

**CERA
MICA
NDA**◆

M A G A Z I N E
UOMINI | AZIENDE | ECONOMIA | MERCATO | PROGETTI

164 AGOSTO - SETTEMBRE
2026



L'EVENTO

Cersaie, 43ª edizione:
una vetrina irrinunciabile

IL CASO

L'Europa ha voltato
le spalle alla ceramica?

INTERVISTE

Emanuele Orsini
Matteo Richetti

Appuntamento...
a dicembre
con l'edizione
2026

ALL FOR TILES

CERAMIC DISTRICT & MORE

allfortiles.it

DETTAGLI, SOLUZIONI, IDEE PER L'INDUSTRIA CERAMICA

Ceramicanda srl - Veggia di Casalgrande (RE) - tel 0536.990323 - redazione@ceramicanda.com - www.ceramicanda.com

evento a cura di

**CERA
MICA
NDA**

EDITORIALE

Non ci resta che la piazza!

di Roberto Caroli

carocaroli@ceramicanda.com



Prima era semplicemente il Ministero dello sviluppo economico, dal 7 novembre 2022, grazie al governo Meloni, ha cambiato nome ed è diventato Ministero delle imprese e del made in Italy, noto come MIMIT. I motivi del cambiamento, si leggono nel sito del ministero: “rafforzare l’identità: mettere al centro del nome la tutela e la promozione dei prodotti e dei marchi italiani nel mondo; nuova strategia: “dare maggiore forza politica ed economica alle aziende nazionali, alla produzione manifatturiera e alle eccellenze italiane; aggiornamento delle funzioni: “ampliare il raggio di azioni del Ministero per gestire in modo diretto le politiche industriali, il commercio estero e le filiere strategiche”. Lodevole l’impegno e l’obiettivo del Consiglio dei ministri di agevolare le nostre imprese, la volontà di contribuire a

mantenere tesa e nitida la bandiera verde bianca e rossa nel mondo. Ma le intenzioni si scontrano poi con la realtà, con le normative europee che contribuiscono e non poco a sgonfiare il tricolore e non solo. Il settore automobilistico europeo e, più in generale, quelli energivori, ne sanno qualcosa. In Germania la Volkswagen presenta un piano di ristrutturazione che prevede il taglio di 50.000 lavoratori entro il 2030, ai quali si sommano i 50.000 dipendenti già licenziati lo scorso anno, portando a 100.000 posizioni in meno. La crisi economica tedesca potrebbe essere una delle cause, dicono gli esperti, del successo elettorale dell’Afd, partito di estrema destra, alle recenti elezioni in Sassonia. Un voto di protesta, asseriscono, contro la politica europea, la green economy, i suoi effetti negativi sull’occupazione.



Ne sa qualcosa anche il settore ceramico europeo, con i suoi 160.000 lavoratori, tra diretti e indotto, inascoltato a Bruxelles nelle richieste di modifiche alle politiche energetiche e all'Ets. Un settore ceramico impegnato a Bologna, in occasione della 43^a edizione di Cersaie, dove prodotto e mercato si incontreranno per fare il punto della situazione; dove il made in Italy ancora una volta la farà da padrone, per i prodotti innovativi che anche in questa edizione non mancheranno, per il modo di presentarli, unico e inimitabile. Ma tutto ciò rischia di infrangersi contro il muro dei regolamenti europei, gli stessi che hanno distrutto il settore automobilistico. La stampa e la politica italiana stanno già recitando il de profundis al settore ceramico italiano: Il generale Vannacci: "la green economy euro-

pea ha ucciso il settore ceramico"; il giornalista Maurizio Belpietro: "l'estrema destra stravince in Sassonia a causa delle politiche economiche europee sbagliate, ne sa qualcosa il settore ceramico". Siamo già nel pieno della campagna elettorale e tutto si può dire, ma attenzione, generale Vannacci, a fare il funerale a un settore che è tutt'altro che morto! Venga a Bologna dal 21 al 25 settembre, e lo vedrà con i suoi occhi! A Sassuolo prima di soccombere venderanno cara la pelle. E se poi vorrà unirsi a Ceramicanda, questo vale anche per Belpietro, sempre a Cersaie non escludiamo la raccolta di firme a sostegno del settore, e chissà, vista l'indifferenza del sindacato di fronte a 160mila posti di lavoro a rischio, che non si arrivi anche a mobilitare la piazza davanti al parlamento europeo.



Anno XXIII - Numero 164 - AGOSTO - SETTEMBRE 2026
(Chiuso in tipografia il 09/09/2026)

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

DIRETTORE RESPONSABILE

Roberto Caroli
carocaroli@ceramicanda.com

COLLABORATORI

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

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

EDITORE

Ceramicanda s. r. l.

Pubblicazione registrata presso il Tribunale di
Reggio Emilia al n° 986 in data 19/04/99

Spedizione in abbonamento postale art. 2 comma 20/c legge
662/96 - In attesa di iscrizione Registro nazionale della Stampa

PUBBLICITÀ

Ceramicanda s. r. l.

Via De Amicis, 4, 42013, Veggia di Casalgrande (R. E.)

Tel. 0536. 990323 - Fax 0536. 990402

promozione@ceramicanda.com

PROGETTO GRAFICO

AdverCity.it

IMPAGINAZIONE

gilbertorighi.com

IMMAGINI DI COPERTINA

"Nulla è come sembra"

collage analogico

di Cristina Faedi / Infinite Possibilità

@infinite8possibilita

STAMPA E CONFEZIONE

CHINCHIO

INDUSTRIA GRAFICA S.r.l.

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

SOMMARIO

2 Editoriale

Non ci resta che la piazza!

7 L'appuntamento

La 43ª edizione di Cersaie
dà il via all'anno ceramico

11 Tendenze

L'evoluzione delle superfici

15 Intervista

Emanuele Orsini: «il settore ceramico
penalizzato: così non va...»

18 L'opinione

Matteo Richetti: «Sugli Ets la ceramica
sta pagando il conto per tutti»

21 Mercato

Ceramica, banche e finanza: facciamo il punto

24 Il ricordo

Addio a Daniele Verde, il più 'americano'
degli imprenditori di casa nostra

33 Eccetile

Il portale di Ceramicanda festeggia
il quinto compleanno

39 Aziende

Panariagroup completa il percorso

43 News Aziende

Prodotti e produttori

49 Il progetto

Infinity Surface a Washington DC:
Rommel Grande Residence

PRIMO PIANO

26 – Fila Solutions

28 – Colorobbia

30 – Cercol

40 – Florim

46 – Italcera Group

52 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



ELIOS
ceramica

ITAL CER
GROUP
DESIGN HUB

dynasty
CERSAIE 2026

SEPTEMBER 21-25
HALL 29 STAND A18-B17

Restaurant

Spa >

Reception

Lobby >

www.eliosceramica.com



CERSAIE

Bologna - Italy

INTERPRODOTTORE
CON LANCIAZIONE

A space for
architectural design

www.cersaie.it



21-25 / 09 / 2026

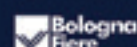
**Salone Internazionale
della Ceramica
per l'Architettura
e dell'Arredobagno**

Promosso da



CONFININDUSTRIA CERAMICA

In collaborazione con



Organizzato da

EdiCer SpA

Con il supporto di



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

ITA[®]
ITALIA TRADE AGENCY

OpportunItaly

CERSAIE: la 43^a edizione dà il via all'anno ceramico

a cura di Stefano Fogliani

Il Salone Internazionale della Ceramica per l'Architettura e dell'Arredobagno torna a Bologna con importanti novità



Si riparte dai circa 95mila visitatori dell'anno scorso, ma si riparte. Eccoci a Bologna, quartiere fieristico, dove prende il via la 43^a edizione del Salone Internazionale della Ceramica per l'Architettura e dell'Arredobagno. Appuntamento ormai consolidato, vetrina di eccellenza per il made in Italy della ceramica e non solo. Manifestazione centrale, con una superficie espositiva complessiva di 145.000 metri quadrati e 597 espositori provenienti da 24 Paesi, e principale appuntamento internazionale per la ceramica, l'arredobagno e il progetto. L'offerta espositiva abbraccia infatti i diversi ambiti merceologici che compongono il mondo di Cersaie, dalle superfici ceramiche e non ceramiche all'arredobagno, dalle materie prime e attrezzature ai materiali e sistemi per la posa, fino ai servizi per il settore. Predisponendo un programma di eventi che fanno da cornice al momento espositivo che fa sintesi di eccellenze ben note, che da sempre puntano sulla manifestazione bolognese per dare compiuto segno di sé.

Con i prodotti che impreziosiscono gli stand, certo, ma più in generale con quello sguardo in avanti che fa di Cersaie l'evento che da sempre, anche per noi di *Ceramicanda*, apre quello che da queste colonne abbiamo sempre chiamato 'l'anno ceramico'. Fuori sincro rispetto a quello tradizionale – da dicembre a dicembre – ma ben consapevole che il Cersaie, da sempre, segna un inizio e promette un dopo. Anche in tempi difficili, dei quali farà sintesi il convegno inaugurale sul tema 'Energia sostenibile per la competitività' che vedrà la partecipazione, tra gli altri, del presidente di BolognaFiere Gianpiero Calzolari e del presidente di ICE Agenzia Matteo Zoppas, del ministro per gli Affari Europei, le Politiche di Coesione ed il PNRR Tommaso Foti e di quello delle Imprese e del made in Italy Adolfo Urso, del presidente della Regione Emilia-Romagna Michele De Pascale, dell'amministratore delegato di Eni Claudio Descalzi, del presidente di Confindustria Emanuele Orsini e di quello di Confindustria Ceramica Augu-





sto Ciarrocchi. Si parte da qui, ma si va oltre, nel corso della settimana bolognese, che l'eccellenza del settore ceramico la racconta anche nella sua capacità di 'guardarsi dentro', a studiare un futuro che è già presente, e come tale va affrontato. Con il programma di 'Costruire, Abitare, Pensare', concentrato sui temi dell'architettura e del design, come con le conferenze di Annabelle Selldorf, Alejandro Aravena e Francesco Faccin e i 'Café della Stampa', che, giunti all'edizione numero 11, propongono un format dedicato ai temi di maggiore attualità per il design, l'architettura e l'urbanistica, realizzato in collaborazione con le principali case editrici italiane specializzate. C'è altro? Sì: Cersaie 2026 celebra il terzo appuntamento con i 'Career Days', che mettono in contatto 25 aziende con laureandi e laureati attraverso colloqui individuali e 'regala' uno spazio importante anche ai privati con 'Cersaie disegna la tua casa' e al settore della posa, strategico, con 'La città della posa' che si attesta al padiglione 19 ed

un percorso che trova spazio, per la prima volta a Cersaie, e forma addetti di showroom grazie alla riuscita sinergia tra Confindustria Ceramica, ANGAISA, Federcomated e Assoposa. Chiusura, doverosa, con i premi: il XXIX Ceramics of Italy Journalism Award, o il Tiler Award, riconoscimento al miglior posatore italiano ed estero, giunto alla sua terza edizione, il XXIX Confindustria Ceramica Distributor Awards 2026, l'ADI Cersaie Design Award, l'ADI Exhibit Design Award e soprattutto la 20ª edizione del Premio Internazionale Ing. Aldo Villa, che conferisce il riconoscimento a personalità che si sono particolarmente distinte nel mondo della ceramica, per il contributo allo sviluppo del settore e per l'impegno a favore dell'innovazione, della competitività e della valorizzazione del Made in Italy. Quest'anno tocca, si fa per dire, al presidente di Sacmi Paolo Mongardi e a Stefano Bolognesi, presidente di Cooperativa Ceramica d'Imola. Scorrendo il programma, in quel di Bologna non ci sarà di che annoiarsi...



surface
care
solutions

Sicurezza ad ogni passo



LINEA GRIP LA LINEA ANTISCIVOLO DI FILA

Trattamento antiscivolo per superfici in gres porcellanato e ceramica, granito e altre pietre silicee per le quali si richiede di aumentare il grip.

21-25 SETTEMBRE HALL 19 - STAND A66 - B67



CERSAIE
Bologna - Italy

filasolutions.com



Scopri come
funziona



CERSAIE 21/25 September 2026
Bologna - Italy

Materia e profondità per una nuova estetica delle superfici

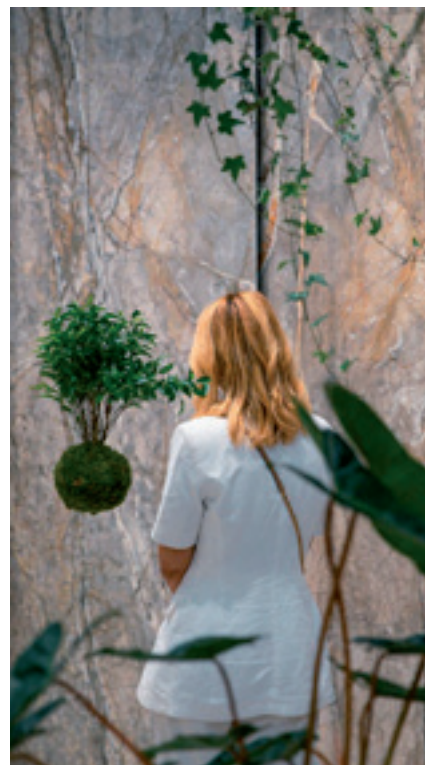
La ricerca e la creatività trovano inediti approdi nelle nuove collezioni che vedremo a Bologna

a cura di Daniela D'Angeli e Stefano Fogliani



Banalizzando, si dice spesso che il Cersaie è una 'vetrina'. E altrettanto spesso se ne fa approdo di una ricerca che detta nuove estetiche alle superfici. Le tendenze del gusto, anche per quanto riguarda la ceramica, si sono estese a dismisura, ma per i creativi che 'fanno' il made in Italy la necessità, oggi, è distinguersi. «E caratterizzarsi, grazie ad effetti che altri non hanno, tenendosi a distanza da competitors più standardizzati». A dirlo è **Eros Giavelli**, Finished Tile Manager di Vetriceramici, con il quale apriamo il nostro 'ideale' tour tra i colorifici che hanno studiato

le novità che vedremo in questi giorni: «la combinazione tra materia e struttura – aggiunge Giavelli – può fare la differenza, e credo la faccia, almeno per quanto riguarda un prodotto italiano che vuole e deve distinguersi». In questo senso, spiega Giavelli, «vedo prodotti che tornano a parlare di ceramica, che evocano una manifattura fortemente caratterizzata, trasponendola sui piccoli formati come su formati più estesi. Si tratta, almeno per quanto concerne la nostra ricerca, di aggiungere alla superficie quel know how e quel gusto italiano che si stacca da produzioni sulle



quali i produttori stranieri, penso ad esempio a certi materiali prodotti dall'India, oggi sono più forti grazie al fattore-prezzo». Muove in necessaria autonomia, la ricerca, il cui approdo non può che essere quello che altri non fanno. Distinguersi, oggi, non è più una metaforica medaglia da appuntarsi al petto, ma un asset grazie al quale farsi riconoscere dal mercato, e rivendicando capacità creative sulle quali i concorrenti stranieri del made in Italy sono, al momento, ancora indietro. «La materia è il punto di partenza, e questo sarà il Cersaie della materia e della struttura: la ricerca muove verso una definizione sempre più netta della superficie, della sua profondità. Saperla mettere in risalto credo sia un tratto distintivo del made in Italy, in grado di differenziarlo da altre produzioni», dice **Michele Tommasini**, Direttore Innovazione Prodotto di Smalticeram, ad avviso del quale «la ricerca spinge, oggi, su materiali molto tecnici, caratterizzati da una tridimensionalità che viene esaltata soprattutto dall'effetto pietra, che credo sarà predominante». L'imprinting, aggiunge Tommasini, «è quello di spingere sull'innovazione, ma senza effetti shock, a definire una certa maturità del prodotto. Che

non significa, ovviamente, rinunciare alla ricerca, ma declinarla su tematiche che sono, anche a livello di colore, quelle che abbiamo visto anche al Salone del Mobile di Milano. Grande attenzione alla natura e alle sue tonalità, ovviamente abbinate ad un'attenzione alla sostenibilità che è ormai un asset irrinunciabile». Sulla stessa lunghezza d'onda **Cristian Venturelli**, Product Manager di Sicer: «vedremo un ritorno, e comunque una maggiore attenzione, al piccolo formato mentre sulle superfici gli effetti saranno sempre più pronunciati e strutturati, ad esaltare la tridimensionalità. La ceramica – spiega Venturelli – torna a fare la ceramica, insomma, nel senso che si avvale di una ricerca in grado di personalizzare il prodotto». Lavorando, come già sottolineato, sulla materia, con strutture da pressa cui si aggiungono effetti 'dedicati' o nuove tecnologie applicative che garantiscono alle superfici, sia a livello di aspetto, che di colori e tonalità, quella personalizzazione dei prodotti che distingue la ceramica italiana da produzioni estere che hanno una loro efficacia, ma dal punto di vista tecnologico ed estetico restano un passo indietro».



F~~4~~ORIM



SURFACES BETWEEN MATTER AND ARCHITECTURE

S E N S I

Matter Form
FLOOR



THE STORY
CONTINUES

Calm with a pulse

Studio Milano | Via San Marco, 12 | Milano - Park Studio | Via del Cavalletto, 141 | Forano Modenese

atlasconcorde.com



Marvel Next, la collezione che unisce calma e carattere.

 **atlas concorde**
superfici ceramiche

Emanuele Orsini: «la ceramica è penalizzata: non ci stiamo»

a cura della redazione



È di queste parti, il Presidente di Confindustria **Emanuele Orsini**, e conosce bene il distretto ceramico. Così, in pochi si sono stupiti quando, in occasione dell'assemblea annuale di Confindustria, a maggio, ha citato il settore ceramico come l'emblema di quanto rischia il nostro settore industriale. Ha definito il distretto, Orsini, «una delle eccellenze italiane con una produzione pulita che paga un costo dell'energia superiore del 40% rispetto alla media europea e subisce la speculazione dell'Ets» e ha aggiunto come «in cinque Comuni del distretto ceramico sono a rischio 40mila posti di lavoro e non riguarda solo la ceramica, potrei continuare, settore per settore. Senza industria

Il Presidente di Confindustria:
«Parliamo di un'eccellenza riconosciuta sui mercati mondiali. Il problema non è la competitività delle nostre imprese, ma il peso di costi energetici e regole europee»

di base, crolla l'intera economia europea». Sono passati 100 giorni da allora, e il numero uno di Confindustria non ha cambiato idea. «Quando si perde industria non si perdono soltanto fabbriche: si perdono lavoro, benessere e coesione sociale».

L'Europa resta sorda alle richieste di revisione delle politiche di decarbonizzazione. A metà luglio è arrivato il no a queste revisioni del sistema Ets. Come mai l'Europa non ascolta la manifattura?

«Il sistema ETS, nato con finalità condivisibili, è diventato una tassa sulla produzione: il costo della CO₂ è passato da 6 euro a tonnellata nel 2017 a circa 80 euro oggi, mentre negli USA resta molto più basso. È incomprensibile che i proventi delle aste ETS non tornino integralmente alle imprese per finanziare la transizione. Con BDI e Medef abbiamo chiesto una riforma radicale, ma la risposta della Commissione del 15 luglio per noi è insufficiente. Ora chiediamo a Parlamento e Consiglio UE di intervenire per evitare che settori fondamentali dell'industria europea paghino un prezzo insostenibile in termini di produzione, occupazione e sovranità industriale»

Il settore ceramico 'vale' 50mila lavoratori. Non sono abbastanza i posti di lavoro a rischio?

«Se non fosse per il costo dell'energia e della CO₂ e per la concorrenza sleale l'industria ceramica italiana continuerebbe la sua cavalcata sui mercati esteri, dove è protagonista e bandiera del made in Italy. I ceramisti italiani



hanno investito quasi 5 miliardi di euro negli ultimi dieci anni per ridurre le emissioni. Il settore ha abbattuto drasticamente consumi ed emissioni, recupera integralmente gli scarti di produzione e oggi autoproduce quasi metà del proprio fabbisogno energetico attraverso rinnovabili e cogenerazione. Eppure, il costo delle sole quote ETS continua a crescere: così rischiamo di penalizzare proprio le imprese che hanno investito di più nella transizione e di favorire i concorrenti extraeuropei»

Abbiamo l'impressione che i sindacati nazionali non abbiano piena contezza di ciò che rischia di avvenire in questo territorio. Lei che si confronta con loro quotidianamente che impressione ha?

«I sindacati del settore, Filctem-Cgil, Femca-Cisl e Uiltec-Uil, stanno lavorando responsabilmente insieme a Confindustria Ceramica per difendere produzione e occupazione. E' stato anche recentemente costituito dalla Regione Emilia-Romagna un tavolo istituzionale imprese

- sindacati su questi temi. Abbiamo chiesto all'Europa di correggere il sistema ETS e contrastare la concorrenza sleale di prodotti a basso costo provenienti da Cina e India. In questa fase il sostegno del sindacato è fondamentale: difendere l'industria energivora significa difendere migliaia di posti di lavoro, i territori e la coesione sociale»

Tra questione energetica, con il gas alle stelle, gli Ets in rialzo, e crisi internazionali che chiudono mercati e complicano la logistica, la ceramica di eccellenza italiana sta vivendo di Cassa Integrazione e produzioni a singhiozzo. Rischiamo la fine dell'automotive?

«Bisogna fare presto per evitarlo. Nell'automotive per troppi anni si è fermato il ciclo degli investimenti proprio mentre il resto del mondo viveva una profonda trasformazione tecnologica. A questo si sono aggiunti errori europei, a partire dal bando al motore endotermico e dalle pesanti sanzioni imposte ai produttori. La ceramica italiana, invece, ha continuato a investire e mantiene un'eccellenza riconosciuta sui mercati mondiali. Il problema non è la competitività delle nostre imprese, ma il peso di costi energetici e regole europee che le penalizzano. Se interveniamo rapidamente su questi fattori possiamo evitare che si ripeta quanto accaduto all'auto»

Forse è arrivato il momento di proteste più forti. Non sarebbe il momento di scendere in piazza e fare rumore, visto che la lodevole attività di lobby delle associazioni di categoria e dei politici in Europa non ha dato risultati?

«Diciamo che 'fare rumore' non cambia le teste che hanno assunto decisioni sbagliate. Il nostro modello non è bloccare autostrade

«Specificità del settore non riconosciute»

La proposta di revisione del sistema ETS studiata dalla Commissione «disattende le istanze dei settori più penalizzati, tra cui la ceramica»

«Forte insoddisfazione rispetto alla proposta della Commissione, che continua a non riconoscere le specificità dei settori finora maggiormente penalizzati dal sistema ETS, come quello ceramico». E' l'ultima presa di posizione di Confindustria Ceramica, espressa agli associati con una circolare a seguito della proposta di revisione dei benchmark presentata dalla Commissione Europea. Cui seguiranno, e stanno seguendo, negoziati e trattative, ma la linea scelta dalla Commissione, già criticata sia da Confindustria che





con scavatrici e trattori, creando altri danni a imprese e lavoratori. La Commissione europea non cambia idea perché gridiamo sotto la sua sede a Bruxelles.

Ma in Germania e Francia ci saranno appuntamenti elettorali importanti e i governi

dovranno fare i conti con il malessere sociale prodotto dalla desertificazione industriale. È un processo che va fermato, perché quando si perde industria non si perdono soltanto fabbriche: si perdono lavoro, benessere e coesione sociale».

dal Governo, non è quella auspicata dai produttori di ceramica. «La proposta di revisione del sistema ETS offre un miglioramento solo parziale delle allocazioni gratuite e disattende le istanze dei settori più penalizzati, tra cui le piastrelle», scrive ancora Confindustria Ceramica, che ricorda come ben altro approccio era stato richiesto alla Commissione. Già a fine 2025 gli 'European Ceramic Days' avevano portato a Bruxelles gli imprenditori e gli amministratori di casa nostra e a marzo i produttori italiani, attraverso Confindustria Ceramica e Regione

Emilia Romagna, ma anche quelli spagnoli, con Ascer e Generalitat Valenciana, avevano ribadito le proprie rivendicazioni, affiancati dagli europarlamentari Stefano Bonaccini e Letizia Moratti. Sono passati mesi, è cambiato pochissimo, e le preoccupazioni crescono. «L'Associazione – ha scritto ancora Confindustria Ceramica – continuerà a richiedere l'introduzione di un approccio combinato, articolato in un intervento settoriale, per i comparti più penalizzati, incluse le piastrelle di ceramica». Ma la strada resta in salita.

Matteo Richetti: «sugli Ets la ceramica sta pagando per tutti»

**Il senatore sassolese
non fa sconti né al Governo
e nemmeno all'Europa:
«Il conto sta arrivando,
e non per colpa
delle imprese»**

a cura di Roberto Caroli e Daniela D'Angeli



Matteo Richetti

C'era una volta la Ceramicanda che parlava di aziende e prodotti, senza badare troppo a quello che alle aziende e ai prodotti girava intorno. Altri tempi: oggi industria e imprese si interfacciano, inevitabilmente, alla politica e al tanto, troppo, che la politica decide. Un abbraccio mortale, che ha preso forma fin troppo definita negli ultimi anni, quando l'Europa ha varato il 'green deal' facendo del settore ceramico un 'inquinante' del quale liberarsi, e vai a sapere perché. Bersagliandolo con proiettili – gli Ets – in grado di stenderlo, con buona pace degli sforzi fatti dal settore per mettersi al passo, in Italia in primis, in Europa in generale, con obiettivi che lo mettono, in assenza di alternative energetiche praticabili – le piastrelle vanno cotte, lo ricordiamo alla UE, diversamente sono sabbia e terra – fuori dal mercato. E imponendo extracosti insostenibili. 'Hic Rhodus, hic salta', dicevano i latini, ed eccoci,

allora, al cospetto della politica. O meglio di un politico che il distretto ceramico lo conosce bene, perché se oggi è Deputato (e capogruppo) di Azione, ha natali sassolesi, e tra le due sponde del Secchia che chiamiamo distretto è partito per arrivare in Parlamento. Parliamo di **Matteo Richetti**, che non ha dubbi nel dire che «la ceramica, con gli Ets, sta pagando il conto per altri. Abbiamo 'spinto', in Europa, per farlo capire alle istituzioni che 'tirano dritto', trovandoci di fronte interlocutori che sull'altare dell'ideologia sono pronti a sacrificare intere filiere. Anche di eccellenza, come la ceramica»

Siamo pochi, noi del settore ceramico, e a livello di voti pesiamo poco...

«Io ci vedo anche di peggio, ci vedo l'idea che sia l'industria che crea il problema del cambiamento climatico, anche se non è vero. L'industria crea sviluppo, non problemi, ma l'Italia, come altri paesi, non è stata in grado di far capire la circostanza ad un'Europa che sul tema va per conto suo»

Non se ne esce, insomma...

«Non lo so, so che sono anni che le industrie di casa nostra si spendono per far sentire la loro voce, e sono anni che i Governi, questo come i precedenti, fanno spallucce, perché per loro l'Europa è solo una casella elettorale. E so che né la Meloni e nemmeno chi l'ha preceduta a Palazzo Chigi è riuscita a far capire all'Europa che le sue doglianze non sono le lamentele di un'Italia che si lamenta sempre, ma il carro funebre che arriva ad accompagnare interi settori nell'ultimo viaggio. L'auto, la ceramica, l'acciaio... L'Europa non capisce come queste



misure siano insostenibili, e va avanti per la sua strada... Dopo a chi tocca?»

Fa specie che all'allarme degli industriali non si aggiunga quello dei sindacati: in fondo parliamo di settori industriali che l'occupazione la garantiscono eccome...

«Rispondo con una domanda: da quanto tempo è che il sindacato non va in piazza per questioni legate all'industria? Ci va per la Palestina, per i diritti civili. Giusto, ma la tenuta dei settori industriali non è questione che attiene solo agli imprenditori e alle imprese, ma riguarda tutti. E' una sconfitta del Paese, questo sindacato più concentrato sulla politica e sull'ideologia che su questioni, il lavoro in primis, che andrebbero presidiate con ben altra attenzione»

All'Italia manca un sistema in grado di fare pressione, ma non si capisce il perché...

«Vero, e non capisco perché su determinate questioni, un paese come la Spagna riesca a dire la sua su pesca e balneari, o a farne argomento di discussione, mentre l'Italia resta lì»

Quindi?

«Quindi niente... Questo Governo, come altri, sull'industria batte in testa e non riesce a far valere istanze che la loro legittimità l'avrebbero. E, temo, il conto lo pagheremo già in autunno»

Azzardo: finché l'industria ha avuto le mani libere tutto funzionava. Da quando l'industria è diventata una questione anche 'politica' tutto è peggiorato...

«Concordo, ma in parte. Diciamo che finché la questione è stata nazionale ce la siamo cavata, ma nel momento in cui i conti li abbiamo fatti con l'Europa è tutto diventato più difficile. Anche perché l'Italia, oggi, l'Europa la vive male. La considera una questione politica, buona solo quando si vota per le Europee, mentre l'Europa è qualcosa di più»

Di propaganda si muore, dice qualcuno...

«Vero, ma mi piace ricordare che tu, se fai politica per le imprese, è arrivato il momento che faccia quello che Vannacci fa in strada. Riconnettonosi alla realtà, perché il conto sta arrivando, e serve più attenzione, da parte di tutti, a quanto ci sta accadendo intorno».



Rivela nuove prospettive

Superfici che ispirano, spazi che prendono vita

Una visione, la prima intuizione. Le superfici diventano un linguaggio espressivo in cui prospettive e percezioni si intrecciano creando nuove dimensioni. È così che Casalgrande Padana affianca architetti e progettisti nel loro percorso di ideazione, con materiali innovativi e versatili capaci di trasformare ogni ambiente in uno spazio da vivere, esplorare e reinventare.

casalgrandepadana.com



**CASALGRANDE
PADANA**
THE GREEN WAY TO LIVE

Ceramiche e finanza: è finita la 'luna di miele'?

**Lo abbiamo chiesto
ad Edoardo Lanzavecchia,
fondatore
di Alpha Associati**

a cura della redazione



Edoardo Lanzavecchia

La concorrenza estera, le legislazioni nazionali ed europee, i mercati 'asciugati' dalle tensioni geopolitiche, i costi energetici che si impennano e... la finanza. Anche quest'ultima, infatti, sembrerebbe voltare le spalle al settore ceramico, facendo il paio con il sistema bancario, che non sembra più vedere nelle aziende che 'fanno' il distretto asset degni di attenzione. Una nostra impressione? Nel dubbio, ci siamo confrontati con **Edoardo Lanzavecchia**, fondatore di Alpha Associati. Non è la prima volta che ci confrontiamo con lui, che fu già tra gli ospiti dell'edizione 2023 di ALLFORTILES. «Un conto sono le banche – ci ha detto – e un altro la finanza. Io delle prime so poco, e quanto alla finanza è vero che negli ultimi anni di deal importanti non ho notizia. Sulle banche posso solo aggiungere che il settore ceramico, che è ciclico e chiede investimenti importanti, non è mai stato troppo adatto a suscitare interesse nel sistema bancario. Ma è così da sempre»

La finanza, invece?

«Voi giustamente parlate, e vi occupate, di ceramica e a questo, detto che ogni settore ha tuttavia le sue caratteristiche, stiamo. Diciamo che mi doveste chiedere se investirei di nuovo in alcune aziende del settore ceramico, come peraltro ho già fatto, nel 2019, con Laminam, la risposta è sì, anche se...»

Anche se?

«Anche se ci sono, come ben noto, venti contrari. Ma nel settore ceramico ci sono anche diverse aziende in grado di spingersi oltre questi venti contrari, bypassandoli grazie a prodotti di eccellenza, il cui valore è riconosciuto dal mercato. Una cosa, infatti, è la ceramica di base, un'altra la ceramica come pochi sono in grado di farla, che garantisce competitività a diverse aziende anche in presenza di una congiuntura, come questa, non troppo favorevole»

Ragioniamo di alta gamma, insomma...

«Inevitabilmente, e di produzioni all'avanguardia, riconosciute e riconoscibili, che si traducono in prezzi medi sensibilmente più alti della media del settore, che garantiscono alle aziende redditività importanti. Quando penso alle tante operazioni fatte tra fondi e aziende del settore ceramico, ad esempio, non ho difficoltà a dire che sono state determinate anche dalla svolta impressa dall'introduzione delle grandi lastre, un'innovazione molto importante per il settore, e che ha pagato»

Vero: è altrettanto vero, tuttavia, che i costi energetici si sono impennati, e poi c'è l'Ets che, dicono i nostri imprenditori, tolgono loro le possibilità di investire su processi e prodotti, e quindi innovare...

«L'Ets è un prodotto finanziario e come tale è oggetto di trading. Il termine speculazione, che



sento spesso, non mi piace, però, e credo che le transazioni che caratterizzano ogni mercato finanziario portino invece liquidità ai sistemi economici»

Il problema è che gli Ets, alle aziende del settore, la liquidità la tolgono...

«Gli Ets sono comunque parte di un mercato, e il loro costo è solo una parte di un problema più ampio, che il singolo imprenditore non ha tuttavia possibilità di risolvere perché il problema stesso è a monte. Ai ceramisti, a mio avviso, non resta che 'coprirsi' e gestire al meglio le oscillazioni dei mercati. Penso al costo del gas, ad esempio: le responsabilità dell'aumento dei costi energetici non sono certo della ceramica, ma più in generale di un sistema paese che ha sottostimato il problema e adesso paga il conto»

«Ci sono venti contrari che soffiano sul settore ceramico, ma anche aziende che sono in grado, a mio avviso, di bypassarli»

Il settore ceramico deve quindi rassegnarsi a questo difficile contesto...

«Non vorrei sembrare cinico, ma temo proprio di sì. A mio avviso devono continuare a investire e innovare e produrre quanto di meglio possono produrre e mettere sul mercato.

La competizione globale è durissima, ma disporre di un prodotto commodity e lamentarsi del fatto che i concorrenti sono più forti non

è soltanto sbagliato, ma soprattutto inutile»

La chiave, mi pare di capire, è rappresentata quindi da investimenti, innovazione e prodotto, oltre che dalla necessaria

attenzione alle 'coperture' finanziarie. Così diventa un campionato che possono giocare in pochi, però...

«E' vero, ma quale settore, oggi, se vuole essere competitivo, non ha queste caratteristiche?»



SAPIENSTONE

The image shows a close-up of a large, round table with a light brown and beige marbled surface. Two modern ceramic lamps are placed on the table. Each lamp has a square, dark brown ceramic base with a small circular detail on its side. The lampshades are also made of ceramic and have a flared, petal-like top. One lampshade is a warm, yellowish-brown color, and the other is a deep green. Both shades have a glowing, warm light emanating from within. In the background, a window with white curtains and a striped armchair are partially visible.

4D CERAMICS
L'EVOLUZIONE DEL GRES PORCELLANATO
ENTRA IN UNA NUOVA DIMENSIONE,
DOVE IL DESIGN VA OLTRE LA SUPERFICIE
E DIVENTA MATERIA STESSA.

irisceramicagroup.com

A BRAND OF



IRIS
CERAMICA
GROUP

Breccia Rosa 4D

L'improvvisa scomparsa di Daniele Verde, qui aveva trovato l'America

Il fondatore di Verde 1999 si è spento il 2 settembre
Il ricordo del Direttore

a cura di Roberto Caroli



Era prossimo a lasciare definitivamente il settore ceramico Daniele Verde, fondatore dell'azienda fiorense Verde 1999 e titolare da alcuni lustri anche del marchio Ceramiche Campogalliano. Quello in programma nelle prossime settimane doveva essere il suo ultimo Cersaie, e invece lui non ci sarà.

Daniele si è spento in ospedale a Reggio Emilia, dove era ricoverato nel reparto di neurochirurgia per alcuni accertamenti, quando

un improvviso malore lo ha portato via a 72 anni. Lascia la moglie Ellen, da sempre al suo fianco anche dal punto di vista professionale, e i figli Matteo e Michele. Torinese di nascita, Daniele aveva lasciato il Piemonte per trasferirsi a Sassuolo grazie alle piastrelle di ceramica, la sua passione. Ceduta l'azienda nel 2021 al Gruppo Romani, Verde era rimasto con la carica di Amministratore Delegato della sua ex azienda e si apprestava a salutare tutti a



Cersaie. Ci avrebbe tenuto tantissimo perché come amava ricordare spesso «io a Sassuolo e alla ceramica devo moltissimo».

Con il tempo eravamo diventati amici, andavo a trovarlo in azienda dove mi aspettava con il suo inseparabile sigaro, che amava gustare insieme a del buon the caldo, rigorosamente verde, e lì si parlava di tutto: della situazione del mercato, della sua meravigliosa villa a Maiorca, della passione per le auto, della start up Refuel

Solution, da lui pensata insieme a giovani ingegneri dell'Università di Modena per eliminare le emissioni di CO_2 dei motori diesel. Ad aprile venne nei nostri studi televisivi di Veggia per raccontarci gli sviluppi del progetto, ma alla fine ci parlò di piastrelle e lastre, la sua vera passione. Potrei spendere molte parole per descrivere Daniele Verde, ma ne basterà una: era un uomo intelligente.

Ciao Daniele...

Qualità, ricerca, innovazione: FILA Solutions, una storia di successo

a cura della redazione

Il prodotto ceramico è cambiato, i produttori hanno esigenze specifiche cui l'azienda veneta ha risposto adeguando la gamma e allargando gli orizzonti, proponendo soluzioni che oggi ne fanno un partner entrato a pieno titolo in quello che il CEO Francesco Pettenon definisce «il sistema pavimento»



“Ho un grande sogno: far giungere a tanti il nostro nome. Per ottenere questo è necessario che tutto sia fatto bene, con zelo, tenendo conto di ogni piccola cosa”. Questa la frase che accoglie i visitatori presso il Museo FILA. Siamo a San Martino di Lupari, in provincia di Padova: qui, nel 1943, i gemelli Guido e Pietro Pettenon fondarono la ‘Fabbrica Italiana di Lucidi e Affini’, oggi FILA, realtà imprenditoriale tutta italiana che ha scritto una storia di successo.

Cominciata dai lucidi da scarpe utilizzati dall'Esercito durante la guerra, per passare, negli anni '70, ai prodotti specifici per la pulizia a regola d'arte dei pavimenti in cotto, fino ad arrivare all'attuale offerta di soluzioni professionali per la pulizia, il mantenimento e la protezione di tutte le superfici: oltre ottant'anni di storia, tre generazioni, e quella frase che sintetizza una filosofia aziendale che accompagna FILA da sempre. «L'abbiamo scelta perché parla di un sogno che hanno tutti gli imprenditori, quello di creare e far crescere l'azienda. Lo stesso sogno che coltiviamo anche noi, sapendo che per realizzarlo, come diceva mio suocero, tutto deve essere fatto con passione e buona volontà», spiega **Anna Maria Strolego**, Vice Presidente Onorario di FILA Solutions. Oggi l'azienda veneta è una realtà solida e conosciuta, costruita su investimenti importanti «nella consulenza tecnica, formazione e comunicazione. È un insieme di fattori – aggiunge **Beniamino Pettenon**, Presidente Onorario di FILA Solutions – che non prescindono, ovviamente, dalla qualità dei prodotti». Il Museo, questi fattori di successo, li racconta tutti, «ed il passato che c'è in queste stanze – aggiunge – è riferibile anche al presente e al futuro. Perché la cura, l'attenzione, la qualità, sono valori che non hanno tempo». Vero: FILA Solutions nel tempo è cresciuta, si è evoluta nella gamma dei prodotti e nelle soluzioni offerte al mercato, e oggi è un player di riferimento anche per il settore ceramico. «Ci siamo arrivati dopo avere a lungo lavorato sul cotto che si produceva in Toscana, seguendo sempre lo stesso principio: prima si studia il materiale, poi si elaborano le soluzioni migliori.





Ma tutto passa dalla conoscenza dei materiali. Valeva ieri per il cotto toscano, vale oggi per la ceramica». Il prodotto ceramico è cambiato, i produttori hanno esigenze specifiche cui FILA Solutions ha risposto adeguando la gamma, allargando gli orizzonti della propria ricerca, proponendo soluzioni che oggi ne fanno un partner entrato a pieno titolo in quello che **Francesco Pettenon**, CEO di FILA Solutions, definisce «il sistema pavimento». In questa direzione anche la presenza dell'azienda veneta nel distretto ceramico, con una sede a Fiorano Modenese, che sviluppa soluzioni, prodotti e trattamenti in linea per l'industria ceramica, le pietre naturali e gli agglomerati.

«Abbiamo capito – spiega Francesco Pettenon – che per essere forti nel settore ceramico dovevamo essere vicino ai principali produttori. Con la nostra presenza a Fiorano, abbiamo voluto dare un segnale ben preciso: FILA è parte del sistema, parte del distretto ceramico. Il mercato, oggi, chiede risposte efficaci e soprattutto immediate. Essere nel distretto garantisce proprio questa immediatezza e ci permette, al contempo, di sviluppare relazioni e sinergie che ci portano a contatto con la tecnologia di processo e ci permettono di conoscere in maniera approfondita i materiali sui quali siamo chiamati a lavorare, adeguando le soluzioni che proponiamo alla loro evoluzione».

L'innovazione Colorobbia a Cersaie e Tecna

Una visione che abbraccia l'intero processo ceramico

a cura della redazione



A Cersaie 2026 Colorobbia propone una visione dell'innovazione che supera il concetto di singolo prodotto per abbracciare l'intero processo ceramico. Dalla ricerca sui materiali allo sviluppo delle tecnologie applicative, fino all'ottimizzazione della produzione, l'obiettivo è offrire ai pro-

**Una strategia fondata
sull'integrazione tra materiali,
tecnologie e processo produttivo**

duttori strumenti concreti per affrontare un mercato sempre più orientato verso qualità, efficienza e sostenibilità.

Questa filosofia nasce dall'attività dei **centri tecnologici di Fiorano**

Modenese e Villafamés, dove competenze scientifiche e sperimentazione si traducono

in soluzioni immediatamente applicabili all'industria. Lo stand riflette questo approccio con un allestimento essenziale, nel quale superfici e applicazioni raccontano il percorso di ricerca senza ricorrere a effetti scenografici, lasciando che siano i materiali a parlare.

Tra i temi più attuali emerge l'evoluzione della decorazione digitale. Con **COLORED GRAFFITI**, Colorobbia propone una tecnologia che integra perfettamente grafica e rilievo, consentendo di realizzare superfici tridimensionali dall'elevato realismo e ampliando le possibilità di personalizzazione estetica.

Accanto alla ricerca decorativa prosegue il lavoro dedicato alla sostenibilità dei processi. La gamma di **smalti digitali HYBRID**, con la nuova serie **AURA**, conferma l'investimento nelle tecnologie a base acqua, capaci di coniugare qualità applicativa, flessibilità produttiva

Accanto alla ricerca decorativa prosegue il lavoro dedicato alla sostenibilità

e riduzione dell'impatto ambientale, garantendo al tempo stesso elevate prestazioni industriali.

L'attenzione si estende anche alle caratteristiche funzionali delle superfici. **MICROTECH** risponde alla crescente richiesta di materiali tecnici con una soluzione che abbina proprietà antiscivolo, comfort tattile e qualità estetica, mentre **THERMA** apre nuove prospettive nel settore dei countertop ceramici con induzione integrata, grazie a una formulazione studiata per resistere agli stress termici dell'utilizzo quotidiano.

La presenza contemporanea a TECNA completa il quadro, valorizzando la collaborazione con i principali costruttori di impianti e confermando una strategia fondata sull'integrazione tra materiali, tecnologie e processo produttivo. Un approccio che identifica Colorobbia non solo come fornitore di materiali, ma come partner nello sviluppo dell'innovazione per l'industria ceramica.



Cercol, nuovo look, stessa affidabilità di sempre

Verrà presentata in occasione
dell'edizione 2026 di Cersaie
l'ambiziosa operazione
di rebranding della storica
azienda sassolese



a cura della redazione

Un primo appuntamento a primavera, nella suggestiva cornice di 'Ruote da sogno', per presentare il nuovo look di Cercol. Un secondo al Cersaie, quando la storica azienda sassolese darà dimensione compiuta ad un rebranding che guarda al futuro senza rinunciare a far tesoro di quasi mezzo secolo di storia che ne fa un'azienda leader nel campo della chimica e degli adesivi per l'edilizia. Fondata nel 1977, Cercol ha scelto di ripensare se stessa, raccogliendo le sfide del mercato, con un'ambiziosa operazione. Un nuovo logo, nuovi strumenti di comunicazione,

un approccio innovativo «che muove dalla nostra storia, patrimonio da preservare, per trovare un modo nuovo che la racconti, rimanendo fedele alla propria identità». **Alessandro Turini**, Amministratore Delegato dell'azienda sassolese, spiega il rebranding «come un'evoluzione: il mercato cambia, cambiano le aspettative degli interlocutori e il modo in cui le aziende devono comunicare il proprio valore». In questo senso il rebranding, aggiunge Turini, «rappresenta un adeguamento al mercato, non una rottura con la nostra identità. Non cambiano

gli interlocutori, cambia il modo in cui scegliamo di dialogare con loro: abbiamo voluto rendere più chiaro ciò che la nostra azienda rappresenta. Dietro alla nuova immagine aziendale c'è un lavoro che ha coinvolto il modo di presentare la gamma, il linguaggio tecnico, il supporto ai clienti e l'approccio al mercato». Semplificare la comunicazione senza banalizzare la competenza tecnica, essere immediatamente riconoscibili e al contempo facilmente comprensibili sono solo alcuni degli obiettivi di un'operazione che ha coinvolto tutti i collaboratori dell'azienda lungo un percorso che dà continuità a quasi mezzo secolo di storia. «In Cercol – spiega ancora Turini – ci sono persone che conoscono il mercato, le aziende, il settore: il rebranding è stata un'occasione anche per guardare criticamente alla nostra offerta e individuare ciò che può essere migliorato per rendere il sistema sempre più completo e coerente. Non sarebbe giusto affermare che il rebranding coincide automaticamente con una rivoluzione della gamma o con l'introduzione di prodotti innovativi in ogni categoria. Per noi ha significato soprattutto analizzare ciò che il mercato richiede oggi, capire come rafforzare la nostra proposta e valorizzare al meglio quei prodotti che nel tempo hanno dimostrato la loro affidabilità». Il patrimonio di credibilità che Cercol ha costruito negli anni, del resto, «non si basa sugli slogan, ma sul lavoro quotidiano sul campo, capitalizzando la ricerca su processi e prodotti e il valore, insostituibile, del fattore umano. E' giusto parlare di innovazione, sostenibilità, digitalizzazione e performance, ma alla base di ogni progetto, trattativa o collaborazione ci sono sempre rapporti umani fondati sulla fiducia e sul rispetto reciproco. La nostra natura – prosegue Turini – resta profondamente tecnica, ma questo non significa parlare soltanto agli addetti ai lavori. Chi produce superfici può contare sulla forza visiva del prodotto, chi, come Cercol, produce adesivi, impermeabilizzanti, sottofondi o sigillanti lavora invece su componenti che, quando svolgono bene il loro compito, rimangono invisibili. Produciamo soluzioni che, quando funzionano bene, nessuno vede, ed è proprio questa la sfida: valorizzare ciò che rimane nascosto ma che determina il successo dell'intero sistema».





We shape emotions

Gres porcellanato
per i tuoi
percorsi progettuali

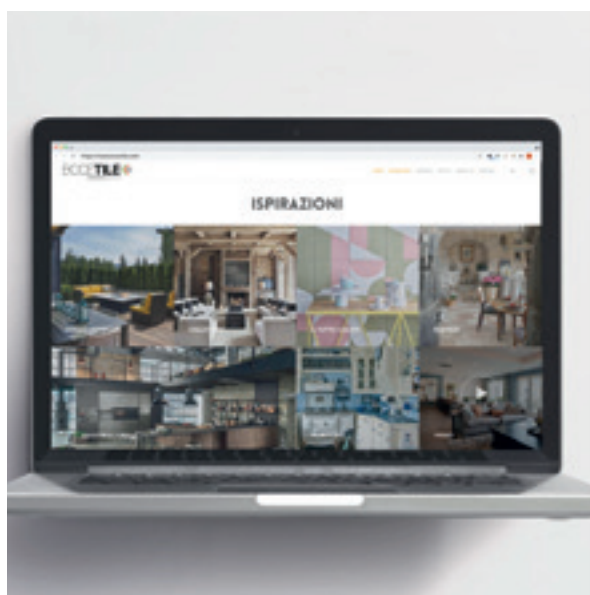


REFIN
CERAMICHE

Cinque anni: Eccetile si consolida

a cura della redazione

**Il nostro portale venne
presentato in occasione
dell'edizione 2021
del Cersaie:
una scommessa vinta**



Sembra ieri, e invece sono già passati cinque anni. L'edizione 2021 del Cersaie teneva infatti a battesimo ECCETILE, il portale che Ceramicanda scelse di dedicare alle superfici ceramiche, aggiungendo un ulteriore asset al proprio palinsesto comunicativo. «L'uomo ha scelto la ceramica quale compagna di viaggio già dalla notte dei tempi», scriveva Roberto Caroli, fondatore e Direttore di Ceramicanda, presentando il nuovo portale, aggiungendo come questo nuovo strumento si proponesse di «rendere omaggio a questo straordinario materiale nelle sue declinazioni più moderne». Ebbene, cinque anni sono un arco temporale sufficiente per tracciare un primo bilancio, al quale non ci sottraiamo per dire che ECCETILE

rappresenta un'altra scommessa vinta per Ceramicanda, in grado di inserirsi a pieno titolo tra gli strumenti di comunicazione che hanno aiutato Ceramicanda, in questi 30 anni, a crescere. E a cambiare, migliorandosi, anche introducendo ulteriori modalità nella narrazione del settore ceramico che struttura, da metà degli anni Novanta, il palinsesto del Gruppo editoriale fondato e diretto da Roberto Caroli. Voleva essere un racconto per immagini, una sorta di vetrina virtuale, ECCETILE, ed è diventata anche altro. Vi trovano spazio, oggi, collezioni ma non solo: l'idea era quella di offrire una narrazione inedita e oggi possiamo dire di aver raggiunto l'obiettivo. «ECCETILE – scriveva ancora Caroli – è la naturale evoluzione della ceramica made in Italy, il portale dedicato alle ispirazioni, alle ultime collezioni, agli ambienti, agli effetti, ai formati, ai materiali, alla posa e alle soluzioni». Ebbene, quattro anni dopo il 'nostro' portale ha tenuto fede alla sua mission, ovvero elaborare un linguaggio nuovo restando saldamente ancorato, tuttavia, a quel mood che ha consolidato il successo di Ceramicanda. Diversificando da una parte, dall'altra andando oltre il racconto anche grazie alla collaborazione dei tanti che stanno contribuendo alla crescita di ECCETILE. 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 e alla sua evoluzione tecnica ed estetica.

ECCE TILE

OCEAN di MOMA GROUP

a cura della redazione





La collezione Ocean esalta l'arte della riproduzione della pietra naturale, ricreandone fedelmente le caratteristiche autentiche. È disponibile in quattro colori, caratterizzati da marcate variazioni cromatiche e da una superficie leggermente mossa, che conferisce

al prodotto eleganza e originalità. Il progetto comprende i formati 15×15 cm, 30×60 cm e il mosaico 30×30 cm, ideali per rivestimenti versatili. Perfetta anche per spazi esterni e piscine, Ocean dona unicità e stile a ogni ambiente.



GEMMASTONE by ERGON

a cura della redazione



Una collezione ceramica ispirata alla shellstone, pietra sedimentaria di origine marina che custodisce al suo interno frammenti fossili e marmi inclusi nel corso di millenni. Pensate per dialogare tra loro, le due superfici della collezione offrono infinite possibilità compositive, tra accento e continuità, tra carattere e

sobrietà. GemmaStone propone una palette di toni neutri e naturali, ispirati alle sfumature minerali: dal beige caldo al grigio chiaro e antracite, fino al crema. Il Decoro Onde, disponibile per la variante Gemma Fine, introduce una componente dinamica alla collezione: un motivo ondulato, dove le curvature passano





gradualmente da grandi a piccole. Pensato per un montaggio continuo, il decoro consente una posa senza interruzioni: la fuga si perde all'interno della composizione, creando un effetto visivo fluido, materico, perfettamente integrato con l'ambiente. La finitura Lappato Antique, dedicata alla linea Gemma Giant

nei formati 120×120 e 60×120, nelle tonalità Sale e Sabbia, mette in risalto il contrasto tra fondo e inclusioni. I ciottoli levigati risultano più lisci e luminosi emergendo visivamente dalla superficie, mentre il fondo mantiene un leggero rilievo, creando una percezione di tridimensionalità sofisticata e naturale.



BRUNACCI
& PARTNERS

From good ideas to good business

**INSIEME
PORTIAMO LE TUE
IDEE AL TRAGUARDO**

Dalla strategia alla tutela,
accompagniamo le imprese
nel proteggere ciò che crea valore.

www.brunacci.eu

European Patent & Trademark Attorneys

MODENA • MILANO • PERUGIA • TRENTO • PADOVA

Panariagroup completa il percorso

L'apporto di capitale da parte della proprietà, l'intesa con il sistema bancario e il rafforzamento della governance accompagnano una nuova fase del Gruppo

a cura della redazione



L'annuncio è arrivato alla fine di giugno, in certa misura atteso visto che da tempo i 'si dice' andavano in quella direzione. 'Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. annuncia il completamento del percorso di rafforzamento della propria struttura finanziaria e patrimoniale', si legge sulla nota con la quale l'azienda si lascia alle spalle una transizione oltremodo complicata. Il Gruppo conta circa 1.600 dipendenti, oltre 10mila clienti professionali, 7 stabilimenti produttivi (tre in Italia, 3 in Portogallo e uno negli USA) e, con un fatturato 2025 che supera i 400 milioni di euro, è un player di riferimento del settore ceramico. L'operazione si fonda sull'apporto di capitale da parte della proprietà e sugli accordi raggiunti con gli istituti di credito, elementi che confermano la fiducia nelle prospettive industriali del Gruppo e nella strategia delineata dal piano industriale che detta la linea per il rilancio di Panariagroup. 'Il perfezionamento degli accordi segna la conclusione positiva del percorso di composizione negoziata avviato dalla Società e consente a Panariagroup di affrontare con rinnova-

ta solidità la prossima fase di sviluppo'. L'azienda, a dicembre, aveva avviato la procedura di composizione negoziata a seguito di una esposizione debitoria che imponeva una svolta e, trovata una soluzione, conferma da una parte la proprietà (Marco Mussini mantiene la Presidenza) che 'assicura al Gruppo, continuità strategica e industriale' e dall'altra, nel congedare Giuliano Pini, ringraziandolo 'per il contributo professionale offerto', annuncia la nomina di Marco Bellora quale nuovo Amministratore Delegato. 'Panariagroup avvia così una fase di evoluzione manageriale attraverso il rafforzamento della governance', si legge ancora. Il piano industriale punta alla valorizzazione e al rafforzamento degli asset strategici del Gruppo: dagli stabilimenti produttivi alle Business Unit internazionali, fino ai brand - Panaria Ceramica, Lea Ceramiche, Cotto d'Este e Maxa quelli italiani; Margres, Love Tiles e Gresart i portoghesi; l'americano Florida Tile e Bellissimo, il brand indiano - che rappresentano da decenni un punto di riferimento dell'eccellenza ceramica italiana nel mondo.



Proseguono, in Florim Gallery gli 'Incontri della salute'

a cura della redazione

Proseguono e consolidano il loro successo gli 'Incontri della salute', gli spazi di riflessione e approfondimento sui temi del benessere, della prevenzione e della qualità della vita promossi da Florim. Il secondo appuntamento del calendario 2026 si è occupato del 'potere del movimento' sottoponendo al panel di esperti che si sono confrontati sul tema l'importanza di adottare buone pratiche tese a tutelare la propria salute anche attraverso gesti all'apparenza banali ma i cui effetti sono ragguardevoli. A confrontarsi sull'argomento medici specializzati nello studio del movimento umano, i cui interventi sono stati moderati dalla Dottoressa Marcella Camellini, Coordinatore scientifico delle attività formative presso il Centro Salute e Formazione, Medico dell'U.O. di Cardiologia Ospedale di Sassuolo S.p.A. «La scienza è chiara: camminare regolarmente aiuta il cuore, migliora la circolazione, contribuisce a mantenere sotto controllo peso e glicemia e riduce il rischio di molte malattie croniche.

**L'ultimo appuntamento
sul tema 'Il potere
del movimento':
esperti a confronto
sui benefici scientifici
del camminare
e delle pause attive**

Bastano – ha detto Camellini – circa 7.000 passi al giorno per ottenere benefici significativi, mentre l'Organizzazione Mondiale della Sanità raccomanda almeno 150 minuti di attività fisica moderata a settimana». Il movimento quotidiano rappresenta uno degli strumenti più efficaci e accessibili per la tutela della salute: numerose evidenze scientifiche dimostrano infatti come integrare il movimento nella routine quotidiana non richieda performance sportive, ma costanza e consapevolezza: piccoli gesti, ripetuti nel tempo, possono generare benefici concreti e duraturi sulla qualità della vita. Il messaggio che ha guidato l'evento si esprime in un invito chiaro e universale: incrementare il movimento può generare un impatto significativo e duraturo sulla salute e sul benessere. Concetto espresso anche, nel corso del suo intervento, dal Dottor Gustavo Savino, Direttore U.O.C. Medicina dello sport, AUSL Modena. «L'attività motoria deve diventare parte di uno stile di vita, previene e cura patologie, è gratuita, non ha effetti colla-

Uno spazio di riflessione e approfondimento sui temi del benessere

Promossi da Florim, gli 'Incontri della salute' si configurano come un qualificato e autorevole spazio di riflessione e approfondimento sui temi del benessere, della prevenzione e della qualità della vita. Attraverso il contributo di professionisti di riconosciuta competenza, gli incontri favoriscono un dialogo costruttivo e la

diffusione di contenuti scientifici. Dal 2014 sono stati realizzati oltre 50 appuntamenti dedicati a diverse tematiche, consolidando nel tempo un percorso di valore testimone dell'impegno di Florim nei confronti delle persone e del territorio, nel segno della partecipazione, della responsabilità e della cura della comunità.





terali se praticata nel modo giusto, possiamo considerarla quindi un farmaco perfetto». Non solo teoria, tuttavia: durante l'evento sono infatti state anche presentate strategie pratiche e accessibili per integrare il movimento nella routine quotidiana, con particolare attenzione all'esercizio adattato, cioè calibrato sulle esigenze e capacità di ciascuno, mentre l'Incontro si è concluso con dimostrazioni pratiche e momenti di approfondimento, per offrire strumenti concreti da applicare subito, sia nella vita privata sia

in ambito lavorativo. «I vantaggi del movimento non sono solo fisici, anche brevi pause attive durante la giornata aiutano a ridurre stress e affaticamento mentale, migliorano concentrazione e produttività favorendo un clima di lavoro più positivo», hanno evidenziato invece le Dottoresse Laura Bernaroli e Cecilia Zurlo, Chinesiologhe AMPA dell'U.O.C. Medicina dello sport, AUSL Modena, ponendo all'attenzione della platea la stretta correlazione tra salute fisica e mentale.



L'evoluzione della forma. La certezza della tenuta.

Nuovo look, stessa affidabilità di sempre.
 Scopri la gamma completa su cercol.com



**LA CERCOL CHE CONOSCI
 OGGI LA TROVI COSÌ**

MARCA CORONA PER L'ARTE: MARINELLA SENATORE PER LA QUINTA EDIZIONE

L'iniziativa coinvolge i dipendenti dell'azienda e il territorio con workshop, la realizzazione di un'opera collettiva e percorsi espositivi

Sarà Marinella Senatore a guidare la quinta edizione di Marca Corona per l'Arte, il progetto di arte partecipativa promosso da Ceramiche Marca Corona. L'iniziativa coinvolge i dipendenti dell'azienda e il territorio attraverso workshop, la realizzazione di un'opera collettiva e tre percorsi espositivi. Senatore, nominata nel 2026 'Artista dell'Anno' dalla Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea di Roma, da oltre 20 anni si occupa di arte collettiva e partecipativa. Il progetto Marca Corona per l'Arte, quest'anno curato da Mariacristina Ferraioli e sviluppato in collaborazione con R&P Contemporary Art, ha preso il via in primavera con un workshop aperto a tutti i dipendenti di Marca Corona. Grazie a questo percorso ha preso forma 'Materia Comune', che sarà presentato nell'ambito dell'omonima mostra, a cura di Mariacristina Ferraioli, in programma dal 9 ottobre al 4 dicembre 2026 a Sassuolo, nel museo d'impresa Galleria Marca Corona e negli spazi aziendali. A febbraio il progetto arriverà a Bologna in occasione di ART CITY e Arte Fiera, per poi tornare a Sassuolo, grazie alla collaborazione con Gallerie Estensi, per l'ultima tappa espositiva in programma a Palazzo Ducale nell'autunno del 2027.



FLORIM PUBBLICA LA 18ª DICHIARAZIONE DI SOSTENIBILITÀ

Gli investimenti degli ultimi cinque anni superano i 300 milioni di euro, 37 dei quali nel solo 2025, si amplia la presenza internazionale



FLORIM presenta la 18ª edizione della propria Dichiarazione di Sostenibilità, un impegno pionieristico avviato nel 2008 e che prosegue con l'allineamento ai principi ESRS, intrapreso lo scorso anno, per adeguarsi alla Corporate Sustainability Reporting Directive. Nel 2025 FLORIM ha consolidato la propria strategia di crescita sostenibile attraverso investimenti industriali, innovazione tecnologica e rafforzamento della presenza internazionale: tra gli interventi più significativi il completamento del rinnovo del Plant 1 di Fiorano Modenese, il nuovo concept espositivo della FLORIM Gallery e l'ampliamento degli impianti fotovoltaici e l'introduzione di una batteria di accumulo BESS da 5 MWh. Sul fronte internazionale, il Gruppo ha rafforzato la propria presenza nelle principali capitali del design con nuove aperture a Los Angeles e Seul, oltre all'ampliamento dello spazio di Roma per un totale di 11 Florim Flagship Store nel mondo. Dal 2011 FLORIM ha investito circa 78 milioni di euro in progetti legati alla sostenibilità, di cui circa 4 milioni nel 2025. Importanti risultati anche sul fronte dell'economia circolare con un progetto sviluppato in collaborazione con il distretto della ceramica sanitaria di Civita Castellana. Proseguono anche le iniziative in ambito sociale attraverso le attività della Fondazione Ing. Giovanni Lucchese, i progetti dedicati alla salute e alla prevenzione rivolti al territorio e le numerose iniziative pensate per i dipendenti e le loro famiglie, tra eventi dedicati, welfare e momenti di condivisione.

ITALCER SOSTIENE IL PROGETTO DI PARTENARIATO EDUCATIVO TERRITORIALE DI FONDAZIONE ENNIO DORIS E UNIMORE

Un modello educativo integrato che combina borse di studio, formazione e orientamento per studenti meritevoli



Fondazione Ennio Doris avvia un nuovo progetto di borse di studio e mentorship sul territorio, con il sostegno di Gruppo Italcerc e in collaborazione con l'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia. L'iniziativa nasce all'interno del programma "Community & Mentorship" promosso dalla Fondazione Ennio Doris, ente del Terzo Settore nato nel 2022, con l'obiettivo di valorizzare il talento e favorire la mobilità sociale, e mira a sviluppare e diffondere un modello educativo integrato che combina borse di studio, formazione e orientamento per studenti meritevoli. L'idea nasce dalla volontà di

rendere questo modello sostenibile e scalabile nel tempo, mantenendo al contempo una forte dimensione di prossimità e accompagnamento degli studenti, resa possibile dal coinvolgimento diretto di università, imprese e attori del territorio. Il modello propone la collaborazione tra mondo non profit, impresa e università: Fondazione Ennio Doris ideatore, promotore e garante del percorso formativo, Italcerc Group partner sostenitore, a supporto dello sviluppo dell'iniziativa e del rafforzamento delle competenze in linea con le esigenze del mondo del lavoro, UNIMORE come partner accademico per la selezione degli studenti e la valorizzazione del loro percorso di studi. Il progetto prevede l'assegnazione di borse di studio secondo criteri di merito e reddito, e il loro inserimento in un percorso triennale di mentorship, realizzato e gestito sul territorio con il supporto di Italcerc Group.



SPALLANZANI
LINEA & LEGNO
SOLUZIONI ESPOSITIVE

ENERGIA GREEN

Realizziamo prodotti unicamente con energie rinnovabili, riducendo al minimo l'impatto sull'ambiente.

RISPARMIO SULL'IMPATTO AMBIENTALE ANNUO EQUIVALENTE A:

GAS SERRA	CARBONIO
CO ₂ Biosido di carbonio 649.920,00 kg	649,92 tonnellate
NO _x Monossido di azoto 102,74 kg	56,10 ettari
SO ₂ Anidride solforosa 66,32 kg	

SERVIZI

ESPOSITORI IN LEGNO
ESPOSITORI IN CARTOTECNICA
PANNELLI BORDATI
TRUCIOLARI, NOBILITATI
MDF
SINOTTICI
FOREX
PVC
PROGETTAZIONE
GRAFICA & DESIGN
STAMPA

WWW.SPALLANZANI.COM



NUOVE PROPOSTE ESPOSITIVE CON MATERIALI RICICLABILI



Precision,
shown
in colour.



C O L O U R I N N O V A T I O N I N D U S T R Y

www.incolours.it

inco

Il lusso italiano guarda all'Atlantico

a cura della redazione

**LA FABBRICA AVA,
brand di alta gamma
di ITALCER Group, protagonista
di un ambizioso progetto
con il brand Tonino Lamborghini**



A Balneário Camboriú, il **Tonino Lamborghini Residences** interpreta un nuovo modo di vivere il lusso attraverso architettura, design e materiali d'eccellenza. Tra i protagonisti del progetto **LA FABBRICA AVA**, brand di alta gamma di **ITALCER Group**, con superfici ceramiche sviluppate e personalizzate per il residence.

Nel cuore di Balneário Camboriú, una delle destinazioni più esclusive del Brasile, il design italiano incontra l'architettura contemporanea nel Tonino Lamborghini Residences Balneario Camboriú, prestigioso progetto residenziale affacciato sull'Atlantico. Situata a Barra Sul, a pochi passi dal mare, la torre si sviluppa su 53 piani per circa 170 metri di altezza e ospita 67 residenze, con superfici comprese tra circa 194 e 429 metri quadrati. A queste si aggiungono circa 2.500 metri quadrati di amenities, dedicate al benessere, al relax e alla convivialità. In un progetto nel quale ogni dettaglio contribuisce a definire l'esperienza abitativa, un ruolo di primo piano è affidato a LA FABBRICA AVA che ha portato nel residence la cultura italiana della materia, la ricerca estetica e il know-how tecnologico che ne caratterizzano la produzione ceramica.

SUPERFICI SU MISURA PER IL PROGETTO

Per il Tonino Lamborghini Residences Balneario Camboriú sono state sviluppate superfici dedicate e personalizzate, brandizzate Tonino Lamborghini e pensate per rispondere alle diverse esigenze dell'architettura e dell'interior design. Dai piccoli ai grandi formati, dalle pavimentazioni ai rivestimenti, la proposta alterna diverse interpretazioni materiche, con effetti legno e pietra utilizzati sia negli ambienti interni sia negli spazi esterni. Le superfici ispirate all'online invece diventano protagoniste nella SPA, dove il rivestimento assume una forte valenza scenografica e contribuisce a creare un'atmosfera sofisticata e contemporanea.

MADE IN ITALY, DESIGN E INNOVAZIONE

La riconoscibilità di Tonino Lamborghini, l'esperienza costruttiva di EMBRAED e la cultura della superficie ceramica di LA FABBRICA AVA con-





vergono così in un progetto nel quale il Made in Italy diventa parte integrante dell'esperienza abitativa. Un intervento internazionale che racconta anche la capacità di ITALCER Group e dei suoi brand di portare ricerca estetica, innovazione e competenza tecnologica nei progetti più prestigiosi, trasformando la superficie

ceramica da semplice elemento funzionale a vera e propria firma progettuale. Affacciato sull'Atlantico, il Tonino Lamborghini Residences Balneario Camboriù dimostra così come, nel nuovo lusso, l'esclusività nasca anche dalla cura del dettaglio e dalla capacità dei materiali di contribuire all'identità degli spazi.

Mapesilent Roll | Mapesonic CR

SOLUZIONI
PER L'ISOLAMENTO ACUSTICO



Mapesilent Roll e **Mapesonic CR** sono la scelta giusta per un isolamento acustico di qualità. Pensati per nuove costruzioni e ristrutturazioni, sono semplici da posare, certificati e compatibili con ogni tipo di pavimento, garantendo comfort e silenzio in ogni ambiente.

È TUTTO OK,
CON **MAPEI**

Scopri di più su mapei.it



Infinity Surface a Washington DC: Remmel Grande Residence

a cura della redazione

**Tra memoria
Art Déco,
riferimenti
veneziani
e superfici
contemporanee**



All'interno di un edificio Art Déco del 1923 nel nord-ovest di Washington DC, il progetto Remmel Grande Residence interviene su una cucina di dimensioni contenute trasformandola in un ambiente domestico preciso, stratificato e funzionale. L'intervento

parte dalle qualità già presenti nello spazio - i soffitti alti, le ampie finestre, la luce naturale e il pavimento originale in terrazzo veneziano - per costruire una nuova grammatica architettonica capace di tenere insieme memoria, colore e uso quotidiano.



L'intervento assume gli elementi esistenti come punto di partenza, trasformando vincoli tecnici e qualità spaziali in scelte progettuali. Al centro della stanza, una tubazione verticale a servizio dell'intero edificio rappresentava inizialmente un vincolo tecnico rilevante. Invece di nascerla, l'intervento la integra in una cornice architettonica aperta sulla cucina, trasformandola in un segno spaziale. La palette cromatica nasce dal dialogo tra i materiali con la sensibilità veneziana evocata dall'opera di Carlo Scarpa. Le superfici Infinity Surfaces Terrazzo White MA01 definiscono il piano di

lavoro e il backsplash, creando un raccordo visivo con il pavimento originale in terrazzo veneziano. La scelta del gres porcellanato consente di mantenere un riferimento materico al contesto storico, introducendo al tempo stesso una superficie tecnica adatta all'uso intensivo della cucina. Il bianco effetto terrazzo lavora in equilibrio con il rosso veneziano della falegnameria: ne deriva una composizione cromatica controllata, in cui ogni colore corrisponde a una funzione spaziale. Allo stesso tempo, però, nella cucina sono garantite le prestazioni richieste da un ambiente di uso quo-





tidiano: resistenza, igiene, facilità di manutenzione e durabilità. Il risultato è uno spazio di forte precisione architettonica. Vincoli tecnici, riferimenti storici e materiali contemporanei non vengono trattati come elementi separati, ma come parti di un unico sistema progettuale. Remmel Grande Residence dimostra come anche un intervento contenuto possa produrre un ambiente denso, misurato e riconoscibile, in cui la funzionalità non rinuncia alla profondità culturale del progetto.

Progetto Remmel Grande Residence

Tipologia Ristrutturazione cucina
in appartamento Art Déco

Location Washington DC, USA

Edificio Art Déco, 1923

Studio di architettura j.y. lee architects

Progettazione Innately Italy

Fotografia Todd Connel

Superfici Infinity Surfaces

Prodotto Terrazzo White MA01

Applicazione Piano cucina e backsplash

Grazie per averci scelto

	pag.
ATLAS CONCORDE	14
BRUNACCI	38
CASALGRANDE PADANA	20
CERCOL	30-31-42
COLOROBIA	28-29
EDI.CER.	6
FILA SOLUTIONS	9-26-27
FLORIM	13-40-41
INCO	45
IRIS CERAMICA GROUP	23
ITALCER GROUP	5-46-47
MAPEI	48
MARAZZI GROUP	53
MIRAGE	49-50-51
NOVABELL	10
REFIN CERAMICHE	32
SPALLANZANI	44



Wall: Lume, Pietra di Sicilia, Terramater
Floor: Lume, Pietra di Sicilia
Furnishings and Tables: Lume, Pietra di Sicilia

MARAZZI

Human Design since 1935

Un'eredità di innovazione, maestria artigianale e design senza tempo: da oltre novant'anni progettiamo ceramiche in cui tecnica e innovazione sono al servizio delle persone. Perché il vero design nasce sempre attorno alle emozioni di chi lo vive.
marazzi.it

