detto all'Ansa il neopresidente, «il tema della competitività sarà un tema chiave in Europa. Poi ci sono l'energia e la certezza del diritto, altri temi che abbiamo messo al centro del nostro programma.

Emanuele Orsini è nato a Sassuolo, il 29 agosto 1973. Entrato nell'azienda di famiglia Sistem Costruzioni nel 1992, assume l'incarico di ad nel 2014, contribuendo alla trasformazione dell'azienda in una realtà leader nel settore dell'edilizia in legno, cui oggi fanno capo 15 società. Nel 2020, dopo la scomparsa del suocero Lanfranco Fiandri, fondatore di Tino Prosciutti SpA, assume anche l'incarico di presidente e ad dell'azienda parmense, traghettandola verso una nuova fase di crescita e sviluppo. A livello associativo, dopo essere stato presidente di Assolegno dal 2013, nel 2017 è stato eletto presidente di FederlegnoArredo. Dal 2015 membro della Giunta di Confindustria Modena, dal 2017 al 2020 ha fatto parte del Consiglio generale di Confindustria, di cui è vicepresidente dal 2020.





Orsini e il Direttore Roberto Caroli negli studi di Ceramicanda

Partiremo da quest'ultimo, anche perché – ha detto ancora Orsini - gli imprenditori, scegliendo, ovviamente hanno scelto il programma oltre alla persona». Unanimesi e trasversali i consensi seguiti alla designazione di Orsini, anche e soprattutto nelle nostre zone, dove Orsini è ben conosciuto e apprezzato, e dove le sue idee sulla competitività delle aziende rispetto al mercato globale, sulle necessità di fare sistema anche attraverso un dialogo che rivendichi le prerogative delle imprese sono ampiamente condivise, come peraltro confermato non più tardi di qualche mese fa, quando Orsini, allora Vicepresidente di Confindustria, partecipò alla giornata inaugurale del Cersaie affidando ai microfoni di Ceramicanda alcune dichiarazioni non prive di spessore per quanto riguarda anche

«Le priorità sono competitività, energia e certezza del diritto»

il settore ceramico. «Parliamo di uno dei comparti tra i più importanti del made in Italy, che esporta eccellenza in tutto il mondo e che va sostenuto, come va sostenuto a dovere tutto il sistema casa, che è un asset che coinvolge tanto l'economia quanto il sociale e come tale va trattato». Auspicava, Orsini, «un salto in avanti, anche dal punto di vista dei rapporti tra imprese e politica, su temi quali la transizione energetica, che non si può pensare la facciano le imprese da sole e sulla concorrenza estera, rispetto alla quale servono tutele più efficaci. E occorrono, più in generale, ragionamenti non solo sull'immediato, ma di prospettiva». Azzardiamo, allora, e diciamo che dal neopresidente il distretto ceramico si aspetta tanto, in tema di 'attenzioni'.



Spagna: ceramica in frenata, ma economia in crescita

a cura della redazione

Da una parte la crescita record del PIL, dall'altra un settore ceramico che soffre: produzione a -21%, fatturato in calo del 14,3%



Ha chiuso i battenti con un bilancio che gli organizzatori hanno definito 'positivo', l'edizione numero 40 di Cevisama, dando corso ad aspettative comunque importanti che diversi operatori iberici legano all'evento che si celebra presso la Fiera di Valencia. Oltre 70mila i visitatori, a confermare il dato del 2023, ma 'respiro internazionale' garantito all'evento da una crescita ragguardevole della percentuale di buyer internazionali, aumentata di quattro punti rispetto alla scorsa edizione, raggiungendo oltre il 29% del totale dei visitatori professionali di Cevisama. Francia, Stati Uniti, Regno Unito, Italia e Germania si posizionano come i principali mercati di origine per questi acquirenti, a compensare, si legge sui report post-fiera, 'una leggera diminuzione nel numero dei compratori nazionali, che pur rappresentano comunque più del 70% del totale'. Al netto delle sensazioni immediatamente successive al Cevisama, va tuttavia necessariamente registrato come il settore ceramico spagnolo attraversi una fase non semplicissima, complice un prodotto le cui caratteristiche non hanno l'appeal delle produzioni italiane che rende

contendibili le quote di mercato che la 'baldosas' sembravano aver consolidato sui mercati esteri. E complice qualche tensione interna di troppo – razionalizzazione delle produzioni, scioperi – che licenzia saldo sostanzialmente negativi. «Guerre, inflazione, costi dell'energia tuttora proibitivi e calo generalizzato della domanda di mercato continuano a indebolire il settore ceramico a livello mondiale, ma il vero problema da affrontare per i produttori europei riguarda la disparità delle regole del gioco rispetto ai competitor non-UE, in particolare Cina e India», ha detto a margine della fiera spagnola Vicente Nomdedeu Lluésma, presidente di ASCER, l'Associazione Spagnola dei Produttori di Piastrelle Ceramiche per Pavimenti e Rivestimenti, presentando il consuntivo (provvisorio) relativo al 2023. Il fatturato stimato del settore ceramico spagnolo è stato infatti pari a 4,8 miliardi di euro, in calo del 14,3% rispetto al 2022. Quasi 200 paesi esteri (189) producono circa il 75% del fatturato totale, mentre il mercato interno ne assorbe il 25%, e se in questo caso la ripartizione è sostanzialmente stabile, il 2023 racconta anche altro.

Una crescita del 2,5% nel 2023

L'economia spagnola ha sorpreso con una fine dell'anno migliore del previsto, con un'accelerazione nell'ultimo trimestre che ha portato l'aumento del PIL nel 2023 al 2,5%, un decimo di punto percentuale in più rispetto alle previsioni del governo. Si tratta del secondo anno consecutivo che vede la il Pil crescere oltre le attese, dopo il +5,8% registrato nel 2022. Il +2,5%, raggiunto nonostante turbolenze e incertezze internazionali, mette la Spagna su un altro pianeta rispetto a quelli di Italia, Germania e Francia (+0,7%, -0,3%, +0,9% rispettivamente), con un'accelerata avvertita in particolare proprio nell'ultimo trimestre



dell'anno appena trascorso (+0,6%, miglior riscontro di tutta l'Eurozona) che aveva già visto i primi due trimestri dell'anno scorso far segnare un +0,5%.



Ed in particolare una diminuzione del 21% della produzione, che si attesta attorno ai 400 milioni di metri quadrati, e di saldi negativi delle vendite (-16,6% in valore, -22% in valore) che preoccupano, anche se sono necessariamente da collegare al calo globale della domanda. «Oggi i nostri prodotti competono sui mercati internazionali in condizioni di disparità rispetto a quelli di aziende che in patria devono far fronte a requisiti lavorativi o ambientali meno severi, per fare solo un paio di esempi», ha detto ancora il Presidente di ASCER, ad avviso del quale «è fondamentale riequilibrare parametri validi per tutti». Anche considerato, ha aggiunto il Presidente di ASCER, che i mercati di riferimento dell'export spagnolo sono «mercati maturi ed esigenti che apprezzano il valore aggiunto delle piastrelle di ceramica spagnole, ma che nell'ultimo anno hanno comunque risentito pesantemente dell'inflazione e del conseguente rallentamento del volano edilizio». L'Unione Europea in primis,

con sei Paesi del Vecchio Continente (Francia, Gran Bretagna, Italia, Germania, Portogallo e Belgio) che si collocano tra le prime dieci piazze per l'export, che vede in pole position gli Stati Uniti. Dove tuttavia, l'export spagnolo del 2023 valeva il -19% in volume e il -11% in valore, lasciando intendere come anche oltreoceano le 'baldosas' abbiamo il loro daffare per mantenere la propria competitività su un mercato strategico per i produttori iberici, ma fattosi improvvisamente contendibile a beneficio, ad esempio, del Messico (che flette in quantità, ma cresce in valore), di Perù e Vietnam (i cui volumi sono tuttavia limitati e valgono, sommati l'uno all'altro, poco più del 10% di quanto esporta la Spagna) e soprattutto dell'India, le cui performances negli USA (volumi a +37%, valore a +27%) sono studiate con preoccupazione crescente non solo dagli spagnoli, ma da tutti i produttori che avevano trovato negli USA, fino a qualche tempo fa, la 'terra promessa'.



«C'è uno scollamento tra i grandi players e il loro territorio»»

a cura di Roberto Caroli



Cristiano Canotti

A livello di PIL, il benessere spagnolo non è in discussione, «il benessere del settore ceramico, invece, sì». A margine dell'edizione 2024 del Cevisama, **Cristiano Canotti** racconta a Ceramicanda quanto ha visto in fiera. Anche un po' di tensione, perché «al di là della contingenza globale non felicissima, il momento che vive la ceramica spagnola non è dei più brillanti»

Che Cevisama hai visto?

«Una fiera 'lunare': c'è un evidente scollamento tra i grandi players iberici e il territorio che si traduce in una fiera a suo modo minore»

Il problema fiere, però, c'è: crescono gli appuntamenti esterni, gli 'open house', i 'fuorisalone', diminuiscono i momenti più prettamente espositivi...

«Vero, e se ripenso a quando l'allestimento arrivava al palasport, con 13 padiglioni pieni, non si possono fare le valutazioni del caso guardando i tre su cui si articola il Cevisama di oggi. Quanto ai cosiddetti 'fuorifiera', dico che perché ci sia un

La 40ma edizione del Cevisama raccontata da Cristiano Canotti: «una fiera lunare: il momento della ceramica spagnola non è dei più brillanti»»

'fuorifiera' deve esserci una fiera che funzioni»

I grandi assenti di questa edizione 2024?

«Gli italiani e le 'grandi' spagnole»

Le presenze più inaspettate?

«Definirle inaspettate è inesatto, perché gli operatori statunitensi avevano annunciato la loro presenza, e in effetti c'erano. Come c'erano molti agenti che lavorano con gli USA e hanno approfittato di questa occasione dal momento che, pare, il Coverings vedrà diverse defezioni a causa della location e del periodo in cui è stato collocato»

Il livello espositivo del Cevisama 2024?

«Tre soli padiglioni e la sparizione, di fatto, del padiglione tecnologico dice già molto. E l'uscita di Pamesa, come di altri grandi gruppi, ha tolto altro ad un appuntamento che ha confermato come, a livello di produzione, le aziende iberiche si stiano spostando sul pavimento e sui grandi formati»

Con quali prospettive?

«Le previsioni parlando di un anno piatto. La ripresa di cui parlano alcuni analisti è legata a troppi se... Se i tassi di interesse calano, se la guerra in Ucraina finisce eccetera eccetera... In realtà, immagino i produttori spagnoli sperino soprattutto una cosa...»

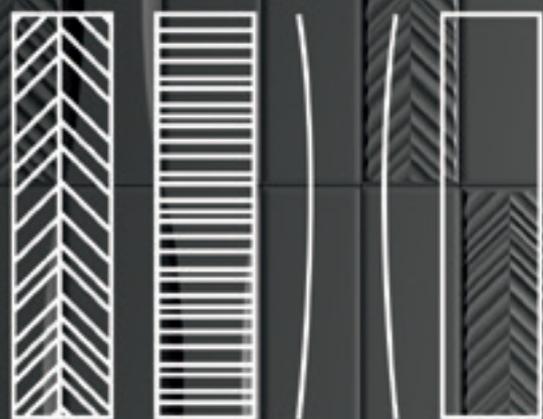
Sarebbe?

«Riuscire a mantenere l'attuale prezzo medio, che è sensibilmente più alto del pre-covid, perché il mercato, alle produzioni della Spagna, non riconosce un determinato prezzo. Fatto 100 dell'Italia, la Spagna si ferma a 60 o 70. La Spagna, del resto, non è Porcelanosa: lei fa gara a sé, gli altri sono e restano 'gli spagnoli' e il gap nei confronti dell'Italia, a livello di appeal, resta evidente».



D U S T

contemporary ceramic design



ELIOS
ceramica

www.eliosceramica.com

«L'economia USA tiene, ma la situazione va monitorata»

Donato Grosser analizza luci e ombre del contesto economico d'oltreoceano, che sarà inevitabilmente condizionato dallo scenario globale e dagli esiti delle presidenziali di novembre

a cura di Roberto Caroli e Stefano Fogliani





Donato Grosser

Ceramica, ma non solo. Stati Uniti, ma non solo, economia ma non solo: **Donato Grosser**, il nostro 'corrispondente' da New York guarda già all'appuntamento con le presidenziali di novembre, aggiungendo tuttavia come «la situazione è in divenire», non senza soffermarsi su una situazione economica che negli USA va assestandosi dopo le perplessità che si sono rincorse per tutto il 2023, e invece oggi dice che gli Stati Uniti continuano a sorprendere, tra dinamiche occupazionali non prive di dinamismo e un made in Italy che, soprattutto nel settore alimentare, si fa valere. 535mila posti di lavoro in più a gennaio, tasso di disoccupazione al 3,7%, importazioni in crescita per quanto riguarda formaggio e olio d'oliva. «Molti analisti – conviene Grosser - hanno previsto negli ultimi due anni una recessione, ma questa recessione non arriva. Poi può darsi arriverà comunque, ma per ora l'economia regge»

Qualcosa magari cambierà non appena gli scenari 'presidenziali' saranno chiariti... Pronti al lungo duello tra Biden e Trump?

«Da qui a novembre possono capitare tante cose: vale la pena seguire la vicenda, anche perché è in forte evoluzione e a mio avviso non sarà legata solo a questi due personaggi»

Chi vince?

«Non so. A seguire la campagna elettorale si intuisce come Trump non abbia una propria linea mentre la linea di Biden sembra essere quella di candidarsi per far perdere Trump. E i rumors parlano di possibili dimissioni, a favore magari del vicepresidente, una volta ottenuta la vittoria»

Dal punto di vista economico, invece, sembra tutto più stabile rispetto all'ultima volta che ci siamo sentiti, un paio di mesi fa...

«L'inflazione, oggi al 3%, sembra sotto controllo ma l'obiettivo è portarla al 2% e ancora non ci siamo, e i prezzi continuano ad aumentare. Quanto alle costruzioni, e parliamo di residenziale nuovo, il dato di fine 2023 incoraggiava, ma era inferiore del 4,6% rispetto allo stesso periodo del 2022. E vero però che c'è una certa stabilità, e siamo lontanissimi da quei dati che, una decina di anni fa, avevano fatto scattare l'allarme rosso. Il residenziale tiene: da monitorare c'è invece il settore direzionale e uffici dal momento che prima il Covid poi lo smart working hanno 'liberato' molti stabili. Poi c'è altro...»

Sarebbe?

«Per quanto riguarda le costruzioni commerciali i tassi di interesse in crescita non aiutano: i costruttori che fino a 10 anni fa si assumevano il rischio di costruire comunque, e l'assunto vale sia per il commerciale che il residenziale, consapevoli che una domanda in crescita li

avrebbe comunque premiati, oggi costruiscono solo quello che sono sicuri di poter vendere»

Chiudiamo con la ceramica: l'Italia sembra in recupero....

«Non proprio, nel senso che italiani e spagnoli continuano a perdere quota perché le importazioni dall'India costano molto meno e i grandi importatori guardano soprattutto là, penalizzando non solo le già citate Italia e Spagna, ma anche Brasile, Turchia e Messico: troppo favorevoli, oggi, i prezzi proposti dai produttori indiani rispetto agli altri.»

«I grandi importatori guardano soprattutto all'India, penalizzando non solo Italia e Spagna, ma anche Brasile, Turchia e Messico»



| Importazioni di piastrelle negli USA – GENNAIO/DICEMBRE 2022/2023 | | | | | | |
|---|---------------------------|---------------|---------------|------------------------|-----------------|---------------|
| PAESE | MILIONI DI METRI QUADRATI | | | MILIONI DI DOLLARI FOB | | |
| | 2022 | 2023 | % | 2022 | 2023 | % |
| Italia | 35 | 27,84 | -20,50% | 700,78 | 587,97 | -16,10% |
| Messico | 33,71 | 31,11 | -7,70% | 249,64 | 270,37 | 8,30% |
| Spagna | 40,07 | 32,38 | -19,20% | 544,78 | 482,17 | -11,50% |
| Brasile | 21 | 17,17 | -18,20% | 136,03 | 119,62 | -12,10% |
| Turchia | 24,76 | 16,08 | -35,10% | 198,78 | 139,4 | -29,90% |
| India | 26,38 | 37,62 | 42,60% | 150,18 | 191,23 | 27,30% |
| Peru | 2,68 | 3,32 | 23,90% | 14,75 | 17,03 | 15,50% |
| Malesia | 3,81 | 2,99 | -21,50% | 28,58 | 21,98 | -23,10% |
| Vietnam | 3,75 | 7,18 | 91,50% | 25,2 | 46,15 | 83,10% |
| Altri | 11,2 | 10,08 | -10,00% | 152,74 | 141,31 | -7,50% |
| TOTALE | 202,36 | 185,76 | -8,20% | 2.201,46 | 2.017,23 | -8,40% |

Fonte: Dataweb United States International Trade Commission

USA, un 2023 difficile: -8,2% in volume, -8,4% in valore

Flettono anche le importazioni dall'Italia, rispettivamente, del 20 e del 16%. Regge, invece, il prezzo medio

Secondo i dati diffusi da Confindustria Ceramica sulla base di quelli forniti dalla United States International Trade Commission, nel 2023 le importazioni statunitensi di piastrelle hanno fatto registrare, rispetto al 2022, una flessione tanto in volume quanto in valore. Poco più di otto punti percentuali, per un dato consuntivo che si attesta su 185,5 milioni di metri quadrati

e 2017 milioni di dollari, contro i 202,3 milioni di metri quadri e i 2201,26 milioni di dollari con cui il mercato USA aveva chiuso il 2022. Crescono in modo significativo le importazioni dall'India, che fanno registrare un +43% rispetto ai dodici mesi precedenti mentre flettono quelli che vengono definiti 'i principali paesi fornitori' con i soli Perù e Vietnam che, insieme all'India, chiudono il 2023 con un saldo positivo. Venendo alle vicende di casa nostra i volumi registrati in arrivo dall'Italia fanno segnare una contrazione del 20,5%, mentre a livello di valore siamo a -16,1%. Ancora incoraggiante, invece, il prezzo medio 'landed', ovvero 25,94 USD/mq contro un prezzo medio di importazione di poco più della metà, ovvero 13,79 dollari per metro quadro. Quanto agli altri importatori, invece, le flessioni più marcate le registra la Turchia (-35% in quantità, -29% in valore) mentre il calo dell'Italia la porta al quarto posto nella 'classifica' dei volumi (dopo India, Spagna e Messico) ma lascia il Beplaese saldamente al comando, e per distacco, nella graduatoria per valore, grazie a 587,97 milioni di dollari trainati da un prezzo medio che, evidentemente, regge.



Russia: rischio nazionalizzazione per le imprese estere?

a cura di Roberto Caroli

L'ipotesi c'è, e seguirebbe ulteriori restrizioni da parte dell'Europa sui capitali russi oggi presenti nei 'forzieri' occidentali



Loris Marcucci

«L'idea è che l'Occidente, nei confronti della Russia, non trovi nulla perché non sa ancora cosa cercare. E, più in generale, l'impressione è che da una parte si aspettino le Presidenziali USA di novembre, dall'altra si stia sul chi vive perché in gioco, tra Europa e Russia, ci siano anche interessi economici importanti. Ci si fa forza in Europa, dei 300 miliardi di risorse russe presenti nelle 'nostre' banche, che qualcuno minaccia di congelare, ma non è un mistero che nel caso la Russia reagirebbe in modo simmetrico». Ovvero congelando a sua volta, o nazionalizzando, le risorse occidentali presenti in territorio russo: lo scenario che dipinge **Loris Marcucci**, con-

«Ucraina? Tutto si definirà, credo, solo a novembre, con gli esiti delle elezioni negli Stati Uniti»

sulente che ben conosce il mercato e la società russa e ne segue gli sviluppi da tempo, avrebbe impatti importanti anche sulle aziende del distretto che hanno stabilimenti là. «Ma parliamo di previsioni, plausibili ma suscettibili di errore, e a questo stiamo». Quello che non sfugge, aggiunge Marcucci, è che «il processo di allontanamento della Russia dall'Europa e il suo contestuale avvicinamento alla Cina è ormai pienamente compiuto, con i rapporti reciproci saldati da un autoritarismo che accomuna Putin e Xi Jinping. L'ultima prova, che misura questa distanza, si è avuta in occasione del terribile attentato di qualche giorno fa: non vedo troppe mobilitazioni, in Occidente, in solidarietà al popolo russo»

Quanto accaduto qualche giorno fa suggerisce una vulnerabilità inattesa da parte della Russia...

«Solo per chi la conosce superficialmente e la considera una potenza, nel senso sociale, politico ed economico del termine.

Ma la Russia non è più una potenza: è una società disorganizzata, arretrata e povera, quando non corrotta, guidata da quel Putin che oggi rappresenta interessi

che non sono certo quelli della popolazione, peraltro impoverita. E, al di là di quanto sostiene la propaganda, preoccupata...»

L'economia, tuttavia, sembra reggere...

«Ricordo che le statistiche che raccontano il





«Quanto accaduto al Crocus City Hall stupisce solo chi considera ancora la Russia una potenza. Ma la Russia non è più una superpotenza da un po'»

contesto economico russo le scrive il Governo, con quel che ne segue in termini di attendibilità. E danno il PIL in crescita del 3% nel 2023: fosse vero l'incremento si spiega solo con il fatto che l'economia russa è ormai diventata un'economia di guerra, con le spese militari industriali che 'valgono' il 40% dell'intero sistema»

Le sanzioni, però, non hanno funzionato...

«Mal concepite e male applicate. Le merci occidentali sono state sostituite da altre, e molti brand che nei negozi russi non dovrebbero esserci ci sono comunque, grazie alle triangolazioni. Tra l'altro, la Russia ha a sua volta reagito: per fare un esempio i dazi doganali nei confronti dei vini italiani sono cresciuti del 200%»

Gli occidentali come nemici di sempre: storia vecchia...

«Vecchissima, ma continua a funzionare: da una parte c'è una manipolazione dei mezzi di informazione che condiziona l'opinione pubblica e ha una sua efficacia, dall'altra non è che Unione

Europea e USA abbiano brillato in passato e brillino tuttora, quanto a chiarezza delle proprie politiche, complice anche una classe dirigente che non mi sembra all'altezza»

In Ucraina come finisce?

«Credo la questione sarà definita a novembre. Sia che vinca Trump sia che vinca Biden. Per allora anche l'Europa dovrà trovare una sintesi, che sarà necessariamente figlia di una mediazione, tuttavia, non certo di prese di posizione unilaterali che non funzionano. Sarà fondamentale, evidentemente, che nessuna testata tattica si alzi in volo»

Questi sarebbero stati i giorni del Mosbuild...

«Doveva tenersi in questi giorni, proprio al Crocus, dove c'è stato l'attentato qualche giorno fa.

E' stato rimandato a metà maggio, ma per le superfici ceramiche italiane quella moscovita è da tempo una fiera marginale, appannaggio soprattutto di indiani e iraniani, oltre che di qualche distributore».

«Il processo che allontana la Russia dall'Europa per avvicinarla alla Cina è ormai compiuto»



Concorrenza estera, dazi, green deal: le sfide del 2024

Il punto di Armando Cafiero, Direttore Generale di Confindustria Ceramica: «Aspettiamo la gas release, necessaria al settore»

a cura della redazione



Armando Cafiero

Il punto di Armando Cafiero, tra transizione energetica, difficoltà di approvvigionamento e concorrenza straniera. Il Direttore Generale di Confindustria Ceramica non nasconde le difficoltà del contesto, ma rivendica il grande impegno con cui l'associazione sta lavorando,

nei confronti delle istituzioni di casa nostra e quelle europee, perché al Cesare del settore ceramico venga dato quel che è di Cesare. A partite dal nodo energia, tutt'altro che sciolto. La normalizzazione delle tariffe, infatti, lascia sul tavolo altre, e diverse, questioni. «Ma il gas – dice

«Sulla transizione la nostra posizione è sempre stata molto chiara: quello che 'batte in testa' sono gli strumenti di attuazione»

– sarà comunque il combustibile centrale anche per gestire la transizione energetica»

Le agende europee suggerirebbero altro: quel 2023 è ormai dietro l'angolo...

«Vedremo: il dato di fatto è che il gas resta una fonte indispensabile al settore ceramico, ma anche ad altri comparti quindi, mentre giusta-

Dazi alla Cina: proroga al 2029

La Commissione Europea accoglie le istanze di CET e Confindustria Ceramica

La Commissione Europea ha prorogato, fino al febbraio del 2029, le misure antidumping sulle importazioni in Unione Europea dalla Cina, confermando le aliquote già in vigore. Inizialmente imposti nel 2011, i dazi erano già stati confermati nel 2017: questa ulteriore proroga da' seguito ad un iter, non privo di complessità, cominciato all'inizio del 2022, su iniziativa congiunta di CET (la Federazione europea dei produttori di piastrelle di ceramica), e Confindustria Ceramica. La Direzione Generale del Commercio della Commissione ha riscontrato, al termine della sua istruttoria, il rischio di reiterazione di pratiche di dumping che avrebbero



mente si prepara il futuro, occorre garantire alle aziende il gas, e alle migliori condizioni possibili»

La gas release, da questo punto di vista, potrebbe aiutare...

«La stiamo aspettando, in effetti, anche per garantire gli approvvigionamenti necessari al settore, e ottimizzarne la gestione»

Nel corso di un'intervista che ha rilasciato al Dstretto, il Presidente di Nomisma Energia Davide Tabarelli ha detto che per cambiare le regole occorrerebbe cambiare le 'teste' che governano l'Europa: le elezioni di giugno verrebbero a proposito...

«Sulle politiche europee il punto di vista di Confindustria Ceramica è sempre stato chiaro, nel senso che gli obiettivi del *green deal* sono ampiamente condivisi. Quello che 'batte in testa' sono gli strumenti di attuazione, nel senso che oggi si tolgono risorse alle aziende per darle alla speculazione. Si tratta di una palese incongruenza»

Poi ci sono le materie prime... Anche quello un tema 'caldo'...

«Rispetto alle difficoltà indotte dal conflitto russo-ucraino il settore ha mostrato grande capacità di reazione, trovando strade alternative che come associazione, abbiamo fatto di tutto per assecondare. Lo stesso stiamo facendo con le ferrovie tedesche, dal momento che la Germania resta un fornitore strategico, e come tale va considerato»

L'impressione è, tuttavia, che i contesti internazionali possano dettare l'agenda al settore: penso anche alle dinamiche commerciali con la Turchia...

«Le tensioni, obiettivamente, non sono mancate, soprattutto qualche tempo fa. Ma mi pare di poter dire che siano in fase di superamento»

Chiudiamo con il tema dei dazi: confermati quelli sulla Cina, adesso andrebbe esaminato il caso della concorrenza indiana...

«La conferma della normativa antidumping nei confronti della Cina è stata importante e tutt'altro che scontata, dal momento che si tratta del terzo rinnovo. Quanto all'India, innegabilmente resta un problema: gli studi effettuati dalla Commissione Europea hanno

«Molto bene la conferma dell'antidumping alla Cina, ma il problema-India resta: i dazi previsti oggi nei suoi confronti sono ininfluenti»

confermato, giusto un anno fa, come anche nel caso degli indiani le politiche di dumping siano evidenti, ma i dazi che sono stati imposti sono rimasti ad un livello tutto sommato ininfluente: abbiamo già visto come, a fronte di un mercato calato del 20%, le importazioni dall'India siano cresciute del 60%».

potuto causare un danno all'industria ceramica europea. 'Date le elevate capacità produttive inutilizzate dai produttori cinesi e l'attrattiva del mercato UE, senza il rinnovo delle misure - si legge nella nota che ufficializza la proroga - il mercato interno dell'Unione sarebbe inondato di piastrelle ceramiche cinesi a basso prezzo e prodotte con standard di sostenibilità nettamente inferiori a quelli europei. Da qui la decisione della Commissione, che ha prorogato i dazi antidumping, mediamente pari al 30,6% per le aziende collaboranti ed al 69,7% per tutte le altre. Dalla loro introduzione, ormai tredici

anni orsono, i dazi hanno determinato la progressiva contrazione dell'export cinese verso la UE, passato dagli oltre 60 milioni di metri quadrati esportati fino al 2010 ai circa 2 milioni del 2022. Per la ceramica italiana, che esporta circa l'85% di quanto produce, una tutela in più, salutata con soddisfazione anche dal Presidente della Commissione Relazioni Commerciali di Confindustria Ceramica Filippo Manuzzi, ad avviso del quale «poter operare all'interno di mercati in cui vengono sempre rispettate le regole del fair trade è un fattore essenziale».



«L'insidia per il mercato globale è la Cina: occorre reagire investendo su qualità e servizio»

a cura della redazione



Leonardo de Muro

«Il momento è quello che sta vivendo anche il made in Italy della ceramica, nel senso che siamo indubbiamente in una fase di stallo, con prospettive che dovrebbero assumere contorni più definiti tra le prossime settimane e i prossimi mesi». Il punto di vista di **Leonardo de Muro**, Corporate Vice President di RAK Ceramics, è quello di un manager italiano di lungo corso, abituato a confrontarsi con il mercato globale, anche considerato il suo punto di osservazione, geograficamente molto lontano dal 'nostro' distretto ceramico ma alle prese con tensioni non troppo differenti da quelle che condizionano i mercati occidentali. «La nostra realtà è diversa da quella

Leonardo de Muro, Corporate Vice President di RAK Ceramics, analizza il contesto globale dipingendo uno scenario in chiaroscuro. «L'India va tenuta monitorata, ma il vero pericolo arriva dalla Cina e dagli stabilimenti che le aziende cinesi hanno aperto in Africa, oltre che da politiche di prezzo molto aggressive, cui i produttori evoluti devono reagire puntando su qualità del prodotto e servizio»

dei produttori europei, ma – argomenta infatti de Muro – le criticità non sono troppo dissimili»

I produttori europei scontano soprattutto le difficoltà della Germania e degli Stati Uniti, oltre che l'aggressività dell'export indiano...

«Noi, invece, ci troviamo a confrontarci soprattutto con le realtà del Medio Oriente. Un Medio Oriente che in questo momento è sostanzialmente fermo, sia per la guerra che sta coinvolgendo la parte più a nord dell'area, sia per quanto succede in Arabia Saudita, dove ci troviamo da affrontare una crescita esponenziale delle produzioni cinesi che hanno alterato equilibri che pure sembravano a loro modo ormai consolidati. E non mi sento di escludere che queste dinamiche, per noi già penalizzanti, possano avere riflessi, sul breve periodo, anche in Europa»

«Parliamo di prezzi folli: gres porcellanato smaltato in formato 60x60 venduto, franco destino, a 2,5 dollari al metro quadro»

In che senso?

«Faccio un esempio: un'azienda cinese, un'autentica multinazionale, ha cominciato ad aprire, nel 2018, alcuni stabilimenti produttivi in Africa e oggi detiene il 30% del mercato africano. Da lì si è affacciata sul mercato saudita proponendosi con prezzi folli, almeno dal mio punto di vista: per dare un'idea, par-





liamo di gres porcellanato smaltato 60x60 che viene venduto, franco destino, a 2,5 dollari al metro quadro»

Con conseguenze facili da immaginare...

«Una proposta del genere spiazza qualsiasi produttore sia interno che esterno, come noi, chiudendo di fatto l'accesso alla rete distributiva dell'Arabia Saudita, che tra l'altro ha stipulato accordi che incentivano, quando non li favoriscono, l'importazione di questi materiali. La sintesi? I produttori cinesi hanno trovato il modo di produrre ed esportare con buona pace dei dazi, e credo che presto arriveranno anche in Europa»

Non granché, come scenario...

«Ma questa è la realtà, e i rischi potenziali sono ragguardevoli: prossimamente, infatti, questo grosso gruppo aprirà in Iraq e in Libia e proprio l'unità produttiva libica, a mio avviso, potrebbe rappresentare una sorta di 'ponte' nei confronti del mercato italiano ed europeo, con le conseguenze del caso, visto che tra l'altro parliamo di produzioni comunque competitive dal punto di vista qualitativo e non prive di un'estetica non lontana dagli standard cui siamo abituati»

Altrettanto competitivi, sempre per parlare di concorrenti esteri, sono i produttori indiani. Ma qui siamo su un altro piano, sembra di capire...

«Diciamo che gli indiani vanno tenuti d'occhio, ma oggi sono i cinesi i *competitors* più temibili, considerata sia la dislocazione dei loro stabilimenti che le loro capacità produttive»

A questo punto la domanda è una: RAK Ceramics come reagisce a questa situazione?

«L'impatto è stato importante, dal momento che sul mercato saudita, dove spedivamo circa 2,5 milioni di metri quadri al mese, nell'ultima parte dell'anno scorso abbiamo perso tra il 10 e il 15%. Così ci siamo

I cinesi, attraverso l'Africa, hanno trovato il modo di produrre ed esportare nonostante i dazi: presto arriveranno anche in Europa»

strutturati diversamente e in questi primi mesi siamo riusciti a recuperare, sia grazie al nostro team che opera in Arabia Saudita e alla capillare distribuzione, in quell'area, dei nostri showroom che ai tanti progetti in corso di realizzazione sul Mar Rosso. E, ovviamente, non smettiamo di valutare ulteriori traiettorie lungo le quali espanderci».



Investimenti, acquisizioni, nuovo showroom: ABK Group raccoglie le sfide del 2024

a cura della redazione



Andrea Fabbri

«Permangono le incertezze legate al contesto geopolitico e quelle relative ad alcuni mercati come Italia, Germania e Francia, ma notiamo una vivacità importante in aree strategiche, ad esempio Stati Uniti e Medio Oriente, quindi restiamo fiduciosi rispetto a questo 2024». L'ingresso di Cleon Capital nella compagine societaria, un piano di investimenti da 30 milioni prepara ABK Group a nuove sfide e **Andrea Fabbri**, CFO del Gruppo e Presidente di Gardenia, si dice pronto a raccoglierle, partendo proprio dalla partnership con Cleon. «Credo fosse il momento giusto per un'operazione di questo tipo. Da tempo – spiega Fabbri – cercavamo un partner qualificato e proattivo, con una mentalità industriale

L'ingresso nella compagine sociale di Cleon Capital rilancia il progetto di crescita del Gruppo finalese, a sostegno del quale verranno investiti 30 milioni da qui ai prossimi 18 mesi. «Era il momento giusto per un'operazione del genere: volevamo – dice il CFO Andrea Fabbri – un partner qualificato e proattivo in grado di assecondare e sostenere i nostri progetti di espansione»

e soprattutto una visione a lungo termine che ci potesse accompagnare nella crescita. In Cleon abbiamo trovato il partner ideale, e non tanto per gli importanti investimenti che abbiamo pianificato quanto per il network di relazioni e competenze che ci potrà aiutare a cogliere le opportunità di crescita» **Il contesto non sembra particolarmente incoraggiante, tuttavia...**

«Le incertezze ci sono, ma Abk nel 2022 ha raggiunto un fatturato di oltre 230 milioni, ha più di seicento tra dipendenti e collaboratori ed una dimensione importante. Come abbiamo raggiunto questi risultati

«La sede di Target, a Spezzano di Fiorano, diventerà l'hub direzionale del Gruppo: duemila metri quadri di uffici e oltre cinquemila per il nuovo showroom. Una sede di prestigio, nel cuore del distretto ceramico»

di crescita attraverso investimenti costanti su processi e prodotti, così contiamo di poter proseguire su questa strada»

Viene in mente l'investimento fatto su Desvres per avvicinarvi al mercato francese...

«Quello è stato il nostro primo investimento all'estero, e ha dato i suoi risultati»





La mia sensazione, tuttavia, è che sia meglio produrre qui nel distretto...

«Diciamo che produrre all'esterno non è semplice, ma dopo alcune difficoltà iniziali stiamo raggiungendo gli obiettivi che ci eravamo prefissati. Oltre che un asset produttivo, Desvres deve diventare un hub di tipo logistico per tutto il gruppo, che sfrutti appieno il vantaggio della vicinanza a diversi mercati: Francia, certo, ma anche Nord Europa, Benelux e Regno Unito. Lì produciamo, tra l'altro, anche l'outdoor a 20 millimetri che in quelle zone è molto apprezzato, proponendo al cliente tutti i vantaggi legati alla vicinanza geografica. Ovviamente abbiamo investito risorse importanti per ammodernare gli impianti rispetto alle quali contiamo di 'rientrare' entro il 2025»

Un brand come Versace, invece, che tipo di vantaggi vi da'?

«Per noi è un patrimonio: quando abbiamo acquisito Gardenia, in piena pandemia, la licenza era in scadenza. Io come presidente mi sono adoperato immediatamente per il rinnovo. Non è stato facile perché loro non ci conoscevano, ma abbiamo conquistato la loro fiducia. La licenza nuova è partita a gennaio 2023 e siamo in una fase di grande sviluppo. La brand identity di una griffe del genere, combinata agli investimenti fatti sulle nuove collezioni sta dando i risultati attesi.

Alcuni mercati di sbocco, quali la Cina e la Russia, sappiamo che sono un poco in difficoltà, ma dal punto di vista delle vendite complessive stiamo andando bene, e il business plan è molto positivo»

La vostra ultima acquisizione riguarda invece Target Studio...

«Un immobile di prestigio, nel cuore del distretto ceramico. L'intenzione è farne un hub direzionale

«Il marchio Versace? Abbiamo rinnovato la licenza all'inizio dell'anno scorso, convinti che la sua brand identity, combinata agli investimenti fatti sulle nuove collezioni, possa continuare a dare risultati importanti»

per tutto il Gruppo: il progetto è di collocarvi gli uffici sfruttando appieno i duemila metri quadri di superficie e soprattutto realizzare uno showroom di oltre cinquemila metri quadrati che crediamo fosse quello che mancava ad una realtà come la nostra per fare un ulteriore salto di qualità, anche dal punto di vista dell'immagine».



Casalgrande Padana, Ordine degli Architetti e UNStudio... Progettisti a confronto...

a cura della redazione

**Presso
il Creative Center
dell'azienda reggiana
il secondo ciclo
di incontri che
raccontano le esperienze
degli studi internazionali
di architettura: tra i temi
oggetto del confronto:
'l'uomo al centro
dell'approccio
progettuale'**



Pietro Scarpa



Sofia Cattinari

Ceramica e progettazione come binomio inscindibile. E architettura che svolge il suo compito di disegnare gli spazi abitati seguendo traiettorie di ricerca dettate da ovvie urgenze – la sostenibilità in primis – e da necessità altrettanto ovvie. Muove lungo queste direttrici il percorso di Casalgrande Padana, che lo scorso 15 marzo ha inaugurato il secondo di un ciclo di eventi programmati con l'intento di raccontare le esperienze di studi internazionali di architettura, i cui progettisti vengono messi a confronto con gli Ordini degli Architetti. Formazione, ma non solo, e non fine a se stessa, come sottolineato da **Sofia Cattinari**, Presidente dell'Ordine degli Architetti di Modena, che in questo appuntamento promosso da Casalgrande Padana presso

il suo Creative Center vede più un'occasione di arricchimento reciproco, «un'opportunità di scambio e confronto tra professionisti che nel loro dna hanno la tensione all'innovazione e alla ricerca, che è un approdo quasi istintivo per il mondo dell'architettura e i professionisti che lo declinano, progettandolo e realizzandolo». Ospite della giornata promossa da Casalgrande Padana UNStudio, realtà olandese fondata ad Amsterdam nel 1988 che opera nel campo delle opere urbane e architettoniche pubbliche e private ed è specializzato in progetti innovativi di architettura, pianificazione e design che spaziano dai masterplan urbani ai ponti, dagli edifici pubblici ai waterfront fino agli uffici ad uso misto, residenze, mostre e prodotti.





‘L’uomo al centro’ detta a UNStudio – acronimo non casuale di United Network Studio, a rimandare alla natura collaborativa della pratica – un approccio progettuale che rimuove le tipologie architettoniche tradizionali, per inquadrarlo attorno al modo in cui le persone sperimentano l’ambiente costruito.

«Salute e sostenibilità sono i valori attraverso i quali la centralità dell’uomo viene espressa nella progettazione», spiega **Pietro Scarpa**, architetto associato a UNStudio, che sfugge al formalismo di maniera restituendo a due concetti molto ‘chiacchierati’ e molto meno praticati la loro piena dimensione.

«Si parla di salute in senso dinamico, ovvero di un rapporto in costante divenire tra l’uomo e l’ambiente dove quest’ultimo, essendo noi architetti, è l’ambiente costruito. La sostenibilità, invece, è un valore che si traduce in un’idea di sviluppo che non confligga con l’ecosistema. Parliamo di entità a loro modo simmetriche, ma che hanno

time-frame differenti: più breve e contingente quello relativo al primo, più di ampio respiro il secondo». La ceramica, o meglio le superfici ceramiche si inseriscono lungo questo tragitto che guarda al futuro con lo stesso ruolo che rivendicano i protagonisti della progettazione. «Il confronto con questi studi internazionali, con il loro modo di rapportarsi a quanto hanno intorno e con le necessità del presente e del domani suggeriscono soluzioni sulle quali, come progettisti, siamo chiamati a confrontarci», chiosa Catinari, passando il testimone di un’ideale staffetta ancora a Scarpa, che sulla ceramica come materiale per la progettazione e l’architettura ha idee ben chiare. «L’attenzione, tanto la nostra quanto quella dei principali committenti, non è più catturata solo dalle qualità tecnologiche ed estetiche dei materiali utilizzati, quanto della loro compatibilità con quell’approccio alla sostenibilità che, oggi, è uno dei driver sui quali si svilupperà il futuro della progettazione».

EC CETILE, due anni e mezzo di successi online: il nostro portale continua a crescere

«L'uomo – scrisse
Roberto Caroli
presentandolo
- ha scelto la
ceramica quale
compagna di
viaggio già dalla
notte dei tempi»

a cura della redazione



Due anni e mezzo 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 e mezzo di distanza da allora, archiviati con soddisfazione i primi bilanci e fatto tesoro dei tanti feedback che ci sono arrivati da quando andammo online, è giusto dare conto degli uni e degli altri. Se i numeri hanno infatti fin qua premiato la nostra intuizione, 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: ecco allora uno spazio dedicato ad ECCETILE sul nostro *magazine*, che comincia con questo numero il suo 23mo anno. 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.



Marazzi, ispirazioni senza tempo per la cucina

a cura della redazione

Le collezioni The Top: superfici sicure e resistenti da declinare in soluzioni tailor made



La cucina diventa un ambiente fluido che convive con la zona giorno. La scelta dei materiali è all'insegna della facilità di gestione e le collezioni The Top consentono superfici sicure e resistenti da declinare in soluzioni tailor made. Ampie le possibilità di abbinamento e il mix&match tra gli effetti marmo, pietra o legno. Ambienti domestici con cucine dinamiche e aperte che convivono, integrate, nello spazio abitativo della zona giorno. Tendenza nata dagli appartamenti urbani per il contrarsi delle metrature, tali ambienti multifunzionali esprimono l'esigenza di un abitare fluido, tra pubblico e privato, tra lavoro agile e vita quotidiana. La scelta dei materiali è all'insegna della facilità di gestione e della multifunzionalità: il gres porcellanato garantisce superfici sicure e resistenti, anche a contatto con il cibo grazie alla tecnologia Puro Marazzi Antibacterial, da applicare estesamente dalla cucina agli elementi del soggiorno.

Le lastre di grandi dimensioni di Marazzi The Top sottolineano l'importante presenza decorativa del gres porcellanato. Applicabili dai countertop ai backsplash dell'area di lavoro, dai tavoli al rivestimento verticale dei mobili contenitori, le collezioni consentono di ottenere soluzioni tailor made di arredo dalle molteplici personalità. Per esempio, la sorprendente fedeltà di dettaglio del Wood Look può essere accostata alla texture calda e porosa del travertino o alle venature disegnate e sfumate dei preziosi marmi policromi che creano rivestimenti verticali dall'aspetto vibrante. La scelta di effetti marmo più tradizionali, come lo Statuario o il Calacatta, consente invece di riportare la tradizione in ambienti più minimali e contemporanei.

Il mix&match di colori e texture delle grandi lastre The Top creano stili e atmosfere differenti, in cui i vari elementi spiccano in modo diverso. Il gres porcellanato compare in tavoli dalle dimensioni importanti,





da personalizzare grazie alla ricca varietà di finiture richiamate anche nei top di console, madie o credenze. La praticità e facilità di manutenzione del gres libera dai vincoli che i materiali naturali qui riprodotti

portano con sé. E l'impiego ottimale della Premium Technology 3D Ink, che abbina perfettamente la stampa digitale con la struttura della superficie, permette risultati materici diversi su ogni pezzo.



Amuri di Ragno: una ceramica versatile dall'animo decorativo

a cura della redazione

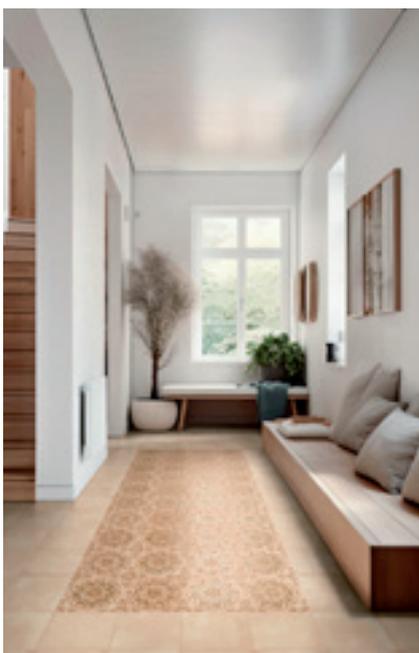
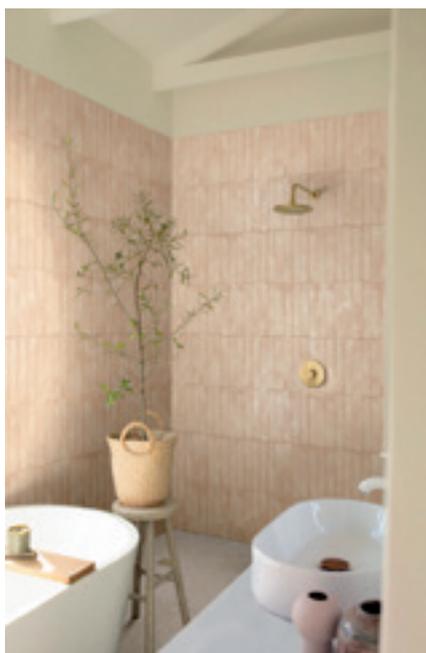
Il Mediterraneo italiano
è il vero protagonista
di questa collezione
che riedita contaminazioni
del passato rivisitate
in chiave contemporanea



Amuri è la nuova collezione in gres porcellanato che arricchisce il contenitore Storie di Ragno Ceramiche, caratterizzato da prodotti dall'estetica artigianale. Quattro colorazioni effetto cotto, tre formati, un ricco apparato decorativo e una finitura glossy compongono una serie dallo stile mediterraneo. Nell'ambito dell'interior design, la tendenza attuale invita a circondarsi di prodotti materici e superfici mutevoli capaci di generare sensazioni tattili. Le abitazioni si arricchiscono di materiali caldi e sensoriali che raccontano una storia attraverso un mix armonico con l'unico obiettivo di creare ambienti avvolgenti e confortevoli. Grazie alle sue caratteristiche tecniche ed estetiche, la ceramica artigianale viene sempre più percepita come prodotto naturale e non come artefatto. Cresce quindi in noi il desiderio di recuperare questo materiale nella sua forma più

pura, ancestrale, dove l'imperfezione e il difetto rappresentano il suo valore aggiunto. L'ispirazione materica per la nuova collezione in gres porcellanato Amuri nasce proprio da un cotto lavorato a mano, con bordi marcati e leggere nuvolature sulla superficie. Le peculiarità della ceramica tradizionale vengono interpretate con le più innovative tecnologie produttive per comporre una serie poliedrica, omaggio alla tradizione mediterranea e al know-how dei suoi abili artigiani. Tradizione e contemporaneità si bilanciano in una palette cromatica dai toni terrosi – Cotto e Biscotto – e più neutri – Avorio e Grigio – presentata su una superficie naturale che riedita il classico materiale ceramico utilizzato un tempo in edilizia, derivato dalla cottura dell'argilla. L'intera gamma cromatica è declinata nel formato d'ispirazione tradizionale 20x20 cm con





bordi dritti per una posa quasi accostata e nel nuovo mattoncino 5,3×30 cm, stretto e lungo, dall'aspetto slanciato, con bordi leggermente fuori squadra per enfatizzare l'origine artigianale del prodotto da posare in orizzontale, verticale o a spina per un effetto mosso che caratterizza anche gli ambienti più minimal. Amuri presenta un effetto cotto dall'elevato realismo materico, grazie alla tecnologia 3D

Ink pensata e sviluppata nei laboratori di Ragno Ceramiche. L'avanzato sistema che combina riconoscimento ottico e precisione di stampa garantisce la perfetta corrispondenza tra grafica e struttura 3D, conferendo una particolare profondità e una matericità unica ad ogni singolo pezzo ceramico—in questo specifico caso, la tecnologia 3D Ink viene applicata ai formati 60×60 cm e 60×120 cm.

Khroma, Origin of the earth

a cura della redazione

La nuova collezione NovaBell celebra l'espressività e la naturalità della materia ancestrale dalla quale nasce tutto: l'argilla



Il progetto di ricerca parte dalle origini: l'argilla impastata e modellata con acqua, compressa e lasciata essiccare in cassafornate di legno. I laboratori di ricerca NovaBell hanno rievocato l'antica tecnica attraverso manufatti originali, per dare forma a nuove superfici dalla bellezza senza tempo. Khroma riflette ogni passaggio progettuale: la granulometria calibrata, l'incredibile autenticità e la profondità materica.

La gamma cromatica Khroma nasce dalla natura e riflette una ricercata e neutrale palette di colori abbinabili e interscambiabili. I pigmenti sono piacevolmente uniformi ma allo stesso tempo vivaci, ricchi di tutto il fascino originario dell'argilla cruda.

Alle numerose colorazioni si aggiunge anche la texture Rammed, ispirata ad un'antica tecnica costruttiva che utilizza diversi tipi di argilla battuti manualmente.



Una texture ricca che mette in mostra la grana, le stratificazioni cromatiche e le variegature sfumate. Sfumature rese ancora più evidenti con la finitura spazzolata, in grado di donare maggiore risalto ai dettagli della struttura.

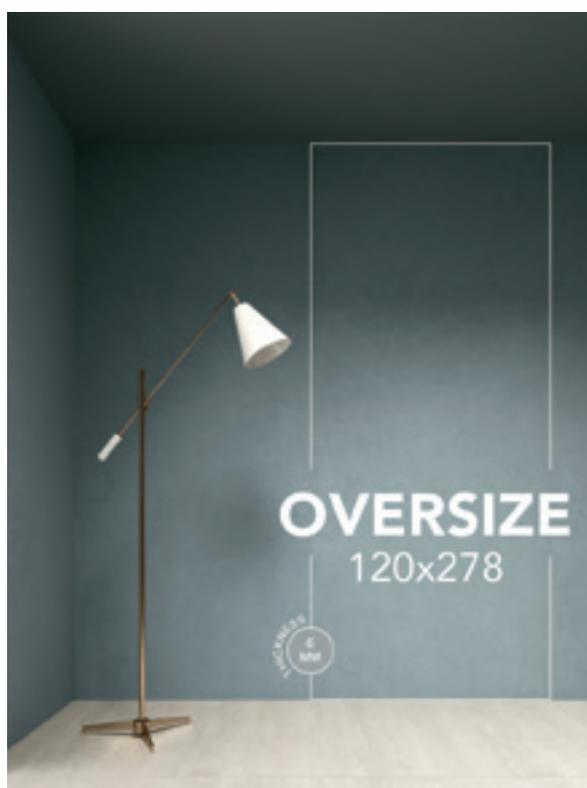
La collezione si sviluppa partendo dai classici formati 120x120, 60x120, 100x100, 60x60 e 30x60, fino ad arrivare alla **lastra 120x278 a spessore 6mm**, con cui NovaBell inaugura il marchio Oversize dedicato alle grandi superfici ceramiche. La fusione tra le delicate texture di Khroma e la monumentalità delle maxi lastre Oversize è una dichiarazione di design; una combinazione di minimalismo ed essenzialità materica, che si integra armoniosamente con la grandezza ceramica, donando allo spazio un senso di continuità visiva e raffinata modernità.

Come un involucro, le lastre OVERSIZE avvolgono le superfici architettoniche rappresentando un'innovazione estetica e funzionale. Il grande formato offre un modo distintivo di concepire e progettare gli spazi esterni, creando edifici che non solo resistono al tempo ma che si distinguono per la loro imponente presenza visiva e modernità.

Le lastre OVERSIZE contribuiscono a ridefinire gli standard nel mondo dei materiali conquistando il settore dell'architettura avanzata come le facciate esterne; il gres porcellanato NovaBell è infatti dotato di proprietà tecniche che lo rendono resistente e durevole, una vera barriera contro gli sbalzi termici e gli agenti atmosferici più aggressivi, mantenendo inalterata la propria bellezza e le performance tecniche.

Le superfici in/out di Khroma sono coordinate grazie alla proposta Outwalk, il brand NovaBell specializzato in pavimentazioni per esterni in gres porcellanato spessore 20mm, prolungando la bellezza del look argilla ed assicurando un'ampia gamma di soluzioni estetiche ed altamente performanti.

Le texture Khroma convivono in armonia offrendo un progetto trasversale che risponde a valori e gusti contemporanei, per applicazioni dall'alto valore estetico.



GRANDE FRATELLO

A conclusione della 17ª edizione della Casa più famosa d'Italia.

styl'editions
more than wallpaper

Eco Hotel Amaril: le superfici Florim per un nuovo standard del lusso sostenibile

In Val Venosta,
Archifaktur
ha concepito
una struttura il cui
linguaggio moderno
dialoga con la natura

a cura della redazione



Immerso nel pittoresco paesaggio di Castelbello, in Alto Adige, l'Eco Hotel Amaril si distingue come un'armoniosa unione di pratiche eco-sostenibili e comfort lussuoso, frutto della visionaria Archifaktur guidata da Stefan Ghetta, che ha scelto le superfici Florim per dare dimensione compiuta al proprio immaginario. L'Eco Hotel Amaril stabilisce infatti un

nuovo standard nel mondo del lusso sostenibile: ogni dettaglio è stato progettato con attenzione per minimizzare l'impatto ambientale, massimizzando nel contempo il comfort e il piacere estetico per gli ospiti. L'architettura dell'hotel parla quindi un linguaggio moderno, ma con un profondo rispetto per la natura con la quale il dialogo è ideale ma tangibile nel suo

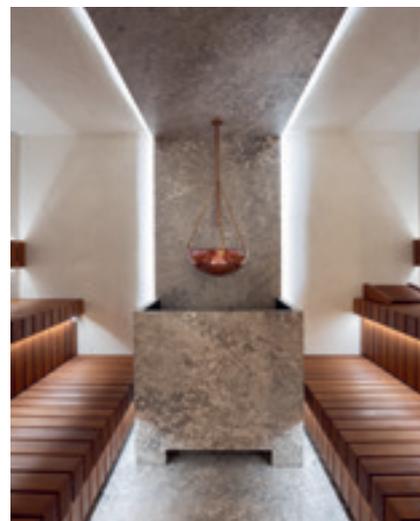
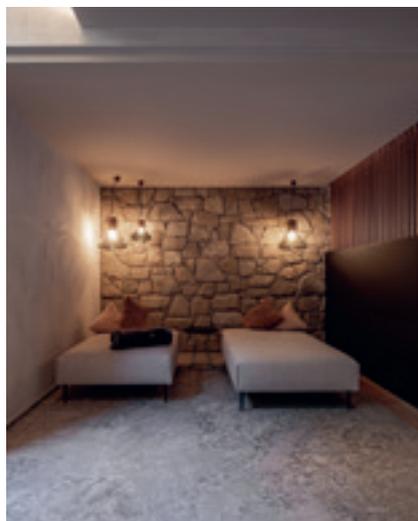




svolgersi e trova nella collezione **Plimatech** uno degli elementi centrali nel design dell'hotel. Il versatile colore Plimabeige, utilizzato in diversi formati, decora gli ampi esterni della struttura, creando un'atmosfera tranquilla che si integra armoniosamente con il rigoglioso ambiente circostante. Questa scelta non è

stata guidata unicamente dal design della collezione (ispirato al Granito Plima) ma anche dalla sua sostenibilità che riflette i principi ecologici dell'Eco Hotel Amaril. Gli interni evidenziano ulteriormente la versatilità della collezione Plimatech, con aree quali scale, bagni, zone relax e la sauna che sono impreziosite





da diverse varianti estetiche e formati di Plimatech, dimostrando la versatilità del gres porcellanato di alta qualità di Florim, adatto anche per temperature estreme e applicazioni particolari. Le suite sono ulteriormente valorizzate dai vari colori della collezione **Sensi** disegnata da Matteo Thun, che aggiungono

una dimensione tattile all'eleganza visiva creata dai colori Nature Mood Tundra e Mountain Peak, scelti per le pareti distintive dei bagni e delle docce walk-in. Una scelta in linea con l'impegno dell'hotel a creare un ambiente dove il lusso si fonde con la serenità della natura.

ARTE E TECNOLOGIA PER LA NUOVA ICG GALLERY A BERLINO

Nuova location e concept innovativo ispirano uno spazio espositivo che intreccia arte e tecnologia.



Iris Ceramica Group inaugura una nuova ICG Gallery nel cuore di Berlino, nella rinomata Auguststrasse del quartiere Mitte. La nuova Gallery di Berlino si connette con un filo invisibile alla rinnovata ICG Gallery di Londra - con la quale condivide il richiamo al mondo dell'arte - parlando un linguaggio estetico più personale in sintonia con il quartiere berlinese nel quale si inserisce. Nella splendida Auguststrasse conosciuta anche come "art district" la nuova ICG Gallery Berlin esprime tutto il potenziale creativo di Iris Ceramica Group attraverso le proprie superfici ceramiche di alta gamma che diventano strumenti interattivi con i quali intraprendere un viaggio nel mondo valoriale dell'Azienda, superando ampiamente il classico concetto di Retail espositivo. Innovazione per creare soluzioni all'avanguardia, attenzione ai dettagli per garantire una qualità eccellente e una forte impronta sostenibile sono i valori cardine che il Gruppo trasforma con le sue Gallery in esperienza tangibile. Entrare nella ICG Gallery Berlin è infatti un viaggio immersivo tra reale e virtuale che ispira e stimola il confronto tra professionisti del design.

MARAZZI GROUP È TOP EMPLOYERS ITALIA

Ottenuto, per l'ottavo anno consecutivo, il prestigioso riconoscimento

Marazzi Group riceve il prestigioso riconoscimento Top Employers che, per l'ottavo anno in Italia e il terzo in Spagna, certifica e consolida l'impegno dell'azienda nell'attuazione di politiche e strategie per la sostenibilità sociale,



la crescita professionale, la sicurezza e il benessere di tutti i dipendenti. Il Top Employers Institute conduce annualmente una ricerca globale per certificare le aziende impegnate nel fornire le migliori condizioni di lavoro, a partire dalla sicurezza di persone e ambiente, programmi di formazione, incentivazione e sviluppo professionale. «L'ottenimento della Certificazione Top Employers per l'ottavo anno consecutivo dimostra che le persone Marazzi, le loro esperienze, le loro competenze e il loro talento sono una risorsa centrale per lo sviluppo dell'azienda», commenta Luca Gatti, Direttore HR e Organizzazione Marazzi Group.

ON AIR IL NUOVO SITO WEB DI CERAMICHE KEOPE

Una nuova release offre ricchezza di contenuti ed una navigazione semplice e intuitiva

Ceramiche Keope, azienda leader nella produzione di rivestimenti in ceramica Made in Italy, presenta la nuova release del sito www.keope.com. Contraddistinto da un design grafico moderno e accattivante, il rinnovato portale offre una grande ricchezza di contenuti, oltre a una navigazione ancora più semplice e intuitiva. Progettato a misura di utente e secondo i principi del responsive design, il nuovo portale si adatta a qualsiasi tipo di dispositivo, garantendo sempre una fruizione ottimale e integrandosi perfettamente ai profili social dell'Azienda. Tra le principali novità il catalogo completo, i contenitori per argomento, il magazine, la sezione FAQ ed il Match APP che offre ai professionisti l'opportunità di accedere all'innovativo Configuratore virtuale. Disponibile in sei lingue – italiano, inglese, francese, tedesco, spagnolo e russo – il sito www.keope.com è un hub ricco di contenuti tutto da scoprire, in grado di offrire un'affascinante visione d'insieme dell'Azienda.

PANARIAGROUP E MAPEI PER LA SOSTENIBILITÀ

Un convegno a Bologna presso Salaborsa all'insegna della condivisione di una cultura della responsabilità

Continua il gioco di squadra tra Mapei e Panariagroup. Per il secondo anno consecutivo, i due leader internazionali collaborano nell'organizzazione di un seminario rivolto ad architetti e professionisti del settore delle costruzioni per dare un contributo concreto alla progettazione green in edilizia. Dopo la tavola rotonda realizzata a CERSAIE e l'evento di formazione organizzato lo scorso novembre, le due aziende hanno nuovamente unito le forze nel seminario 'La pavimentazione a CO₂ 100% compensata' svoltasi presso la prestigiosa Salaborsa in Piazza del Nettuno a Bologna. Nell'occasione sono state presentate le ultime soluzioni in termini di ecosostenibilità come elemento strategico per un maggiore valore ambientale delle costruzioni, approfondendo il tema dell'importanza della scelta dei materiali per la costruzione degli spazi abitativi, professionali e pubblici. «Attraverso Mapei – il commento di Marco Squinzi, AD di Mapei - siamo da sempre promotori di una cultura condivisa sull'applicazione e sull'utilizzo dei materiali. Proponiamo ogni anno numerosi corsi nelle nostre sedi e presso le rivendite. La formazione e la divulgazione delle conoscenze è un passaggio fondamentale». Emilio Mussini, Presidente di Panariagroup ha invece sottolineato come «l'unione d'intenti di Panariagroup e Mapei è un invito alla filiera a partecipare attivamente, ciascuno nel proprio ambito, alla transizione ecologica per costruire insieme in modo responsabile e sensibilizzare gli stakeholder verso scelte sempre più etiche e coscienti».



FLORIM: IL BENESSERE DEI DIPENDENTI AL CENTRO

Da marzo, gli impiegati hanno la possibilità di lavorare anche da remoto, in modalità smart working



Consapevole dell'importanza di un sano equilibrio tra lavoro e vita privata dei propri collaboratori, Florim annuncia l'adozione della modalità di smart working e a partire dal mese di marzo, gli impiegati avranno la possibilità di lavorare anche da remoto. La decisione nasce da un'attenta analisi delle dinamiche lavorative, dalle esigenze dei dipendenti e dal costante confronto con la parti sindacali, evidenziando la centralità delle persone nell'ecosistema aziendale. «Il benessere dei nostri collaboratori è una priorità assoluta. Un buon equilibrio lavoro-vita personale – afferma Claudio Lucchese, Presidente di Florim S.p.A SB - è cruciale per il benessere delle persone e crediamo che possa contribuire ad una maggiore soddisfazione e motivazione sul lavoro». La possibilità di lavorare da remoto è parte di un più ampio ventaglio di iniziative di welfare aziendale volte a promuovere il benessere dei propri collaboratori, come testimonia la certificazione internazionale BS OHSAS 18001 (ora UNI EN ISO 45001) per la salute e la sicurezza sui luoghi di lavoro. Un'attenzione generale verso i collaboratori che si trasmette anche nella bellezza e nell'armonia degli spazi lavorativi. Opere d'arte e installazioni di design nelle sedi aziendali riflettono una filosofia che considera il luogo di lavoro non solo come spazio funzionale, ma come ambiente dove la bellezza e la creatività sono elementi fondamentali per il benessere di ogni individuo.



Pastel Rebellion



BOOST COLOR Color Selection by Piero Lissoni

Atlas Concorde Park Studio | Via del Canaletto, 141 - Fiorano Modenese
Atlas Concorde Studio Milano | Via San Marco, 12 - Milano



atlas concorde

Imprenditori e territorio: il 'miracolo' del Teatro Carani

Una Fondazione voluta dai capitani d'industria ha acquistato lo storico teatro e ne ha finanziato la ristrutturazione, donandolo poi alla città di Sassuolo

a cura di Stefano Fogliani



«Questa riapertura accende un'altra luce su una Sassuolo che ritrova un suo simbolo e racconta una qualità straordinaria della classe imprenditoriale che ha voluto questo progetto. Quella di sapersi impegnare con successo non solo per il raggiungimento del profitto e della prosperità delle proprie aziende, ma anche per il territorio». Lo ha detto il Presidente della Regione Stefano Bonaccini poco prima di tagliare il nastro che ha restituito il Teatro Carani a Sassuolo. Chiuso dal 2014 a causa del crollo

«Quando le imprese si uniscono per il bene della comunità e del territorio succedono cose straordinarie»

di un controsoffitto, il Carani per Sassuolo è sempre stato più di un teatro: inaugurato nel 1930, è sempre stato il 'cuore culturale' della città e vederlo chiuso, si è detto «era una sconfitta per tutti», un'ombra che una Fondazione all'uopo costituita ha voluto cancellare. Raccogliendo attorno all'idea di acquistare il teatro, ristrutturarlo e donarlo alla città di Sassuolo gli imprenditori del territorio (cui si sono poi aggiunti privati cittadini) e andando a bersaglio nel giro di quattro anni, complice un





investimento di oltre 10 milioni di euro. Nel gennaio 2020 la costituzione della Fondazione, a marzo 2022 l'avvio dei lavori, lo scorso 2 marzo la riapertura, che ha restituito a Sassuolo il suo cuore culturale, recuperato sulla base di un progetto, curato dalla società Enerplan di Carpi, in partnership con lo studio Archea di Sassuolo e studio CGROUP di Formigine, che ha conservato la struttura e il suo stile art déco, rinnovandola nel comfort e nelle dotazioni impiantistiche e di sicurezza. Racconta Luca Mussini, Presidente del Gruppo Concorde, che da ragazzino al Carani provava ad entrare gratis, a volte 'sgamato' dalla 'maschera' a guardia della sala, poco oltre la biglietteria, a volte no. Aggiunge Franco Stefani, Presidente di System Ceramics, che da bambino e, attraversando piazza Garibaldi o viale XX Settembre, passava davanti al teatro ne guardava la facciata e gli ingressi con 'rispetto e deferenza'. Aggiunge

«La Fondazione ha coordinato una raccolta fondi che ha coinvolto moltissime aziende e istituti di credito»

Claudia Borelli che «quando siamo partiti, nel 2020, non sapevamo dove saremmo arrivati. Abbiamo tagliato il traguardo e siamo molto contenti, anche perché ci abbiamo messo lo stesso spirito che Sassuolo mette nelle cose che fa, lavorando sodo e imparando sul campo». In apertura abbiamo citato il Presidente della Regione Stefano Bonaccini, in chiusura non potevamo non citare gli imprenditori che hanno voluto e sostenuto la Fondazione: non per piaggeria, si intende ma perché, per dirla con lo scrittore sassolese Roberto Valentini, «quello del Carani è un altro miracolo che si realizza su questi territori». Territori cui gli imprenditori sono tanto legati da tradurre questo legame nella meritoria opera di quella Fondazione Teatro Carani di cui Claudia Borelli e Stefani e Mussini sono, rispettivamente, Presidente e Vicepresidenti.





Bentornato Carani!

di Roberto Caroli

Qui nel distretto produciamo superfici ceramiche di eccellenza, le aziende faticano a trovare manodopera e tecnici specializzati, il tasso di disoccupazione è da prefisso telefonico. E', il distretto ceramico, un vanto per la nostra economia. Poi, però, bisogna domandarsi se ricchezza, lavoro e occupazione siano tutto rispetto alle aspettative della gente. Se dietro al primato qualitativo delle nostre aziende e alla prosperità diffusa che garantiscono non si nascondano criticità. Ebbene, negli ultimi 10 anni Sassuolo, all'appello della parola cultura, non ha potuto rispondere presente, se non per alcune iniziative proposte da privati. Il Teatro Carani, autentico gioiello del capoluogo del distretto, era chiuso dal 2014, come avevano chiuso, nel frattempo, i diversi cinema un tempo dislocati in città. I sassolesi hanno sopperito spostandosi a Modena, Fiorano, Rubiera, Scandiano, dove teatri, multisale e piccoli cinema hanno mantenuto il loro ruolo. Quanto premesso immagino girovagasse nella mente dei tantissimi presenti in piazza Garibaldi in occasione del taglio del nastro per la riapertura del Carani. Tra i presenti, gli imprenditori e i cittadini che hanno contribuito attivamente ed economicamente al sostegno dei lavori di riqualificazione e tanti che, con i loro capelli bianchi, hanno voluto ricordare cosa rappresenti il Carani per Sassuolo. E viene in mente Nuovo cinema Paradiso (in quel contesto, a differenza della nuova vita del Carani, a farla da padrona è la nostalgia per l'abbattimento di un cinema e la fine di un'epoca) perché i teatri e i cinema, e il Carani non fa eccezione, sono sì luoghi di cultura, ma soprattutto testimoni e contenitori della nostra storia: hanno benedetto l'inizio di storie d'amore, cementato amicizie, educato e acculturato, fatto sentire importanti anche cittadini della lontana provincia, perché il teatro, come il cinema, porta altrove, in mondi fantastici. L'augurio è che l'entusiasmo per il teatro che ha ripreso, grazie all'impegno della Fondazione, ad illuminare Sassuolo non sia la famosa rondine che non fa primavera. Le premesse per fare bene ci sono tutte, adesso si tratta di darvi corso. Buon lavoro, allora, e bentornato, Carani.

Grazie per averci scelto

pag.

ABK GROUP **22-23**

ATLAS CONCORDE **40**

CASALGRANDE PADANA **24-25**

DEL CONCA **26**

ITALCER GROUP **12**

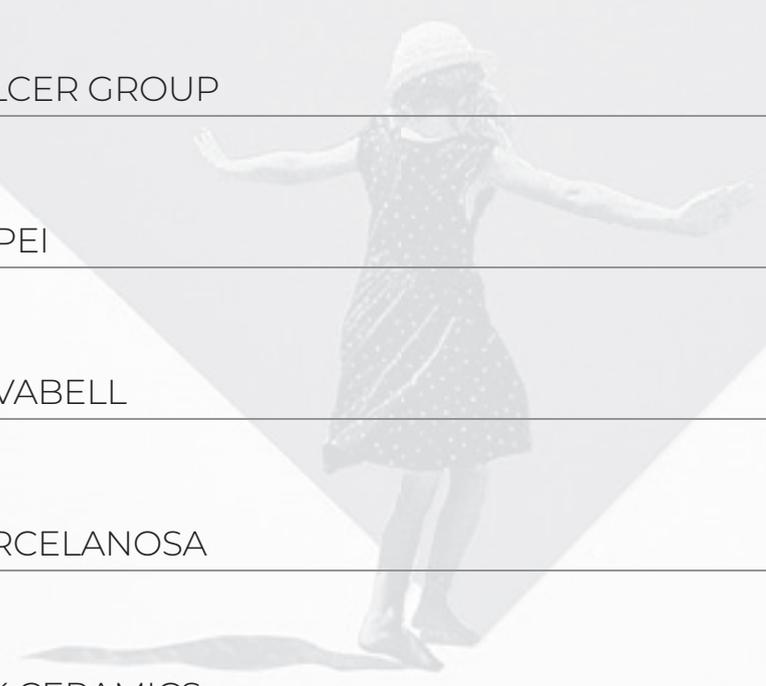
MAPEI **45**

NOVABELL **32-33**

PORCELANOSA **5**

RAK CERAMICS **20-21**

STYLGRAPH **34**



LA FUGA
CHE RESISTE
NEL TEMPO.
IL COLORE
CHE ESALTA
I TUOI AMBIENTI.

167 | AVIO

Ultracolor[®] Plus



PRODOTTO A EMISSIONI DI CO₂
INTERAMENTE COMPENSATE

I colori delle fughe Ultracolor Plus esaltano la bellezza di ogni superficie ceramica e danno un tocco originale agli ambienti. Progettate per durare, sono fughe facili da applicare e da pulire.

- AMPIA GAMMA COLORI
- BIOBLOCK: RESISTE ALLE MUFFE
- RAPIDA MESSA IN ESERCIZIO
- IDROREPELLENTE E FACILE DA PULIRE
- ANTIEFFLORESCENZE PER COLORI UNIFORMI

Tutti i colori della gamma fugature Mapei sono coordinati tra loro e con il sigillante Mapesil AC.



È TUTTO OK,
CON MAPEI

Scopri di più su mapei.it

