



► Sport

A e B: campionati finiti, o quasi... Ecco com'è andata

Il verdetto più amaro per la Reggiana, che retrocede in C

pagina 14



► Almanacco

Lavoro 'utile': Scandiano arruola i giovanissimi

Gruppi di ragazzi impiegati, in estate, in piccole manutenzioni

pagina 13



il Distretto 347 by Ceramicanda

Il giornale di tendenza che non grava sulle casse dello stato

anno 17 numero 347 • 16 Maggio 2026 • euro 1,00



► Il principio di Peter

Di Roberto Caroli

Nel 1969 usciva nelle librerie inglesi 'Il principio di Peter', scritto da Laurence J. Peter e Raymond Hull, nel quale gli autori sostengono la tesi secondo cui "in una gerarchia, ogni dipendente tende a essere promosso fino al proprio livello di incompetenza. Poiché le persone competenti vengono promosse, e quelle incompetenti restano bloccate nelle posizioni raggiunte, alla fine ogni posizione tende ad essere occupata da un impiegato che è incompetente a svolgere i suoi doveri. Di conseguenza, molte posizioni di alto livello (decisionale) sono occupate da persone inadeguate al compito, non necessariamente cattive, ma semplicemente arrivate al loro massimo livello di inettitudine". Come a dire che spesso persone sbagliate si trovano ad occupare ruoli importanti senza averne le competenze necessarie in grado di portare al conseguimento dei risultati sperati. Il problema, perché tale è, sbiadisce nei momenti in cui le cose vanno bene, ed esplose quando, al contrario, il vento soffia forte e contrario. Come oggi!

segue a pag. 3

DSTRISCIO

Settore ceramico in salita il distretto suda e segue a ruota



TG Distretto

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



pagine 2 e 3

BAR DELLE VERGINI

Spogliamoci così, senza pudor...



Ha fatto, come si dice in gergo, il giro del web il video dell'uomo che domenica scorsa si è denudato a Rubiera, in via Emilia, presso la rotonda dell'Emiro, invadendo la carreggiata e seminando sconcerto. Un blitz di pochi minuti, trascorsi i quali l'uomo ha raccolto i suoi vestiti, è salito sull'auto con cui era sopraggiunto e ha fatto perdere, per ora, le sue tracce. Ampie le documentazioni video in rete, e inevitabili commenti anche sotto il dehor del 'Bar delle Vergini', dove qualcuno evidenzia come sia il terzo episodio del genere che capita negli ultimi due mesi dalle nostre parti. «Lo avevano detto - registra qualcuno - che la crisi ci avrebbe lasciati in mutande, ma adesso si esagera...»

IL DEBITO PUBBLICO ITALIANO OGGI

€ 3.180.523.163.841

IL DEBITO PUBBLICO PER CITTADINO

€ 48.043,47

Ds ceramico

► Speciale

Milano Design Week, Salone e Fuorisalone: le 'nostre' aziende tra visione e progetto

► L'opinione

Franco Stefani: «Stiamo vivendo un cambiamento: prendiamone atto»

► L'intervista

Paolo Mongardi: «C'è un problema generale di competitività»

► Mercato

Stati Uniti, l'anno comincia in frenata: flettono volumi e fatturato

pagine 5-12

► Impronte digitali

Arriva Instants, un'altra funzione di Instagram, che 'sposa' il realismo

pagina 15

► Il Dspetto

Hormuz e la 'Flotilla' non è più 'dolce' naufragare in questo mare...

pagina 15

SACMI ENGLISH INNOVATION SINCE 1919

the easy **FACTORY** together.

Building your new ceramic plant together.

GAIOTTO Automation

BMR MADE IN ITALY

ITAL VISION INDUSTRIAL VISUAL SYSTEMS

SACMI INTRALOGISTICS

► Checchè se ne dica le piastrelle trainano ancora...

Il settore ceramico traina, da sempre, il sistema economico di un territorio che si misura, da qualche tempo, con difficoltà inattese, indotte dal cambio di paradigma imposto dalle difficoltà crescenti con cui le principali aziende di casa nostra si trovano a fare i conti. Che impatto ha una congiuntura di questo tipo sul tanto che, anche a livello sociale, il sistema-distretto ha sempre garantito a chi nel distretto abita e lavora?

I numeri del 2025, già ben noti, e anche quelli di questo primo scorcio del 2026, ancora ufficiosi ma altrettanto noti, almeno agli osservatori, dicono che il settore ceramico sta vivendo il suo momento forse più difficile degli ultimi 15 anni. E che le difficoltà di un settore la cui impronta, sul territorio, è fortissima, si ripercuotono inevitabilmente sul quotidiano di ognuno. E sulle altre attività che, direttamente o indirettamente, con la ceramica hanno a che fare. Il problema, con i nostri giornali, lo abbiamo già affrontato con le imprese e le associazioni che fanno direttamente capo al settore, ma abbiamo indagato anche il punto di vista da chi al settore non è legato, ma ne segue, immaginiamo, il momento. Perché se la ceramica perde occupati e produzione il territorio perde benessere, e perché se la ceramica (e la meccanica per ceramica) distribuisce meno benessere a chi per lei (e con lei) lavora a risentirne è tutta la filiera: trasporti, artigianato, commercio al dettaglio e all'ingrosso, ristorazione prosperano se la gente consuma. Se non consuma, il discorso cambia, e cambiano le prospettive: quanto e in che modo cambiano lo abbiamo chiesto, allora, alle associazioni di categoria che non rappresentano la ceramica, ma



quelle attività che alla ceramica sono e restano legate. Per capire se la crisi che sta vivendo il settore ceramico possa, come qualcuno teme, mettere in crisi quell'insieme produttivo e sociale di cui il distretto è sempre stato modello.

«Un ruolo centrale»

Inevitabilmente, tra l'altro, perché, spiega **Fabio Ferrarini**, Responsabile Zona Sassuolo di Lapam Confartigianato, «il settore ceramico continua a rappresentare uno dei pilastri dell'economia locale. An-

che oggi, nonostante un contesto economico più diversificato rispetto al passato, la ceramica mantiene un ruolo centrale non solo per il valore della produzione, ma soprattutto per la capacità di attivare un indotto molto ampio». Il ruolo trainante della ceramica rispetto alle altre attività non è in discussione, insomma, e se da una parte «la diversificazione che le imprese dell'indotto attuano, non lavorando solo per la ceramica, fanno sì che l'impatto delle crisi che colpiscono quest'ultima

sia parzialmente assorbito», dice **Stefano Sbrana**, Presidente di CNA Sassuolo, dall'altra «quello che osserviamo è come non siano tanto i volumi ad essere in contrazione, quanto piuttosto i margini». Già, i margini: «il rischio legato alla loro riduzione – aggiunge Ferrarini – è quello, per molte imprese, di lavorare senza un guadagno che permetta di investire e avere una visione a lungo termine»

Le ricadute...

«Le ricadute non riguarderanno solo il comparto

direttamente coinvolto, ma si estenderanno inevitabilmente ad altri settori interconnessi alla ceramica», spiega invece **Roberto Tartari**, Presidente di Confesercenti Area del Distretto Ceramico, ad avviso del quale «l'aumento al ricorso della cassa integrazione da parte di molte realtà del comparto riduce il reddito disponibile delle famiglie e questo comporta una contrazione dei consumi nelle attività commerciali di tutta l'Area».

continua a pag. 3

► Sui numeri siamo tutti d'accordo...

Un po' di numeri, giusto per avere un'idea di che tipo di 'forbice' si sia 'allargata' dal 2000 ad oggi

I numeri non dicono mai tutto, vuole il luogo comune. Ma, quando si parla di economia, e degli impatti dell'economia sul tessuto produttivo e sociale qualcosa suggeriscono. E allora siamo andati a scavare nei nostri archivi per studiare come i numeri di cui si diceva sono cambiati negli ultimi anni, partendo dall'inizio del millennio. E non serve attingere alla sociologia per intuire, numeri alla mano, come il

modello stia cambiando, quando per modello si intende il distretto. Il 'cluster', per dirla con quelli bravi, che nel 2000 valeva, tra ceramica e meccanica per ceramica, 443 aziende e 38545 addetti diretti, un quarto di secolo dopo vale (valeva, i dati sono del 2024) 383 aziende e 33mila addetti. Sarà l'innovazione, sarà l'AI, saranno le evoluzioni di prodotto e processo, fatto sta che i numeri raccontano una flessione

quantomeno marcata. Che ci obbliga, qui tra le due sponde sul Secchia, a fare i conti con il ritrovarsi, nonostante il valore di una 'grande' manifattura, piccoli se confrontati ai grandi numeri dei macrosettori che fanno l'economia globale, e rispetto alla quale la globalizzazione ha allargato a dismisura il palcoscenico sul quale la ceramica recita. Sgomitando per primggiare, ma scontrandosi con l'evidenza che fa del no-

stro comparto un'altra cosa. In grado di 'monopolizzare' ancora i nostri territori ma, 'asciugandosi' anno dopo anno (anche il dato sulla produzione, passata dai 600 milioni di metri quadrati di inizio secolo, ai 380 di oggi, dice qualcosa) suggerendo un domani nel corso del quale il distretto potrebbe non essere il distretto che abbiamo conosciuto e che siamo abituati a raccontare. Quella dei 'tre sassolesi che si tro-

vano al bar e siccome manca il quarto e non possono giocare a briscola fondano una ceramica' resta un'immagine che consegniamo agli almanacchi, perchè il panorama è cambiato. E vede ancora i tre sassolesi al bar che tuttavia, anziché fondare una ceramica, si chiedono se varrà davvero la pena fondarla. O non convenga piuttosto aspettare il quarto per cominciare la briscola...

(R.D.)



EFFEDIESSE



DELFI
MADENCILIK

MATERIE PRIME
— RAW MATERIALS —

PER L'INDUSTRIA E LOGISTICA
FOR IN INDUSTRY AND LOGISTICS





Lo stato di salute dell'indotto, c'è preoccupazione

segue da pag. 2

In questo momento, aggiunge Tartari, «il terziario sta dimostrando maggiore fragilità, ma diventa difficile quantificare quanto ciò sia dovuto specificamente alla crisi del comparto ceramico e quanto al quadro complessivo di instabilità economica e di perdita più generale del potere d'acquisto delle famiglie». Il quadro di incertezza «che permea - registra Sbrana - tutti i settori economici impatta non solo sulle imprese, ma anche sui cittadini». «Laddove il settore ceramico - aggiunge Ferrarini - ha storicamente garantito occupazione e reddito diffuso, eventuali segni di rallentamento tendono a riflettersi anche sulla spesa delle famiglie e quindi sul commercio e sui servizi». Il dinamismo del territorio, tuttavia, è quello di sempre, «ma è tutto fortemente condizionato dall'incertezza». A dirlo è **Gabriella Gibertini**, Presidente di Assohotel Confesercenti Modena che, al netto della situazione generale «poco favorevole», evidenzia tuttavia come la domanda resti stabile, almeno per il settore alberghiero, «e come non manchino, a livello associativo, proposte in grado di potenziare l'offerta anche attraverso incentivi studiati ad hoc»



Stefano Sbrana



Roberto Tartari



Fabio Ferrarini



Gabriella Gibertini

«La preoccupazione c'è: osserviamo come non siano tanto i volumi ad essere in contrazione, quanto i margini»

«Le ricadute riguardano il comparto direttamente coinvolto, ma anche i settori interconnessi alla ceramica»

«Modello in crisi? Rischia di essere una lettura semplificata: la fase attuale è legata soprattutto all'instabilità»

«Il dinamismo del territorio resta, a mio avviso, intatto, ma l'incertezza che condiziona il contesto si avverte»

...e la preoccupazione

«Chiara che c'è», ammette Sbrana, trovando sponda in Tartari che rincarà la dose («forte preoccupazione») e in Ferrarini. «Dal nostro osservatorio, che rappresenta imprese non direttamente legate

alla produzione ceramica ma inserite nello stesso sistema economico - spiega - cominciano ad intravedersi segnali: si percepiscono, ad esempio, un certo raffreddamento della domanda nei confronti di servizi e lavorazioni che

ruotano attorno all'industria, ed una maggiore prudenza da parte delle imprese negli investimenti e nella gestione dei costi. Il livello di attenzione è elevato, perché il contesto attuale presenta elementi di

complessità che non possono essere sottovalutati»

Modello in crisi?

«Non pensiamo che sia una crisi ciclica, ma forse non è nemmeno la crisi di un modello», dice Sbrana, che rileva come «il combinato

disposto delle tensioni geopolitiche a cui abbiamo già fatto riferimento e le innovazioni tecnologiche danno luogo a cambiamenti sempre più repentini e veloci. Per reagire a questi cambiamenti serve grande capacità di adattamento». E servono, aggiunge Tartari, «una visione esatta delle dimensioni del problema e delle necessarie misure da mettere in campo». In questo senso, il ruolo delle istituzioni diventa fondamentale, ad avviso di Ferrarini, «per sostenere le imprese in un passaggio che è al tempo stesso delicato e strategico». Ma parlare di «modello in crisi», aggiunge «rischia di essere una lettura eccessivamente semplificata. Il distretto ceramico ha dimostrato nel tempo una notevole capacità di adattamento, superando fasi anche molto difficili, come quella successiva alla crisi del 2008 oppure a quella pandemica. Anche dopo lo scoppio del conflitto russo-ucraino, il settore era riuscito a mantenersi, pur con grandi difficoltà. Oggi - la conclusione - conta su una filiera integrata, su competenze consolidate e su un posizionamento internazionale di alto livello, che rappresentano un punto di forza non trascurabile. È più corretto interpretare la fase attuale come una transizione particolarmente complicata, legata all'incertezza e all'instabilità geopolitica».

(R.D.)



Il principio di Peter

segue dalla prima pagina

Il settore ceramico sta navigando in un mare agitato, con le piastrelle, le macchine e gli smalti tutti impegnati a cercare possibili soluzioni. Le problematiche non sono poche e ve le raccontiamo da mesi, da una posizione privilegiata perché da qui, bisogna riconoscerlo, guardiamo e

ascoltiamo, ci facciamo delle opinioni e il nostro compito è riportarvele nel modo più cristallino possibile. Noi siamo come seduti in una sala di un cinema e vediamo scorrere sullo schermo il film del distretto ceramico: ci emozioniamo, ci stupiamo, ci arrabbiamo, ci esaltiamo, ci deprimiamo, ci facciamo del-

le idee e ve le riportiamo. A volte riusciamo a farlo bene, ci impegniamo nella quotidianità per questo, ma non sempre le ciambelle escono con il buco, può succedere ovunque dove si lavora. Nei film che abbiamo visto passare negli ultimi trent'anni la differenza l'hanno sempre fatta le persone, e quello di oggi suggerirebbe alle persone coinvolte di soffermarsi sul principio di Peter, secondo il quale ci si aspetterebbe di vedere i migliori occupare i posti di rilievo. Questo vale per le associazioni datoriali, per i sindacati, per i vertici delle aziende, per la politica.

Noi abbiamo avuto il piacere di interloquire, negli anni, con figure di spicco, imprenditori e tecnici di spessore, politici preparati e personalità in grado di immaginare il futuro. Oggi vorremmo accadesse lo stesso, se non altro per rendere ancora più forte l'immagine di aziende e associazioni, che hanno un ruolo fondamentale nel settore e nel distretto ceramico. E' del tutto comprensibile che i vertici dei grandi gruppi industriali debbano stare sul pezzo, in un momento come questo, a salvaguardia degli interessi delle loro aziende, ma lo sforzo nei consigli direttivi delle asso-



ciazioni, per esempio, dovrebbe essere quello di cooptare il maggior numero di imprenditori possibile e al contempo farsi guidare dai migliori, per far sì che si getti il cuore oltre l'ostacolo. Dovremmo

combattere per cancellare il Principio di Peter e far sì che a prendere in mano il timone siano i comandanti di lungo corso. Lo suggerisce il mare agitato di questi tempi.

(Roberto Caroli)

PROVIAGGI
Un mondo di emozioni.

Il nostro obiettivo:

Eccellenza nel servizio e ottimizzazione dei costi aziendali



Via San Francesco 205, Fiorano - www.proviaggi.it - Tel.0536.832030



alespa
building & consulting

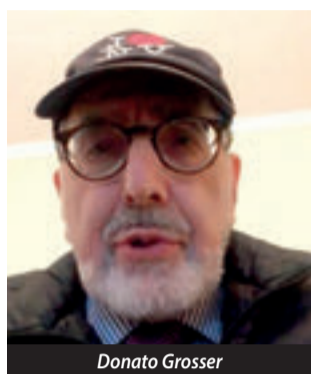
**EDILIZIA INDUSTRIALE
CAPANNONI in CALCESTRUZZO**

SOLUZIONI CHIAVI IN MANO



www.alespa.net

«L'economia USA regge, nonostante Trump»



Donato Grosser

Il punto di Donato Grosser:
«Che gli Stati Uniti non scoppino di salute è un dato di fatto, ma c'è piena occupazione e il sistema economico è comunque in espansione. Nonostante l'intervento in Iran che tuttavia, a mio modo di vedere, era necessario»

Siamo appena tornati, nel senso che il Coverings si è chiuso poco più di un mese fa, ma vale la pena continuarla a tenere d'occhio, l'America. Anche perché se dal punto di vista strettamente economico resta un punto di riferimento, è il punto politico, o meglio geopolitico, che continua a 'dettare legge'. E se, per restare all'economia, sappiamo che il prodotto interno lordo statunitense è cresciuto a un tasso annuo dello 0,5% nel quarto trimestre del 2025 e che i prezzi al consumo continuano a correre (+0,8% a marzo, dopo un incremento dello 0,9% a febbraio), per capire che aria tira oltreoceano abbiamo interpellato, come di consueto, **Donato Grosser**, avvocato newyorchese che conosce bene il distretto ceramico ed è abituale interlocutore di Ceramicanda quando si tratta di capire su che strade cammina questa America guidata da Trump che a noi europei sembra lontanissima da quella che conosciamo. «La sensazione che avete voi europei è una, quella che abbiamo noi qui è un'altra. Di Trump sappiamo, ma la sintesi - spiega Grosser - è che noi, oggi, abbiamo il politico che ci meritiamo. Così come voi in Italia avete i politici che vi meritate. Ma l'America è un paese che è indipendente da 250 anni, ha una Costituzione. I presidenti passano, la Costituzione rimane»

Però finché rimangono questi presidenti, fanno



FOCUS

Ceramica, il 2026 comincia in salita

I primi due mesi dell'anno parlano di 'significativa flessione'

Nei primi due mesi del 2026, secondo i dati pubblicati dalla United States International Trade Commission, sono arrivati nei porti americani 23,2 milioni di metri quadrati di piastrelle, per un valore di 234,5 milioni di dollari. Rispetto al 2025, si registra una flessione del -22,5% in quantità e del -30,0% in valore. Ma la flessione non riguarda solo l'import dall'Italia: risultano infatti in significativo calo le importazioni dalla Spagna (-42,3%), dalla Turchia (-19,5%), dal Messico (-21,7%) e dal Brasile (-57,5%), mentre l'India (+8,3%) registra un incremento rispetto all'anno precedente. I volumi arrivati nei primi due mesi del 2026 dall'Italia si attestano a 3,6 milioni di metri quadrati, in calo del -24,1%, mentre in valore l'export è 71 milioni di dollari, dato in flessione del -24,0%. Mantiene la leadership, l'Italia, per quanto riguarda il valore 'landed' delle superfici ceramiche esportate negli USA che si attesta oltre i 25 dollari al metro quadrato contro un prezzo medio di 13,5 USD al metro quadrato.

più danni di Bertoldo...

«Tutti i presidenti americani hanno fatto qualche danno. La questione è se il danno è duraturo, ma in ogni politica presidenziale c'è qualcosa di buono e altro di meno buono»

Ma qual è il sentimento di voi americani nei confronti

di questo presidente?

«Si comporta, in effetti, in modo diverso da chiunque altro che l'aveva preceduto. Ha delle sue idee e cerca di aumentare il potere presidenziale con modalità che finora non si erano mai viste»

La sensazione, tuttavia,

è che stia perdendo consensi, anche in vista del midterm...

«Sì, ma capita sempre così, a metà mandato: di solito il presidente in carica perde voti, come lo perdono gli schieramenti che lo sostengono. A metà mandato si vota per uno per eliminare

gli altri»

Gli osservatori europei sostengono invece che sia l'economia il punto dolente: Trump sta impoverendo l'Europa, ma anche gli USA...

«Sì, il livello dei prezzi al consumo aumenta, e si fa un gran parlare anche qui del caro-carburanti. Ma pagare la benzina qualche dollaro in più non è un problema, anche perché è tutto dovuto all'intervento militare in Iran, che è un paese pericolosissimo per gli USA e nei confronti del quale credo sia giusto muovere. Su questo l'opinione degli americani è relativamente concorde»

Non concordi, invece, sono i dati degli analisti: in molti sostengono che l'economia USA stia soffrendo, altri parlano di una tenuta, quando non di una crescita: dov'è la verità?

«Che l'economia americana non stia scoppiando di salute non è un mistero, ma non sta male. Sta bene, insomma. C'è praticamente piena occupazione e le ultime stime parlano di un'espansione del 2% nell'ultimo trimestre. Non va male, sì, potremmo andare meglio, ma non va male»

L'edilizia è sempre ferma al palo?

«Segue lo stesso andamento del quadro generale: i dati di ieri sono di un milione e mezzo di costruzioni messe in opera, che è un numero medio molto buono».

(R.C.-S.F.)

NOTIZIE IN BREVE

MACINAZIONE A UMIDO ICF & WELKO CON MULINI CONTINUI MODULARI CBM-M

La composizione dell'impianto di macinazione con mulini continui modulari viene definita in base alla tipologia produttiva, ai volumi da realizzare, alle possibilità di sviluppo e alle previsioni di espansione dello stabilimento. È possibile installare fino a 4 unità produttive (moduli), che vengono normalmente disposte in serie, sono meccanicamente intercambiabili e dotate di motorizzazioni indipendenti. Sono disponibili 5 diverse dimensioni di moduli: 36, 42, 48, 53 e 60 m³. La combinazione di questi moduli consente di ottenere, con sole 4 macchine, una capacità di macinazione compresa tra 35 e 165 m³. CARATTERISTICHE PRINCIPALI • Corpo cilindrico con rivestimento in gomma e fondi bombati • Carica macinante in ceramica alluminosa • Gruppo di traino con motore elettrico accoppiato a riduttore ad assi paralleli e sistema di trasmissione a cinghie • Sistema di lubrificazione forzata • Motore gestito da inverter • Quadro elettrico di comando con gestione computerizzata



VA AD EMANUELE ORSINI IL PREMIO 'UN FIORE DALL'ARGILLA'

È il Presidente di Confindustria Emanuele Orsini il vincitore del premio 'Un fiore dall'argilla' che il Lions Club Sassuolo conferisce ogni due anni a personalità di spicco che hanno dato lustro al territorio. La consegna nel corso di una cerimonia svoltasi presso la sede sassolese di Confindustria Ceramica, in viale Monte Santo: sassolese, classe 1973, e CEO di Sistem Costruzioni, azienda leader dell'edilizia in legno, è stato anche Presidente di Federlegno Arredo e Vicepresidente dell'associazione di viale dell'Astonomia, della quale è stato eletto Presidente due anni fa per il quadriennio 2024/2028. Orsini è stato premiato dal sodalizio sassolese, si legge nella motivazione, «per aver contribuito, con visione e responsabilità, a rafforzare il ruolo del nostro territorio come eccellenza industriale, economica, culturale e sociale di primaria importanza nello scenario nazionale e internazionale».



«C'è un problema di competitività, con ordinativi in calo in tutto il mondo»



Paolo Mongardi

Il Presidente di Sacmi Paolo Mongardi commenta questa prima fase del 2026: «la filiera tecnologica legata alle superfici ceramiche risente di un periodo non privo di complessità. E a livello globale la capacità produttiva installata è cresciuta più rapidamente della domanda»

«C'è un problema generale di competitività di sistema. Indotto, certo, dalle recenti tensioni geopolitiche che stanno ridisegnando le rotte del mercato globale, ma anche ad una capacità produttiva installata che, per quanto riguarda la ceramica, è cresciuta a dismisura e che un mercato in frenata fatica ad assorbire». La tecnologia per ceramica soffre, come noto, e il punto lo facciamo con chi la conosce bene, ovvero **Paolo Mongardi**: Presidente di Sacmi, Vicepresidente di Acimac, che non nasconde una certa preoccupazione, anche alla luce delle recenti chiusure dell'UE circa la revisione del sistema ETS che, a suo avviso, «mette a rischio un'intera filiera»

Però veniamo da due anni forse non di boom, ma non possiamo nemmeno lamentarci, e non può lamentarsi Sacmi, che nel 2025 complessivamente ha registrato una sostanziale tenuta rispetto al 2024. Il 2026, però, potrebbe raccontare altro...

«Diciamo che oggi salviamo la nostra competitività anche grazie alla diversificazione che abbiamo attuato nel tempo: ci rivolgiamo a diversi settori, in particolare a quello del packaging, che sta accrescendo i suoi volumi anche grazie ai consumi che crescono, soprattutto nei paesi emergenti»

Dove magari la concorrenza straniera si fa sentire meno...

«Non proprio, nel senso che i cinesi stanno arrivando anche in questo settore. Non dimentichiamo che la Cina sforna milioni di ingegneri all'anno, sostiene la ricerca con sussidi ingenti che spingono in avanti l'innovazione tecnologica. Non parliamo più di un paese che produce pezzi banali di manifattura, ma di fabbriche altamente specializza-



I numeri della tecnologia per ceramica (2025)

Fatturato totale

1,7

miliardi
(-5,1 sul 2024)

di cui export

1,2

miliardi
(-5,9% sul 2024)

di cui Italia

500

milioni
(-3,1% sul 2024)

te e automatizzate che non competono con noi perché sono già superiori a noi. Noi possiamo solo stare davanti a loro con dei prodotti più

«La Cina sforna milioni di ingegneri l'anno, sostiene la ricerca con sussidi ingenti: non parliamo di più di un paese che produce pezzi banali di manifattura, ma di fabbriche altamente specializzate»

innovativi e con la ricerca. E, appunto, diversificare i settori cui ci rivolgiamo»

E chi, tra le aziende che producono tecnologia, lavora solo con il settore ceramico?

«Soffre: la filiera legata al mercato delle superfici ce-

ramiche, purtroppo, risente di un periodo non privo di complessità. Diciamo che, e qui parlo da vicepresidente di Acimac, veniamo da un biennio di calo che potrebbe protrarsi anche in questo 2026»

Cominciato non benissimo, par di capire...

«Siamo solo alla fine del primo trimestre, ma registriamo ordini in calo. Problematica diffusa, peraltro, in tutto il mondo, non solo in Italia»

Sappiamo bene come l'incertezza e i conflitti in atto, aggiunti alle tensioni geopolitiche, condizionino il mercato. Ma mi chiedo, se tutti questi fattori si normalizzassero, il mercato riprenderebbe fiato o la crisi è strutturale?

«Il problema, dal mio punto di vista, è che, al netto dei condizionamenti contin-

genti, abbiamo una capacità produttiva installata nel mondo che è nettamente cresciuta negli ultimi anni, tant'è che oggi diversi paesi stanno lavorando a ritmo

«Il made in Italy della tecnologia regge con l'innovazione di prodotto e con la ricerca, ma oggi l'imperativo è essere in grado di farsi valere a livello globale diversificando i settori cui si rivolgono le nostre aziende»

ridotto. La settimana scorsa ero in Cina: là, oggi, lavora il 40% degli impianti esistenti»

Un problema generale di competitività, insomma...

«Già: noi giustamente guardiamo a Italia e Spagna, ma se si guarda al futuro non

si può non tener conto, ad esempio, di quegli impinati cinesi installati in Africa in grado di produrre già centinaia di milioni di metri quadrati che arriveranno anche in Europa ad un prezzo nettamente inferiore a quello praticato dai produttori europei»

Al made in Italy resterà solo l'alto di gamma....

«Che tuttavia sarà un segmento molto più risicato di quanto non fosse qualche tempo fa: questione di quote di mercato che si restringono»

Se dico che da un decennio la tecnologia per ceramica non inventa più nulla dico una bestemmia?

«Non ci saranno state innovazioni disruptive, ma il nostro è un mercato maturo. Abbiamo lavorato molto, anche sull'efficienza energetica come sull'estetica e la qualità del prodotto, ma molti impianti sono stati soprattutto aggiornati, piuttosto che rifatti, e le recenti contrazioni di mercato hanno limitato le possibilità di investimento»

Se pagassimo meno l'energia elettrica, le cose cambierebbero?

«Torniamo al problema, più generale, della competitività del sistema, e diciamo che abbiamo un problema con l'Unione Europea anche sta facendo di tutto per metterci i bastoni tra le ruote imponendo una gabel-la che disallinea le nostre produzioni con quelle dei produttori stranieri.

E mette a rischio un'intera filiera»

A proposito: sappiamo che molti produttori indiani, rimasti senza gas, sono stati costretti a interrompere le produzioni: vi risulta?

«Non sono aggiornato, ma io ero rimasto che soltanto il 20% delle fabbriche funzionavano a pieno regime».

(R.C.)

GRUPPO
MOMA
ceramiche

«Dobbiamo prendere atto del cambiamento: i costi di oggi non ce li possiamo permettere»



Franco Stefani

Niente di meglio, per capire a che punto è il distretto ceramico, che una chiacchierata con **Franco Stefani**, Presidente di Modula e System Ceramics, eminenza grigia di un settore nei confronti del quale l'ingegnere non ha mai risparmiato critiche e che oggi, dice, «deve prendere atto di un cambiamento epocale»

Mi hanno chiesto, recentemente, quali sostanziali differenze esistano tra il settore ceramico di qualche lustro fa e quello di oggi e io ho risposto che la più evidente è nelle persone, o meglio nelle personalità che oggi non abbondano.... E' d'accordo con questa analisi?

«I tempi sono cambiati completamente. Io ho cominciato a fare impresa nel 1970 per introdurre l'elettronica e l'automazione in ceramica: c'era ancora una ceramica in bicottura, poi negli anni Ottanta è cominciata, con la monocottura, una trasformazione che ci ha portato al nuovo millennio, alle grandi lastre. La tecnologia ceramica ha attraversato 40 anni di cambiamento tecnologico, accompagnando la ceramica verso nuove destinazioni d'uso»

Questo grazie a quelle personalità cui accennavo, che oggi scarseggiano...

«No, grazie alla proposta tecnologica: si parte da quella, che poi viene recepita dalla clientela come proposta di cambiamento e da lì si crea poi il mercato. Ma il mercato non lo fa uno da solo: io ho provato a proporre queste lastre, ma da solo ho fatto fatica, mentre quando sono arrivati anche altri abbiamo creato il nuovo valore di queste superfici»

Dalle grandi lastre ai prodotti di oggi, tuttavia, poca innovazione...

«Perché il prodotto è stabi-



«La tecnologia ha cambiato la ceramica. E la cambierà ancora...»

lizzato, e più di così non si può fare. Io pensai di ridurre gli spessori per ridurre i pesi e facilitare i trasporti e la logistica, oltre che per limitare le emissioni e, naturalmente, i costi. Ed è un'innovazione che nel tempo ha dato risultati notevoli»

«Tutto dipende dalla proposta tecnologica: si parte da quella, che poi viene recepita dalla clientela e da lì si crea poi il mercato. Ma il mercato non lo fa uno da solo»

Vede, nel panorama di oggi, altri Franco Stefani?

«Non ho mai guardato troppo agli altri, ma sempre a me stesso, e ho sempre lavorato per creare prodotti, portarli al successo per poi farne mercato»

Il compianto imprenditore turco Ibrahim Bodur diceva sempre che 'se un imprenditore non ha tenuto, da ragazzo, i piedi del

fango, difficilmente riesce ad esprimere le sue potenzialità'...

«Ibrahim è stato anche un mio maestro, non posso non essere d'accordo»

Ai giovani, tuttavia, stiamo forse dando troppo, togliendo loro il sogno di realizzare qualcosa...

«Quando incontro i ragazzi delle scuole dico sempre loro di ricordarsi che la cosa più bella è fare quello che piace: scegliere la propria soddisfazione e dare soddisfazione al lavoro che si fa, trasformandolo in passione»

Il distretto oggi sconta difficoltà importanti: distante dalle infrastrutture, energivoro, penalizzato dall'Europa e dalla logistica oltre che dalla concorrenza indiana e cinese... Come se ne esce?

«L'ultimo secolo della storia di questo territorio ha attraversato diversi passaggi di rottura: a Fiorano prima della Guerra c'erano nove fornaci e Fiorano era il posto 'dove fanno i mattoni'. Lì c'erano le cave, e dalle

fornaci nel dopoguerra sono nate le ceramiche. Questo per dire come la tecnologia, nel tempo, abbia cambiato tutto. E cambierà altro...»

Mi sta dicendo che tutto ha un inizio e tutto ha una fine, e che bisogna cercare altro?

«Una volta la ricchezza andava nelle botteghe a comprare l'arte da chi riusciva a farla. Oggi non è più così e il made in Italy per come lo conosciamo noi non serve»

«Chiaro, come è chiaro che questo è un momento transattivo. Prima parlavamo di costi: ebbene, quelli di adesso non ce li possiamo permettere. Siamo senza energia e dipendiamo dal mondo, non abbiamo materie prime, abbiamo un costo di manodopera altissimo e un sistema paese che l'industria non la aiuta. Io ho aziende in paesi esteri che sostengono le im-

prese, mentre in Italia una politica industriale carente scoraggia anche le aziende straniere che vorrebbero investire qui. Resto convinto tuttavia che ci sarà un altro momento di rottura e che gli italiani riusciranno comunque a cavarsela»

Ci riempiamo spesso la bocca con il made in Italy...

«Una volta la ricchezza andava nelle botteghe a comprare l'arte da chi riusciva a farla. Oggi non è più così: c'è una tendenza all'usa e getta che conferma come tutto ci stia cambiando attorno, e il made in Italy per come lo conosciamo noi non serve. Oggi ci sono botteghe di cinesi che fanno le scarpe come tutti i commercianti che avevamo nei paesini e che non ci sono più. Bisogna prenderne atto. Il mercato ce l'hanno in mano loro: è un problema per noi come per tutti. Anche per gli Stati Uniti»

Che importanza hanno le associazioni?

«Hanno valore storico, e sui territori come luogo di incontro e confronto. Ma da un punto di vista nazionale o europeo non hanno più quel peso sulle decisioni o quella forza che avevano negli anni Sessanta. Oggi si è diventati molto egoisti»

Lei ha compiuto da poco 81 anni, ha ancora voglia di mettersi in gioco, di innovare?

«Certo: la cosa più bella che mi rimane è il pensare che ci si sia da fare tanto»

Potesse togliersi vent'anni, che cosa farebbe?

«Proverei a fare qualcosa per il mio paese che mi ha dato tanto, ad impegnarmi a risolvere certi problemi che socialmente ci sono, che vedo e dei quali mi dispiaccio vedendo una politica che distrugge il tempo. E il tempo è il nostro valore».

(R.C.)

Trasporti gruppi aziendali
Navette dedicate per eventi, fiere e trasferte

- Navette 20/30/54 posti
- Ideale per team aziendali, fiere, congressi
- Servizio puntuale e organizzato

Uff. Amm.: Via E.Fermi - Fora di Cavola - Toano (RE)
Uff. Preventivi: Via F.lli Rosselli 18/A Scandiano (RE) - Cell. 346 266 31 17

G.A.M. VIAGGI
Noleggio con conducente per aziende

Servizi executive
Transfer comodi e riservati per clienti e dirigenti

- Mercedes Classe V, 7 posti
- Transfer comodi e riservati per aeroporti
- Autisti professionali

Tel. 0522 806560
E-mail: info@gamtrasporti.it
www.gamviaggi.it

La ceramica tra Salone e Fuorisalone

Le 'nostre' aziende scelgono la settimana milanese come palcoscenico per suggerire e stupire attraverso innovative interpretazioni del colore e della materia. Non senza rivendicare il ruolo della ceramica nella progettazione contemporanea e nell'interior design

Definirla 'vetrina' è quasi un luogo comune, al quale proviamo a sottrarci, di ritorno dalla Design Week milanese, i cui numeri hanno fugato ogni dubbio circa la partecipazione, che si voleva intiepidita dalle difficoltà attraversate in questo periodo dal trasporto aereo. E' andata diversamente, e la 'combo' Salone-Fuorisalone è stata premiata, anche in questo 2026 nel corso del quale l'incertezza sembra farla da padrona, dall'interesse del pubblico. Il business, nel senso proprio del termine, e i conti da far tornare li lasciamo ai consuntivi che ogni azienda protagonista della kermesse avrà già fatto o starà facendo, ma noi di Ceramicanda stiamo nel nostro. Al ruolo di osservatori e narratori, per dire che quanto abbiamo visto e seguito – file, interminabili, comprese – raccontano una vitalità della 'Milano da bere' dentro la quale è giusto che la superficie ceramica che si presenta, oggi, al pro-



fessionista e al consumatore come oggetto di design o 'asset' per la progettazione,

o ancora come complemento di arredo, continui a piantare le proprie 'bandierine'. Con

showroom e flagship store, con eventi a tema, con installazioni e, perché no,

collaborazioni e partnership che, consolidandolo, rilanciano il ruolo delle 'nostre' superfici. Milano al centro, le 'nostre' aziende anche, con proposte che stupiscono e sorprendono, e non rinunciano a farlo anche se il settore – numeri alla mano – attraversa un momento un po' così. E se i numeri del settore stesso li conosciamo, piace ricordare come la ceramica, e le 'nostre' aziende, la loro la continuano a dire, affacciandosi a quella che resta, appunto, una 'vetrina' ma è qualcosa di più. Dove la trovi, del resto, una manifestazione che raccoglie oltre 1300 eventi diffusi raccogliendo attorno a sé più di 500mila visitatori, molti dei quali professionali, e generando un indotto da oltre 250 milioni di euro? Solo a Milano, e solo nel corso di questa settimana dentro la quale la ceramica italiana, lo abbiamo verificato di persona, la sua l'ha detta anche quest'anno.

(R.D.)

Ceramiche Refin, la visione si fa progetto

Con 'The Observer Effect - Where perception designs reality' l'azienda reggiana propone una rilettura delle superfici che le trasformano in architettura vissuta

«Abbiamo voluto considerare l'idea che non siano solo l'architetto o il designer a costruire un progetto, ma che l'osservatore abbia l'onere dell'atto finale di costruzione del risultato attraverso la sua interpretazione». Rino Bedogni, Head of Marketing and Communication di Ceramiche Refin, spiega in questo modo l'installazione cui Studio Salaris ha dato forma, nel corso della Design Week milanese, attingendo alle superfici ceramiche DTS Glint e Metamorphoses. «Parliamo – spiega Bedogni - delle collezioni ispirate alle opere d'arte che abbiamo presentato nelle due edizioni passate del Fuorisalone e che per la prima volta vengono presentate al pubblico con un'installazione che vuole esprimere il profondo legame tra l'idea dell'artista e



l'interpretazione dell'osservatore». Le superfici contribuiscono a creare una realtà fluida, che assume diverse forme e identità attraverso un incontro dinamico tra materia, luce e percezione: «Studio Salaris ha interpretato

Glint con le sue mille sfaccettature e i modi diversi di riflettere il prodotto come un elemento quasi caleidoscopico, mentre Metamorphoses – aggiunge Bedogni – è raccontata in due ambienti diversi, in entrambi i casi a

rivestimento, e anche in questo caso si gioca sulla metamorfosi della superficie che cambia a seconda dal punto di vista». Lo spazio pensato, e disegnato, da Studio Salaris si divide tra percezione razionale e intuizione crea-

tiva, invitando il visitatore a non essere un semplice spettatore, ma il co-creatore necessario di un'esperienza unica, in grado di trasformare la materia ceramica in architettura vissuta.

(R.D.)

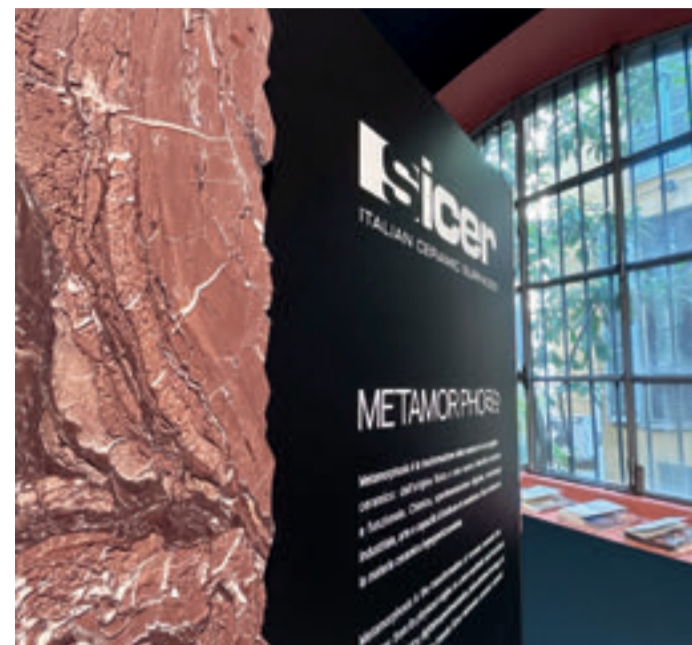
Simply **better**

SMALTICERAM
WORLDWIDE PARTNER

La 'prima' di Sicer alla Design Week

*Un'installazione
esperienziale,
Metamorphosis,
il fulcro del debutto
del Gruppo fiorense
alla kermesse milanese:
l'obiettivo? «Dare una
testimonianza tangibile
della nostra evoluzione,
nell'ambito di una
manifestazione
che crea valore,
tendenza e bellezza»*

«Volevamo essere vicini ad un luogo dove si creano valore, bellezza e design. E testimoniare, attraverso questa installazione, il percorso che ha visto Sicer evolvere». L'installazione si chiama 'Metamorphosis', ed attorno ad essa l'azienda fiorense ha costruito la sua 'prima' alla Milano Design Week. La dichiarazione di apertura è di Gianfranco Padovani, Presidente di Sicer, che spiega come l'azienda fiorense oggi sia «un business partner globale. La nostra azienda – prosegue Padovani – è nata più di trent'anni fa come industria chimica, ma oggi è molto di più. Un incessante lavoro di ricerca garantisce oggi ai nostri partner nuovi processi, nuovi prodotti, superfici e materie oltre ad un'assistenza e un servizio di altissimo profilo». La ceramica, oggi, «è moda, design, fashion e Sicer ne ha accompagnato l'evoluzione con due centri di ricerca dedicati, uno in Italia e uno in Spagna, in grado di elaborare proposte che fanno del nostro Gruppo non solo un fornitore nel senso più stretto del termine, ma appunto un partner globale». La presenza di Sicer alla Milano Design Week ha preso forma presso Arte in Salotto, spazio espositivo nel cuore di Brera, concepito come un ambiente che ha visto la superficie ceramica offrirsi all'osservazione diretta, nella sua complessità tecnica e nella sua qualità



sensoriale proprio attraverso 'Metamorphosis'. Un'installazione in grado di portare al centro del sistema design una conversione che finora si è svolta solo all'interno della filiera ceramica, quella sulla chimica come

atto creativo e sul ruolo che la ricerca tecnologica esercita nel costruire l'identità di un progetto ceramico ed architettonico. Ed una presenza, quella di Sicer a Milano, che è insieme una proposta e una sfida, «un'esperienza

– aggiunge Ruben Navarro, Responsabile Innovazione del Gruppo – particolarmente stimolante, che mette a frutto la nostra pluriennale esperienza nella creazione del progetto. Guarda oltre, Sicer e dal cuore di Brera

«lancia – dice Cristian Venturi, Responsabile R&D di Sicer – un messaggio nuovo, traendo ispirazione anche dalle tante idee che una manifestazione come questa è in grado di suggerire».

(R.D.)

powered by

CERAMICA NDA

ECCE TILE.COM

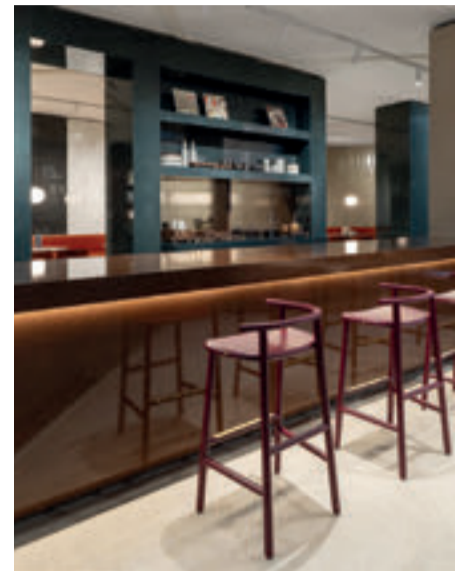
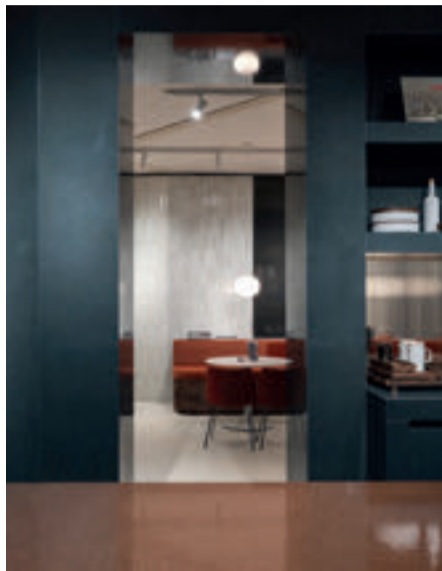
il portale dedicato alle
superfici ceramiche
italiane

per informazioni:
marketing@ceramicanda.com

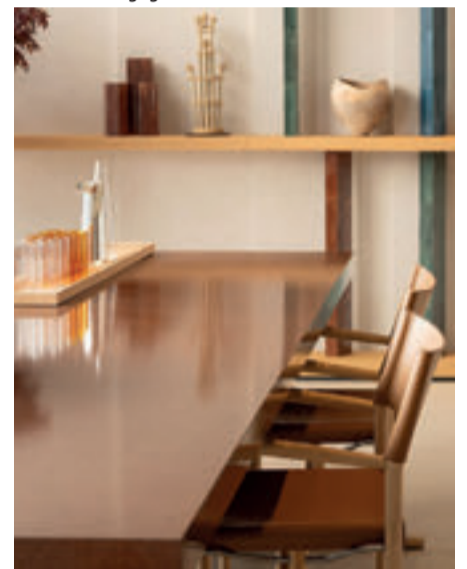
Un incontro tra materia, luce e design

La Milano Design Week di Marazzi: al Salone del Mobile 'The Material Lounge', uno spazio immersivo dedicato all'interazione tra luce e materia. Presso lo showroom di via Borgogna, invece, un nuovo allestimento. Protagonista assoluta la collezione Grande Lume

In occasione della Milano Design Week 2026, Marazzi ha costruito un racconto che ha attraversato due luoghi e due scale complementari, lo showroom di via Borgogna e il salone del mobile, mettendo al centro la materia come esperienza e come strumento di relazione. Grande Lume, la nuova collezione Marazzi che unisce ricerca sulla materia e innovazione nella lavorazione della ceramica ha fatto il suo debutto nello showroom milanese, recentemente rinnovato con il progetto di ACPV ARCHITECTS Antonio Citterio Patricia Viel, trasformando lo spazio anche attraverso un grande tavolo conviviale attorno al quale si sviluppa l'esperienza dell'ambiente. Sgabelli in gres coordinati e sedute di design completano la scena, dando forma a un luogo pensato per l'incontro, il dialogo e la condivisione. Qui in via Borgogna Grande Lume esprime appieno la sua natura, una superficie capace di riflettere e amplificare la luce, portando la ricerca sullo smalto a una scala architettonica e dialogando con altri materiali in un sistema progettuale, fluido e contemporaneo. Al Salone del Mobile il raccon-



Sopra lo spazio Marazzi al Salone del Mobile di Milano, sotto l'allestimento dello showroom di via Borgogna



to si amplia con 'The Material Lounge', uno spazio firmato dal team di Il Magma, che invita i visitatori a vivere un'esperienza sensoriale. Ispirato ai listening

bar giapponesi, il progetto è pensato per essere vissuto, non solo visitato, ed il focus di 'The Material Lounge' è sul tempo lento, sulla percezione sensoriale e sulla

connessione tra luce e materia, in un ambiente dove il design e la relazione tra le persone sono al centro. Più che uno stand, una sequenza fluida di luoghi tra apertura

e intimità, in cui le superfici si incontrano, si sovrappongono e dialogano costruendo profondità, atmosfera e possibilità di relazione.

(R.D.)

Il 'Salone' conferma la sua centralità

Oltre 316mila presenze fanno giustizia dei timori della vigilia

Il Salone del Mobile di Milano ha chiuso l'edizione 2026 con 316.342 presenze da 167 Paesi, consolidandosi un punto di riferimento globale per l'industria di settore. «In un anno segnato da mercati instabili e crescente complessità internazionale - scrivono gli organizzatori - la manifestazione ha vinto la prova del presente con un'offerta che ha tenuto insieme forza industriale, qualità del progetto, contenuti culturali e nuove opportunità di business».



La percentuale di operatori esteri, pari al 68%, in co-

erenza con il 2025, va oltre il dato di affluenza: conferma il Salone come leva concreta di internazionalizzazione, relazione e sviluppo per le imprese. In sei giorni, imprese, buyer, investitori, retailer, contractor, progettisti e media internazionali hanno trovato al Salone uno snodo operativo di relazioni e contenuti ad alto valore. Con 1.900 brand da 32 Paesi, l'edizione 2026 della manifestazione ha restituito l'immagine di un ecosistema industriale reattivo e competitivo. La classifica dei primi venti Paesi esteri per numero di presenze de-

gli operatori evidenzia una geografia della domanda in evoluzione. Domina ancora una volta la Cina, ma si conferma la tenuta dell'Europa con una presenza di operatori in crescita per Germania (al secondo posto della top 20 con +5,1% di presenze rispetto al 2025) e Spagna (che sale al terzo posto con +8,7%), con la Francia, stabile, al sesto posto. Incoraggiante anche il dato sulle presenze degli operatori dagli Stati Uniti, in crescita dell'8,8% rispetto al 2025. (R.D.)



IMBALLAGGI IN CARTONE

Via della Tecnica 10, Castelnuovo Rangone (MO) - 059 538014
www.gallimodena.it

GALLI



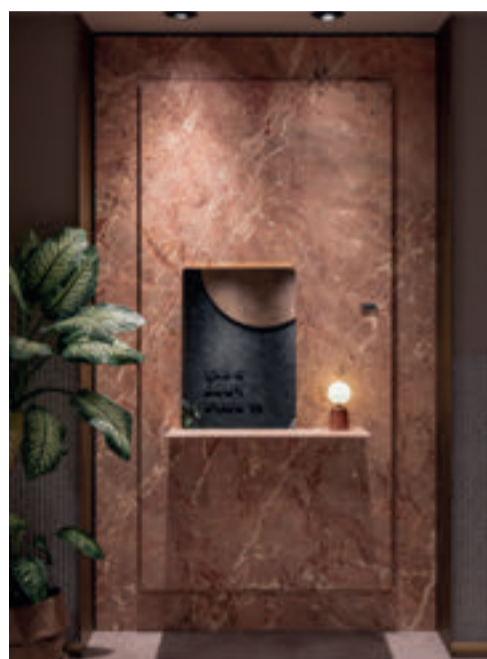
RECUPERO RIFIUTI NON PERICOLOSI

Azienda certificata
UNI EN ISO 9001:2015 • UNI EN ISO 14001:2015

► ‘The Humans Behind’: ICG Gallery mette la persona al centro

La dimensione umana e la sua unicità creativa sono il focus della Milano Design Week di Iris Ceramica Group: presso lo showroom di via Santa Margherita spazio ad una nuova narrazione della superficie ceramica, attraverso la partnership consolidata con Diesel Living e storytelling fortemente innovativi

Iris Ceramica Group interpreta il tema del Fuorisalone ‘Essere Progetto’ portando al centro della scena la ‘persona’ che, con la sua dimensione umana, diviene creatore di unicità. Presso la ICG Gallery di via Santa Margherita le nuove superfici di ‘Diesel Living with Iris Ceramica’ esposte nella vetrina principale rappresentano il progetto con un’impronta fortemente caratterizzata mentre il concept ‘The Humans Behind’ compone, attraverso uno storytelling fortemente innovativo, una palette di materiali e di narrazioni. Nasce così ‘Reloaded: Diesel Living with Iris Ceramica’, ultimo approdo della partnership tra Iris Ceramica e Diesel Living, presentato presso ICG Gallery come anteprima assoluta per il Fuorisalone. Un progetto che unisce le visioni dei due brand esprimendo un’identità forte e senza compromessi e un’attitudine contemporanea. «Quella con Diesel è una collaborazione che ci dà modo di esprimere apieno la nostra filosofia: significa – spiega Federica Minozzi, CEO di Iris Ceramica Group – essere in grado di garantire una risposta completa alle esigenze della progettazione contemporanea, di raccogliermene le grandi sfide.



Non solo proponendo superfici, ma spostando anche la ricerca ad altri ambiti ed esplorando nuove destinazioni d’uso attraverso l’integrazione e il dialogo tra la superficie ceramica e le nuove tecnologie che rendano la ceramica più interattiva con l’essere umano e con

l’ambiente». La Milano Design Week, da questo punto di vista, è il palcoscenico ideale, «forse l’evento più importante al mondo – aggiunge Minozzi – per tutta la filiera dell’arredo, del design, delle finiture, soprattutto nel mondo dell’architettura evoluta e high-end:

per noi è un’occasione di celebrare da una parte la creatività dell’uomo, che prima immagina poi realizza nuove soluzioni, dall’altra la capacità di fare networking, di costruire relazioni che possano portare allo sviluppo di progetti che sono veramente disruptive». (R.D.)

FOCUS

Reloaded: Diesel Living with Iris Ceramica

La collaborazione Diesel Living with Iris Ceramica, giunta quest’anno al suo decimo anniversario, si presenta al Fuorisalone 2026 con una nuova energia creativa. Con ‘Reloaded: Diesel Living with Iris Ceramica’ la collaborazione evolve in un nuovo capitolo. Ricerca estetica ed innovazione tecnologica si incontrano per dare vita a un nuovo progetto di superfici ceramiche, tra grandi lastre e piccoli for-

mati. In anteprima al Fuorisalone, due color block per ‘Reloaded’: moodboard materiche che combinano la tecnologia produttiva delle grandi lastre alla ceramica tradizionale, dando vita a una composizione di superfici pop e altamente strutturate. La tecnologia DYS – Design Your Slabs – inoltre, amplifica ulteriormente le possibilità creative, rendendo ogni composizione unica e personale.

Sapienstone: tre superfici, un’unica visione

La materia è memoria stratificata, cultura che si deposita nel tempo, linguaggio silenzioso che attraversa architettura, arte e progetto. In questo senso, le superfici ceramiche vanno oltre il rivestimento: interpretano lo spazio, lo abitano, gli danno carattere. È con questa consapevolezza che Sapienstone, brand di Iris Ceramica Group, ha presentato, alla MDW 2026, Travessa, Breccia Rosa 4D e Muschelkalk: tre

superfici diverse per origine e carattere, accomunate da una stessa intenzione: trasformare la materia in racconto attraverso un’unica visione. Quella di Sapienstone, che considera ogni superficie un atto creativo e guarda alla materia naturale come l’alta moda guarda al tessuto, con la stessa cura per la proporzione, la stessa attenzione al dettaglio, la stessa ambizione di fare della materia un’esperienza.

G.P.SERVICE
ITALIAN CERAMIC TECHNOLOGY

PERFETTI
MECCANISMI
DI ASSISTENZA

MACCHINE,
IMPIANTI
E RICAMBI
PER INDUSTRIE
CERAMICHE

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

www.gpserviceitaly.com
info@gpserviceitaly.com

**PRIMA
PCER**

RAW MATERIALS FOR INDUSTRY

www.primacer.it

Che si tratti di taglio piastrelle, di smussi su rete, di campionatura, di bilateratura, di gradini e gradoni a costa retta, di marcatura in costa non si parla di una semplice, piccola, lavorazione.

E' L'INIZIO DI TUTTO

RB

+39 0536 811384 | Sassuolo (MO) | www.rbtaglio.it

DAXEL

Via Pietro Nenni, 8 - 42048 Rubiera (RE) - Tel. +39 0522 621162 - Fax. +39 0522 262589 - Email: info@daxel.it

Incontrarsi, creare e condividere

Con 'It's always a good idea' Pro.Space, la 'casa' milanese di Imola Ceramica, si trasforma in un laboratorio all'interno del quale le superfici diventano mezzo espressivo, veicolo di un processo creativo che trasforma i visitatori in protagonisti



«Abbiamo scelto di organizzare due serate per coinvolgere gli ospiti, facendoli diventare protagonisti». Lo riassume con queste parole, il Direttore Vendite Europa di Imola Ceramica Marco Mezzopera, il 'senso' della presenza della storica azienda romagnola al Fuorisalone. Se la Milano Design Week è, per definizione, un 'laboratorio di idee', queste idee Imola Ceramica le ha cercate con un allestimento innovativo, che ha visto Pro.Space, lo showroom milanese dell'azienda, diventare luogo di creazione e condivisione. 'It's always a good idea', il claim, attorno al quale «si è innescato un processo creativo che ha coinvolto in prima persona i nostri ospiti: le buone idee – aggiunge Mezzopera – nascono dalla connessione, dalle conversazioni che condividiamo, dalle persone che incontriamo, dai momenti che creiamo insieme. E' stato, il nostro evento, anche l'occasione per prendersi una pausa dal ritmo, frenetico, che caratterizza



questa settimana milanese». Presso Pro.Space Imola Ceramica ha messo le superfici esposte a disposizione della creatività dei visitatori, dando loro modo di interagire con le stesse. Trasformando, spiega Mezzopera, «la superficie in un oggetto, un gioco. Abituati come siamo a considerare le nostre produzioni un elemento di design, abbiamo voluto riportarle a contatto con il pubblico, abbiamo voluto stimolare l'interazione tra il materiale e chi lo ha osservato, ridefinendolo proprio attraverso la sua idea e credo questa formula sia piaciuta». La connessione e l'incontro come percorso, l'idea come approdo: «credo che sia fondamentale essere anche capaci di rallentare, di trovare una pausa, di dedicarsi un po' di tempo per divertirsi da una parte e dall'altra per riflettere. E' una questione, anche, di qualità in un approccio che suggerisce come, attraverso le idee, ci sia ancora moltissimo spazio per creare e inventare». (R.D.)

Imolarte tra unicità artigianale e moda

Con 'The Art of Color' la ceramica dialoga con la collezione Spring Summer 2026 di Manuel Ritz nel segno della contaminazione e della creatività

La contaminazione tra due mondi che parlano lo stesso linguaggio, declinando l'eccellenza tra moda e alto artigianato ceramico. Imolarte, la sezione artistica di Cooperativa Ceramica d'Imola, è un'autentica bottega artigiana, ed è stata protagonista, durante la Milano Design Week, di 'The Art of Color', un progetto sviluppato in collaborazione con Manuel Ritz presso lo store della griffe in via Solferino. «Una partnership nata da due aziende che credono profondamente nel 'saper fare' italiano», spiega Aniello Matrullo, Direttore Creativo di Imolarte. Non una semplice trasposizione decorativa, ma «un dialogo tra la nostra artigianalità, fatta di tempi lunghi e stratificati, e la moda. Che vive di ritmo, certo, ma non rinuncia a cercare la profondità». Le ve-



trine del flagship milanese di Manuel Ritz diventano così installazioni dove i manufatti di Imolarte interagiscono con capi della collezione Spring Summer 2026 della griffe esaltando l'identità dei due brand. «Che seguono – aggiunge Matrullo – una filosofia comune e ben precisa,

ovvero mantenere la bellezza nel tempo. C'è un concetto di storia e tradizione che contraddistingue la nostra unicità, e il Fuorisalone rappresenta, per una realtà come Imolarte, un nuovo strumento espressivo». Fulcro della partnership il decoro 'Garofano', un'icona della creati-

ività, che 'fiorisce' idealmente su un abito come su un piatto da portata. «Questo decoro ha una storia lunga secoli: Giò Ponti – spiega Matrullo – inventò la tricromia blu che per noi rappresenta quasi un codice genetico, che abbiamo riscritto con nuove nuances, come il rosa e il tiffany,

senza tradirne tuttavia lo spirito, ma facendo in modo che questo decoro potesse continuare il suo viaggio anche in un mondo caratterizzato da un'industrializzazione sempre più veloce che tuttavia della bellezza e dell'unicità, a mio avviso, non può fare a meno». (R.D.)



Non meravigliatevi... creiamo con l'anima
EXPO-LEGNO

Sistemi espositivi personalizzati ■ Soluzioni d'arredo ■ Sale mostra

Via Prandi, 10 - Pratissolo di Scandiano (RE) - tel.0522/851165 - e-mail info.expolegno@gmail.com

Lavoro 'utile': tra giugno e luglio, a Scandiano, in campo i giovani

L'idea è del Comune reggiano: impegnare i ragazzi, accompagnandoli con un tutor, in lavori di piccole manutenzioni sul territorio. La ricompensa? Un 'bonus fatica' da 50 euro... Per iscriversi c'è tempo fino al 19 giugno



mar', dal 13 al 17 luglio al circolo 'Morgone'. I gruppi saranno composti, indicativamente, da 10 giovani accompagnati, nelle loro attività, da un tutor.

Ennesimo arresto per spaccio a Sassuolo

Un altro arresto per spaccio a Sassuolo, dove i Carabinieri della stazione cittadina (2) hanno fermato un 21enne di origine marocchina. I successivi accertamenti eseguiti dai militari



hanno consentito di individuare il soggetto mentre era alla guida della propria vettura e procedere ai controlli del caso. Nel corso dei quali sono stati rinvenuti,

all'interno del veicolo, undici dosi di cocaina già confezionate per la vendita e tre telefoni cellulari. Estesa la perquisizione all'abitazione in uso allo straniero, i Carabinieri hanno sequestrato ulteriori dosi di cocaina ed hashish, un bilancino elettronico di precisione, una macchina termosaldante nonché la somma di circa 8mila euro, ritenuta provento dell'attività di spaccio.

Rubiera: edicolante derubata da due giovanissimi

Un diciannovenne e una minore. Sarebbero stati loro a derubare un'edicolante a Rubiera, dandosi poi alla fuga. Sono tuttavia stati 'intercettati' dai Carabinieri della stazione di Rubiera, che hanno recuperato la refurtiva, deferendo la minorenne alla Procura dei Minori di Bologna e denunciando il 19enne per furto aggravato.

Sassuolo, nel 2025 multe per oltre un milione e mezzo

Non sarà il milione e settecentomila accertato nel 2023, dato record dell'ul-



timo quinquennio, ma non sono nemmeno gli 1,4 milioni del 2024, ma tanto vale accontentarsi, e registrare la stabilità degli importi. Quelli, per capirsi, attinenti ai proventi derivanti dalle sanzioni comminate dalla Polizia Locale (3) a seguito delle violazioni del codice della strada nel 2025, che si attestano a poco più di 1,6 milioni di euro. Il dato si traduce in un 'tesoretto' di poco più di 830mila euro disponibili per l'Amministrazione.

Casalgrande, fallisce l'assalto notturno al bancomat

Poco prima delle 4 di venerdì notte, un tentativo di furto ai danni di un istituto di credito situato a Salvaterra è stato sventato grazie



alla sinergia tra la 'vigilanza' cittadina e la i Carabinieri di Casalgrande. Una segnalazione al numero di emergenza ha allertato la Centrale Operativa circa rumori sospetti e movimenti anomali nei pressi dell'istituto bancario in via San Lorenzo: arrivate sul posto, le forze dell'ordine hanno constatato come il commando fosse fuggito. L'area è stata immediatamente messa in sicurezza (4) e sono stati attivati gli Artificieri di Bologna per la bonifica dei locali. Le indagini sono tuttora in corso per identificare i malviventi datsi alla fuga.

Un uomo nudo semina il panico in via Emilia

Momenti di caos a Rubiera, domenica poco prima dell'ora di pranzo presso la rotatoria dell'Emiro, sulla via Emilia. Arrivato in zona con la sua auto un uomo, dopo averla parcheggiata, si è spogliato in pubblico mettendosi a camminare in mezzo all'incrocio. Detto che i video che hanno immortalato la 'prodezza' sono diventati in pochissimo tempo virali, resta da aggiungere come il blitz sia durato pochi minuti,

trascorsi i quali, recuperati i vestiti che aveva lasciato sull'asfalto, l'uomo è risalito in auto dirigendosi verso Reggio Emilia e facendo perdere le sue tracce. Sul posto i Carabinieri della locale stazione e personale sanitario: accertamenti in corso sull'accaduto, ampiamente documentato, peraltro, dai social e dalle telecamere di videosorveglianza che in quella zona, trafficatissima, non mancano. Il sindaco di Rubiera Emanuele Cavallaro sta valutando se sporgere querela. Sono in corso accertamenti, basati prevalentemente sulle immagini dei dispositivi di videosorveglianza puntati sulla zona.

Bodycam sulle divise della Polizia Locale di Maranello

Anche le bodycam sulle divise degli agenti di Polizia Locale (5) e il targa system - il software che riconosce i veicoli rubati, non revisionati o non assicurati - in dotazione a tutte le auto di pattuglia. Spinge sulla sicurezza, il Comune di Maranello, dotando la Polizia Locale di nuovi dispositivi.

(Paolo Ruini-Stefano Fogliani)



SCARICA SUBITO
LA NOSTRA APP!

Download on the
App Store

GET IT ON
Google Play

il Dstretto
by Ceramicanda

DIRETTORE RESPONSABILE
ROBERTO CAROLI
carocaroli@ceramicanda.com

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

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

REDATTORI
Stefano Fogliani, Daniela D'Angeli

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

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

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

IMPAGINAZIONE
gilbertorighi.com

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

CERAMICANDA garantisce la massima riservatezza dei dati forniti e la possibilità di richiederne gratuitamente la rettifica o la cancellazione scrivendo al responsabile dati Ceramicanda via De Amicis 4 42013 Veggia di Casalgrande (RE). Le informazioni custodite nel nostro archivio elettronico verranno utilizzate al solo scopo di inviare proposte commerciali. In conformità alla legge 675/96 sulla tutela dati personali e al codice di autodisciplina ANVED a tutela del consumatore

www.ceramicanda.com

Niente miracoli, non quest'anno: la Reggiana scende in serie C

L'epilogo più amaro, in coda ad una stagione piena di errori e contraddizioni chiusa al terz'ultimo posto. E adesso, per i granata, il futuro è un'incognita...

Niente miracolo, quest'anno, per la Reggiana, cui la stagione 2025/26 consegna una retrocessione che ha cominciato a prendere forma proprio mentre il campionato prendeva l'abbrivio decisivo. Arrivata all'ultima giornata con le stimate della retrocessa, obbligata a sperare non solo in una vittoria contro la Sampdoria (arrivata, 1-0 per i granata, davanti ad oltre 11mila spettatori che nel finale non hanno mancato di manifestare il loro disappunto) la squadra di Bisoli è andata a sbattere proprio sui risultati altri, che ne hanno decretato, dopo tre stagioni in B, la discesa in terza serie. Più che i tre allenatori che si sono succeduti sulla panchina granata hanno potuto la bellezza di 19 sconfitte, «ma la sensazione è – il commento degli osservatori cui abbiamo chiesto conto di un simile rovescio – che ci siano stati, nel corso della stagione, troppi errori, anche perché i granata, almeno ai blocchi di partenza, avevano una rosa simile, per valore e cifra tecnica, ad altre sette, otto squadre, e ha chiuso con 37 punti, meno di uno a par-



tita, per errori e demeriti». La scorsa stagione Davide Dionigi incastrò, nelle ultimissime giornate, un autentico miracolo, ma i miracoli sono tali perché non si ripetono con troppa frequenza. Così, in questa disgraziata stagione non sono bastati nemmeno tre diversi allenatori ad invertire il trend. Il già citato Davide Dionigi, poi Lorenzo Rubinacci e per finire Pierpaolo Bisoli: una girandola che si è rivelata fatale. Troppi anche i cambi di giocatori, addii importanti in estate (Bardi, Lucchesi, Vergara e Serzanti) ma anche a gennaio (Magnani, Marras, Motta)

che hanno finito per impoverire la rosa di Dionigi, che poi ha pagato ingiustamente per tutti, col prezzo dell'esonero a febbraio con 21 punti in 23 gare. Da quel momento la squadra non ha più avuto un'identità, almeno fino al tardivo arrivo di Bisoli che però ha avuto soltanto sei gare a disposizione. E ne ha perse, purtroppo per lui, tre: con Pescara, Padova e Modena. Sette i punti raccolti nel finale in rincorsa: insufficienti per evitare il terzultimo posto e la sentenza più amara. Preso atto della quale tocca ripartire, anche se il contesto non è chia-

rissimo, almeno ad oggi: il patron Romano Amadei ha garantito il proprio impegno anche in Serie C per una ripartenza ambiziosa, ma a luglio compirà 87 anni e già da tempo cerca qualcuno disposto a raccogliere il testimone. La partita più importante della Reggiana si giocherà probabilmente questa estate, insomma, fuori dal rettangolo verde. Per il club granata il futuro resta piuttosto indecifrabile, a meno che all'orizzonte non spunti all'improvviso qualche investitore importante del quale però, al momento, non c'è traccia. (S.F.)

SASSUOLO E MODENA

Due alla fine: chiudere al meglio

La sconfitta contro il Torino toglie il Sassuolo dall'ipotetica corsa al settimo posto, lo fa scivolare dal nono all'undicesimo e lo obbliga, da qui a fine stagione, a cercare il ritorno nella parte sinistra della classifica, quella delle migliori 10. Non succedesse – il calendario propone il Lecce dell'ex Di Francesco, a caccia di punti salvazza, al Mapei Stadium, e la trasferta di Parma tra una settimana – cambia poco, perché quella della neopromossa neroverde resta stagione ragguardevole, con obiettivo di inizio stagione (la salvezza, va da sé) centrata con cinque giornate di anticipo e la valorizzazione di talenti (Konè e Muharemovic su tutti) dei quali,



durante il mercato estivo, sentiremo parlare non meno che del tecnico Fabio Grosso. Già: dopo un biennio in neroverde l'ex campione del mondo è attenzionato, se non contestato, da piazze che pensano in grande. Resterà, se ne andrà? Non mancherà occasione di tenervi informati.

Playoff fatali: Modena subito fuori

E' durato giusto 90' il sogno del Modena di rincorrere un'ipotetica serie A agli spareggi. La squadra di Andrea Sottit ha infatti inopinatamente perso la prima partita della poule-promozione, cui si era affacciata in virtù del sesto posto conquistato a fine campionato.

A fare festa sul prato di un Braglia che ha regalato al match cornice da grandi occasioni (oltre 11mila presenti) la Juve Stabia, che ha vinto di misura con un gol di Zeroli arrivato nel finale e sul quale il Modena non ha avuto più modo di riarrampicarsi. Al Modena sarebbe bastato anche solo pareggiare – i gialli avevano a disposizione due risultati su tre – e



invece la Juve Stabia ha 'tenuto', lasciando al palo i padroni di casa. Che centrando i playoff dopo 12 anni hanno si dato corso alle aspettative estive – l'obiettivo di inizio stagione era quello – ma uscendo dai giochi al pronti-via non si può dire non abbiano deluso.

**ALL
FOR
TILES**

**FIERA
+ ON THE ROAD**

**ECCE
TILE**
evoluzioneceramica

WEB

**VENDESI
AFFITTASI**

IN ELEGANTE PALAZZINA
A VEGGIA DI CASALGRANDE

Trattative riservate,
per info e contatti: **348.281.4908**



ATTICO
CON TERRAZZO PANORAMICO
METRI QUADRI 120,64
APPARTAMENTO
AL PRIMO PIANO
METRI QUADRI 74,47
APPARTAMENTO
AL PRIMO PIANO
METRI QUADRI 129
CON GARAGES INTERNI,
POSTI AUTO SCOPERTI, ASCENSORE



Hormuz, Flotilla, ovunque navi bloccate E se ricorressimo agli scafisti?

Ora è tutto chiaro. Trump ha attaccato l'Iran sperando in una resa immediata della Nato. E l'Italia? Gli ha negato le basi, gettando le basi... per un rapporto all'altezza

Trump su Papa Leone XIV: «Sta mettendo in pericolo molti cattolici». Ai musulmani, in effetti, ci pensa già lo stesso Trump...

Pulizia e restyling in Municipio a Reggio Emilia per la visita della principessa Kate. Criminali tranquilli, la zona della stazione non verrà toccata.

Il SAP, Sindacato Appartenenti Polizia: «Da Roma arriva spray irritante già scaduto», il che, effettivamente, è molto irritante.

Festini con escort e palloni di gas esilarante. Poi ci si sorprende che il nostro calcio faccia ridere.

Contro l'immigrazione, fino a poco tempo fa, all'interno della destra di governo si parlava di blocco navale. Poi devono essere rimasti bloccati da qualche parte.



sersi recato nel ranch in Uruguay: «Mi cospargo il capo di cenere e affronterò il giudizio a mie spese, senza gravare sui contribuenti». Anche la cenere l'ha pagata lui.

Il ministro Valditara dice in pubblico che Piersanti Mattarella è stato assassinato dalle Brigate Rosse. Ma il presidente della Repubblica non lo redarguisce. C'è chi ha dei piersanti in paradiso.

L'Italia potrebbe fare da ponte fra gli Stati Uniti e l'Unione Europea... Sempre che non faccia la fine del Morandi.

L'Inter vince lo scudetto. Sembra che gli arbitri sgraditi non abbiano molto gradito.

Reggiana, dai cugini modenesi il più sincero degli arriverder C...

In America c'è un tizio che sta facendo di tutto per far sì che l'Italia partecipi al Mondiale al posto dell'Iran: dopo tutto quello che ci è costato il farci eliminare prima per evitare figure peggiori dopo...

Troppi credenti credono, più che in dio, in odio.

Dice il Trump che contro l'Iran non userà l'atomica. E chi glielo fa fare? Uno come lui può fare gli stessi danni in mille altri modi.

Il Governo italiano ha finalmente approntato il piano pandemico, approvato a fine aprile, rimanendo subito deluso: ha appena saputo che l'Hantavirus non è il Covid.

Si chiama Forza Nuova, avendo un debole per il fascio vecchio...

(Massimo Bassi)



Forse un giorno l'uomo farà arrivare una sonda su Urano e Nettuno, e chissà che nel frattempo non sia riuscito a far arrivare una verità su Garlasco.

Caso Minetti, Ranucci chiede scusa al ministro Nordio per averlo accusato di es-



Instants, un'altra funzione di Instagram: vediamo di cosa si tratta...

Un modo più snello per raccontare, senza 'lucidare' ogni dettaglio fino a renderlo intercambiabile

Instagram lancia in Italia Instants, una nuova funzione pensata per condividere fotografie più immediate, meno lavorate e decisamente meno 'ci ho messo quarantadue minuti ma voglio sembrare spontaneo'. L'idea è semplice: scatti, invii, il contenuto può essere visto una sola volta e resta disponibile per un massimo di 24 ore. Niente filtri, niente editing, niente costruzione estetica da mini-direzione artistica domestica. Al massimo una scritta sopra la foto, perché anche la spontaneità, evidentemente, ha bisogno di un minimo di copy. La funzione vive dentro Instagram, nella sezione dei messaggi privati, ma anche in un'app separata dedicata. Si apre la fotocamera, si sceglie se inviare l'istantanea agli amici o agli amici più stretti, si scatta e si manda. I destinatari possono reagire con like, emoji o messaggi diretti, mentre il contenuto sparisce dopo la visione, anche se l'autore può ritrovarlo nel proprio archivio e riutilizzarlo nelle Storie.

Il riferimento culturale è evidente: un po' BeReal, un po' Snapchat

(forse non li conoscete, ma magari ne parleremo in un altro articolo) e un po' quella nostalgia ciclica dei social per un internet meno patinato. Meta, del resto, ha spesso preso formati nati altrove e li ha portati dentro ecosistemi più grandi: Storie, Reels e ora spontaneità effimera.

E per le aziende? Instants, almeno per ora, non sembra destinato a cambiare le strategie digitali, né a rivoluzionare il funnel B2B di chi vende macchine automatiche, servizi professionali o ceramiche tecniche per mercati internazionali. È più probabile che questo aggiornamento serva a farvi fare bella figura con amici, figli, nipoti, collaboratori più giovani o stagisti che scoprono con piacere che sapete ancora dove si trovano i DM di Instagram. In certi contesti aziendali è già un piccolo intervento di aggiornamento culturale.

Archiviarlo come 'giochino per ragazzini', però, sarebbe il solito errore pigro. Le piattaforme testano formati piccoli per capire movimenti grandi: quanto spazio c'è ancora per contenuti meno costruiti? Quanto gli utenti desiderano ambienti più privati? Quanto la relazione si sta spostando dai feed aperti alle microcerchie? Instants, più che un nuovo canale da presidiare con il

piano editoriale, segnala una direzione: meno palco, più retrobottega. Per le aziende il punto interessante non è 'dobbiamo usarlo domani mattina?', perché la risposta, nella maggior parte dei casi, è 'no'. Il punto è chiedersi se la propria comunicazione abbia ancora qualche spazio di immediatezza credibile. Per brand con community attive, team riconoscibili, eventi, fiere, backstage o ambassador, la logica dell'istantanea può suggerire modi più snelli per raccontare ciò che accade davvero, senza lucidare ogni dettaglio fino a renderlo intercambiabile.

Resta la cautela sulla privacy. I contenuti sono pensati per sparire, ma questo non significa che siano al sicuro: uno screenshot, una foto fatta con un altro dispositivo o un destinatario poco affidabile bastano a riportare la realtà dentro la stanza. Instants quindi non obbligherà le aziende a rifare la strategia social, ma è un piccolo segnale che va registrato: Instagram cerca modi per riportare dentro la piattaforma contenuti più privati, rapidi e meno rifiniti. Per chi fa business, non serve inseguire ogni funzione, ma conviene capire quali comportamenti sta cercando di intercettare. Anche perché, non dimentichiamocelo, essere aggiornati ha ancora un suo discreto valore competitivo.

CERAMICA
NDA TV

LA STAGIONE TV 2025-2026

TRC Modena: Gio 22:30; Sab 13:00
Telereggio: Merc 22:30; Dom 13:30

www.ceramicanda.com

CERAMICA
NDA TV

KerScan è una variante della parete ventilata che permette di rivoluzionare la posa e l'estetica della parete stessa. Tramite un nostro gancio brevettato (KERSCAN) si potrà montare con facilità una parete ventilata a sistema "scandola".

KerScan ↗

KerGlass Air ridisegna i parapetti per balconi e terrazze: offrendo una soluzione personalizzabile che combina vetro temperato e ceramica. Questo sistema consente infinite possibilità di design, adattandosi a varie forme e texture ceramiche.

KerGlass Air ↗

La parete ventilata o facciata by Kerbell. Progettazione, giochi di supporto brevettati e innovativi (KERBELL), ricerca e assistenza nel progetto, con tutta l'esperienza che ci offre adabesterges.

KerVent ↗

KerWall è un sistema che permette di rivoluzionare la realizzazione di recinzioni. Crea zone tecniche e univoco da realizzare creare un diviso che oltre ad essere funzionale sia anche esteticamente accattivante.

KerWall ↗

KerSky è un prodotto innovativo per coperture architettoniche; Rappresentando l'evoluzione naturale di KerGlass nel settore delle pensiline e delle strutture di protezione.

KerSky ↗

KerGlass Total è una soluzione altamente tecnologica; Il vetro monolitico viene completamente rivestito in ceramica. Creando un sistema di parapetti continuo e sofisticato per balconi e terrazze. (patent in process)

KerGlass Total ↗

Kerbell

Innovation that takes shape
Tel. +39 0536 920622