M
m1abrasivi.it

Impronte digitali

AI e sicurezza: chi mette i freni e chi tiene il volante

Servono regole serie, ma anche che qualcuno controlli le regole

pagina 19





Il personaggio

Claudio Descalzi «con l'energia non si scherza»

Secondo l'AD di ENI «sull'energia l'Europa sta sbagliando tutto»

pagina 5

M
m1abrasivi.it

il Dstretto 353
by Ceramicanda
Il giornale di tendenza che non grava sulle casse dello stato
anno 17 numero 353 • **10 Ottobre 2026** • ~~euro 1,00~~



Vale più la poltrona dei posti di lavoro

Di Roberto Caroli

La puntata politica di Ceramicanda realizzata nella giornata di apertura della quarantatreesima edizione di Cersaie ha fatto registrare un elevatissimo numero di visualizzazioni online, alle quali vanno sommati i dati settimanali di ascolto delle tv regionali che per la nostra rubrica si aggirano intorno ai centomila contatti. Questo da un lato sorprende, alla luce del disinteresse generale verso la politica, dall'altro confermerebbe l'avvenuta presa di coscienza della gravità del momento, nonché delle sue cause, da parte di chiunque abbia a cuore il settore ceramico. Parlare e dibattere di mandato imperativo e di scendere in piazza a difesa delle piastrelle significa puntare il dito contro chi ci rappresenta e il modo con cui lo sta facendo, che non corrisponde, visti i risultati, al mandato ricevuto da noi elettori. E questo cozzerebbe con i principi che sono alla base di una democrazia.

segue a pag. 3

DSTRISCIO

Il distretto ceramico sotto assedio

TG ALL FOR TILES

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

Download on the App Store
GET IT ON Google Play



pagine 2 - 5

BAR DELLE VERGINI

Che pesantezza i mezzi pesanti



Al Bar delle Vergini si parla della mancanza di camionisti… Mancano all'appello 20mila autisti di mezzi pesanti, l'età media di quelli al lavoro è 47 anni e solo il 5% ha meno di 25 anni… Qualche aiuto arriva dagli stranieri: quasi 1 camionista su 10 non è comunitario. La proposta geniale arriva da Salvini: facciamo guidare i camionisti fino a 70 anni! Se così sarà suggeriamo alle ceramiche di dotare i piazzali di farmacie e punti di assistenza medica, non si sa mai… Altrimenti rassegniamoci a spedire le palette con chiatte sul Secchia, tanto visto l'andamento del mercato basta anche la poca acqua che c'è!

IL DEBITO PUBBLICO ITALIANO OGGI	€ 3.204.776.051.278
IL DEBITO PUBBLICO PER CITTADINO	€ 48.409,81

Ds ceramico

L'evento/1

Con la 43ª edizione Cersaie conferma la sua centralità: «una fiera solida»

L'evento/2

A TECNA 2026, per sostenere la ripartenza del settore

Reportage

Da Bologna a Rimini: voci e volti, uomini e aziende, novità di prodotto e processo

pagine 6-17

Almanacco

Allarme-truffe: si moltiplicano i 'finti carabinieri'. Ma poi arrivano quelli 'veri'…

pagina 18

Il Dspetto

Il *bello* del bollo: quanto risparmiato lo spenderemo, a occhio, in gasolio e in benzina

pagina 19



Programmi d'abbonamenti anno XVII, n° 353 di Ottobre 2026 del bisettimanale "Il Dstretto" - Poste Italiane Spa Spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003 (conv. in L- 27/02/2004 n.46) art.1 comma 1 - aut. N° 080032 del 28/05/2008 - LO - CR

«Stanchi di promesse non mantenute»
Imprenditori e politica ai ferri corti

Il convegno inaugurale del Cersaie è stata l'ennesima occasione di misurare la distanza tra la politica e il mondo delle imprese. «Sarebbe ora di smettere di dire senza fare». E al nostro direttore, che nel numero scorso incitava alla protesta di piazza da parte dell'intero settore, in tanti rispondono 'perché no?'



Si gira sempre lì attorno, da un po' di tempo a questa parte. Alla politica, o meglio alle politiche, nazionali e soprattutto europee, che penalizzano un settore ceramico che al Cersaie ha celebrato sè stesso, la sua capacità di creare valore e occupazione, di garantire prosperità ai territori, ma si è trovato ancora una volta a fare i conti con il mondo che cambia. E non in meglio. Il nostro Direttore, Roberto Caroli, ha lanciato nell'editoriale apparso sullo scorso numero una provocazione, scrivendo che al distretto ceramico, per farsi sentire, a questo punto 'non resta che la piazza'. Ovvero una protesta vera, che rivendichi le istanze della ceramica italiana, stretta tra l'incudine di una contingenza scritta da un raffreddamento della domanda e il martello di politiche che invece che sostenere, penalizzano. Si parte da qui, da una politica sempre più lontana, che promette e non mantiene «quando invece – dice **Alessandra Salvarani**, vicepresidente di Gresmalt – i programmi andrebbero condivisi con l'elettorato, e realizzati, o almeno perseguiti». Leggerete nelle pagine successive quanto Claudio Descalzi, AD di Eni, dice degli ETS («una farsa, che diventa una cosa molto seria perchè sta uccidendo le imprese») mentre qui stiamo agli imprenditori e ai rappresentanti delle istituzioni. Che condividono una posizione sintetizzata con efficacia dal CEO di Lamінan **Alberto Selmi**: «E' il momento – ha detto ai nostri microfoni – di serrare i ranghi e chiedere con forza che in Italia ed in Europa si possa fare industria». Perché il problema è proprio quello: essere messi in condizione di lavorare. Il rischio, nemmeno troppo remoto è quello della «desertificazione industriale» paventata dal presidente di Confindustria Ceramica **Augusto Ciarrocchi** cui fa eco il Direttore Generale dell'associazione di via Monte Santo **Armando Cafiero** quando si chiede «con quale credibilità l'Europa può continuare a sostenere una penalizzazione evidente che sta subendo il nostro settore ed è giudicata da tutti come tale?». La domanda resta a mezz'aria, per rispondere bisognerebbe avere, ad avviso di **Giorgio Romani**, «una cura del lavoro e del valore che crea e un'attenzione alle imprese che l'Europa non ha». Di ETS e di Green Deal, a Bruxelles, si continua a discutere, il quadro che verrà è in divenire, i chiari di luna e le interlocuzioni più recenti non depongono a favore di una revisione delle politiche ambientali e tanto basta a registrare una distanza tra le politiche industriali e l'industria che non rassicura. «E sarebbe ora – l'opinione di **Graziano Verdi**, presidente della Federazione Europea della Ceramica – di smettere di dire senza fare. Ognuno di noi nel suo lavoro mette il massimo impegno per creare valore in quanto fa, la politica va su altre logiche, che tuttavia non sono funzionali allo sviluppo». Quello del politico che promette e non mantiene, del resto, è un luogo comune, «ma il nostro settore – evidenzia la CEO di Iris Ceramica Group **Federica Minozzi** – è oggetto di aggressione, si confronta con complessità crescenti, e meriterebbe, a mio avviso, politiche più responsabili». Nel frattempo, registra il presidente di Casalgrande Padana **Franco Manfredini**, «si resiste». Ma non si può resistere per sempre, anche perché rispetto ad un fronte che dovrebbe essere il più trasversale possibile si registra la timidezza dei sindacati, «che incontrerò la prossima settimana, ma ammetto che mi sento un po' solo – ammette il Presidente di Confindustria **Emanuele Orsini** – a rivendicare le necessità della nostra manifattura». La piazza, tuttavia, resta sullo sfondo, «anche se l'ipotesi è suggestiva, un po' come l'idea – dice, sorridendo, Federica Minozzi – di fare un sindacato di imprenditori». E non resta sullo sfondo ma scoraggia «un senso di frustrazione nel vedere che nonostante si lotti e ci impegni per far valere le nostre prerogative – aggiunge Verdi - si continuino a difendere scelte ideologiche» e, mentre Cafiero insiste sulla necessità di far capire come il distretto e la sua manifattura vadano tutelati («e andare a Bruxelles con i muletti – dice – non si può») qualche idea viene avanti. Una su tutte quella di **Vincenzo Colla**, vicepresidente della Regione Emilia Romagna, ad avviso del quale «le imprese oggi vanno in banca per finanziare le bollette: ebbene, è tempo di fare un ragionamento strong sulla sovranità energetica. Io proporrei una moratoria, come quella che venne adottata ai tempi del Covid. Allora – dice Colla – parlavamo di calamità sanitaria, oggi siamo in presenza di una calamità energetica». *(R.D.)*



I Ministri stanno con il distretto, almeno a parole

Ospiti a Bologna anche Tommaso Foti e Adolfo Urso: «daremo battaglia: a queste condizioni mantenere la competitività dell'industria europea è impossibile»

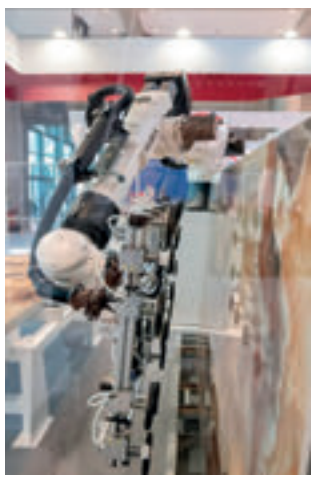
Parlando dell'Europa, a margine del convegno inaugurale del Cersaie con il quale il settore ceramico ha messo in evidenza le proprie difficoltà, il Presidente di Confindustria Ceramica Augusto Ciarrocchi l'ha definita «un treno lanciato ad alta velocità, senza nessuno che lo guidi e sia in grado di fermarlo prima che deragli» e la metafora ha trovato sponda in entrambi i Ministri presenti a Bologna in occasione della giornata inaugurale. «Ciarrocchi – ha detto **Tommaso Foti**, Ministro per le politiche europee, il PNRR e le politiche di coesione – fotografa una realtà effettiva. Io sono due anni che mi batto a Bruxelles e non ottengo nulla che non siano chiacchiere su competitività delle imprese e costi energetici, senza capire come le manifatture abbiano differenti necessità. Abbattere le emissioni può anche essere giusto, ma se le abbatte solo l'Europa, e a questi costi, garantire la competitività del suo sistema industriale diventa impossibile». Sulla stessa lunghezza d'onda l'altro ministro presente a Bologna, ovvero **Adolfo Urso**, titolare del dicastero delle imprese e del made in Italy, ad avviso del quale «si deve dare battaglia. L'Europa può e deve fare di più e riformare in modo radicale gli ETS». Un sistema, ad avviso di Urso «infernale». L'Italia, dice Urso, non ha fonti alternative al gas che possano garantire la sopravvivenza del sistema industriale e in questa direzione «vanno i recenti impegni del Governo in tema di nucleare». Per il quale serve tuttavia tempo, mentre per il settore ceramico il tempo è sempre meno. *(R.D.)*


Adolfo Urso


Tommaso Foti

Il Dragone si combatte più uniti e con un servizio migliore

La 29ma edizione di TECNA ha (ri)messo le nostre aziende al centro: qualità e servizio restano asset imprescindibili per proporre «non solo impianti, ma soprattutto valore aggiunto che possa tradursi in vantaggi dal punto di vista del prodotto del processo». Una proposta del genere, la concorrenza cinese «non ce l'ha»



Tra Bologna e Rimini c'è meno distanza di quanto si possa immaginare, e il dato salta agli occhi quando in concomitanza al Cersaie si svolge TECNA: momenti in grado di raccontare al meglio il doppio binario lungo il quale camminano i produttori di superfici ceramiche e quelli che ai produttori forniscono le tecnologie, che vivono di necessità comuni su temi quali la ricerca, l'innovazione, i mercati cui proporsi e la concorrenza. Eccoci a Rimini, allora, da dove la tecnologia per ceramica scruta un orizzonte non privo di incognite ma nemmeno di segnali positivi. «Registriamo un incoming che a nostro avviso sta funzionando, con una presenza fortemente targettizzata anche qui in fiera che suggerisce forte interesse nei confronti delle nostre tecnologie», dice **Bruno Bettelli**, Presidente di Acimac, registrando come il made in Italy della tecnologia la sua possa dirla eccome su un mercato condizionato sì dalla 'prepotenza' asiatica, e cinese in particolare, ma in certa misura contendibile. «Abbiamo modo e maniera di fare il nostro gioco, e di capitalizzare quell'attenzione che gli operatori continuano a manifestare nei confronti del made in Italy», dice **Luca Bazzani**, AD di System Ceramics, cui fa eco **Fabio Tarozzi**. «Il mercato continua ad esprimere volumi e dove ci sono volumi portiamo, con successo, tecnologia e innovazione», dice l'AD di Gruppo B&T, mentre **Pierluigi Dinelli**, CEO di Surfaces Group fa sintesi



della mission che il contesto attuale consegna alla 'nostra' tecnologia, ovvero «offrire una qualità eccellente e non duplicabile facilmente, garantendo al contempo la possibilità di abbattere i costi di produzione, o quantomeno diminuirli». Morale? Dalla ricerca gli 'Archimede' del distretto non possono prescindere, «ed è l'unico modo di tenerci davanti ai nostri concorrenti esteri», rileva il presidente di Sacmi **Paolo Mongardi** e, se si parla di concorrenza, il convitato di pietra è la Cina. Nei confronti della quale il made in Italy combatte, non senza registrare, spiega **Lucie Roubalova,** Sales Director di di Diammorph Hob Certec, come «la concorrenza ci sia, e sia particolarmente aggressiva, ormai, non solo sui mercati asiatici ma soprattutto su quelli mediorientali ed europei» . Combatte, si diceva, anche se ad armi non proprio pari. «La Cina vuole essere la fabbrica del mondo, lo sappiamo, e non è una novità che si avvantaggi di aiuti di stato che permettono alle sue aziende di uscire, ove necessario sottocosto», rileva Mongardi, ma il prezzo non è l'unico fattore che condiziona il contesto. «Il nostro mondo si confronta con un paese come la Cina che è tutto a favore dell'industria, mentre l'Unione Europea è antindustriale: la contraddizione – rileva Bazzani – è di tutta evidenza». Come se ne esce? «Fornendo soluzioni, non solo prodotti», dice Bettelli. Con qualità e soprattutto servizio, «facendo capire ai nostri clienti – spiega **Paola Ferrari**, Presidente di Tecnoferrari - che il servizio offerto dalle nostre aziende la tecnologia cinese non è in grado di fornirlo». E con un'identità che il made in Italy della tecnologia quasi rivendica. «Restiamo forti – evidenzia Tarozzi – su alcuni temi fondamentali, ovvero la capacità di creare valori, con tecnologie e prodotti nuovi. Questo i cinesi non lo fanno, o meglio fanno finta di farlo, veicolando il messaggio attraverso marketing, fiere, relazioni, ma la qualità della macchina si traduce in qualità del prodotto e in costi di produzione inferiori, e questo è un punto a nostra favore, come lo sono i costi di manutenzione dei nostri impianti e la loro durata. Le loro soluzioni sono come le arance che compri, a casse, in autostrada: primo strato perfetto, secondo così così, il terzo non commestibile». C'è partita, insomma, e la si gioca. Diversificando e facendo, per quanto si può, massa critica. Il primo punto, se capitalizzato, «è un'arma vincente, che – dice Ferrari - garantisce commesse su più settori anche quando uno di questi si contrae», il secondo anche, perché il più grande impiantista cinese è molto più grande delle nostre 'big'. «La capacità di stare sul mercato – obietta Dinelli – non è però necessariamente legata alle dimensioni». E, conclude Tarozzi, «se parliamo di tecnologia per ceramica, non possiamo mescolare pere con mele. Vediamo quanto 'pesano' le aziende cinesi che la producono e quanto le aziende italiane che la producono tra Italia ed estero: il risultato potrebbe non essere così scontato». *(R.D.)*



Vale più la poltrona dei posti di lavoro

segue dalla prima pagina

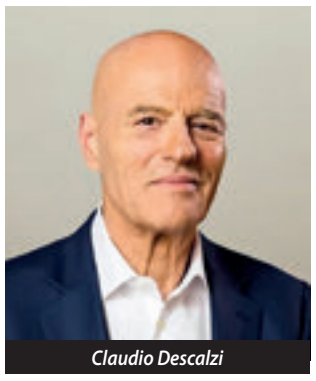
È legittimo per i politici farlo, in base all'articolo 67 della nostra Costituzione, ma contrario ad ogni logica. Le costituzioni, rigide o elastiche che siano, sono fatte per essere modificate, per essere adattate ai tempi che cambiano. Se nell'immediato dopoguerra i canditati parlamentari venivano sostenuti economicamente dai ricchi proprietari terrieri, e chiamati, quando non costretti, a rendere il favore una volta eletti, oggi tale patto va stretto con tutti gli elettori. Cambiare quell'articolo per trasformarlo in mandato imperativo significa per i futuri parlamentari dover render conto ai cittadini delle promesse fatte in campagna elettorale, pena le loro dimissioni nel caso venissero disattese. I parlamentari europei di oggi che in campagna elettorale si fossero schierati a favore delle industrie e di una politica energetica vicina alle imprese, e che oggi sostenessero le posizioni ambientaliste più estreme sarebbero costretti alle dimissioni. Noi su queste colonne tale principio lo sosteniamo da sempre, e accogliamo con estremo favore la battaglia che il professor Carlo Cottarelli, voce molto più autorevole della nostra, sta facendo contro le false e insostenibili promesse dei parlamentari: "ogni proposta fatta nel programma deve essere accompagnata dalla sua copertura economica". Purtroppo per l'ennesima volta nel nostro Paese si cambia la legge elettorale e non l'articolo 67 della Costituzione, che darebbe più importanza ai cittadini e ne toglierebbe un po' ai politici eletti. Così va il mondo, così si scende in piazza per ogni svariato motivo e nulla si fa per salvaguardare il posto di lavoro a 160mila lavoratori, tra diretti e indiretti, del settore ceramico europeo. In fondo vale più salvaguardare poltrona, stipendio e pensione d'oro, che non il lavoro di migliaia di persone.

(Roberto Caroli)




spa
building & consulting
EDILIZIA INDUSTRIALE
CAPANNONI in CALCESTRUZZO
SOLUZIONI CHIAVI IN MANO
www.alespa.net

Descalzi: «L'Europa ha sbagliato i conti, e sta uccidendo interi settori industriali»


Claudio Descalzi

L'AD di ENI non fa sconti: «Le rinnovabili valgono il 22% del fabbisogno: l'altro 80% dove lo prendiamo?»

«L'errore di base è pensare che l'energia sia sostitutiva, mentre è sempre stata additiva». E ancora «finchè perdura questo contesto internazionale l'ETS va sospeso». Da ultimo le rinnovabili, «cui è stato dato un ruolo quasi religioso». Tra il tanto che si è detto al Cersaie sul futuro del settore ceramico scegliamo, per farne sintesi, l'intervento con cui **Claudio Descalzi**, Amministratore Delegato di Eni, ha spiegato il suo punto di vista alla platea. Senza fare sconti a nessuno, meno che mai ad un'Europa che, sull'energia, sbaglia, e persevera nell'errore. «Si dice che nel 2030 non ci servirà più il petrolio, perché verrà sostituito dalle rinnovabili, ma i conti non tornano – ha detto Descalzi – perché le rinnovabili soddisfano un fabbisogno del 22% e non si capisce come si pensa di riempire un 'buco' che è l'80% del bisogno». E non si considera, ha aggiunto, «che il mondo va a fossile per l'80%, e che inserendo nel sistema elettrico le rinnovabili servirebbe una loro crescita esponenziale, che non c'è». Fornisce qualche numero, Descalzi, per 'smontare' l'euroteorema. «Nel 2005 avevamo un grid, un sistema, elettrico



di 35mila chilometri e un costo di 5 miliardi, oggi i chilometri sono raddoppiati, siamo a 75mila chilometri, per una spesa di 25 miliardi. Nel 2005 trasportavamo 340 terawattora, oggi spendiamo il quintuplo e trasportiamo meno». I conti non tornano, perché «le rinnovabili implicano imprevedibilità, non continuità, non le puoi fermare quando sono in eccesso, e chi sta bene oggi è chi dispone di risorse primarie. Non certo l'Europa, che ha ragionato come se l'energia fosse sostitutiva, mentre è additiva: prima c'era il carbone, poi si è aggiunto il petrolio, poi il gas, poi le rinnovabili. Ebbene, negli ultimi 10 anni si è pensato di togliere, affidando alle rinnovabili un ruolo non solo ideologico, ma quasi religioso». Eccoci al punto, allora: «con l'energia – ha detto ancora l'AD di ENI – non si scherza, non è un'automobile che si cambia quando non piace più, non è una città da cui ci se ne va per andare in un'altra. L'energia ci tiene collegati l'uno all'altro, sulla base di scelte che si fanno 30, 40 anni prima». Il paradosso, fa capire Descalzi, è che stante un contesto di instabilità così forte è necessario lavorare prima sul breve termine, per concentrarsi poi sul medio e lungo termine, «e sul breve termine occorre prendere atto che siamo in presenza di una situazione suprestraordinaria, che si protrae da tempo. Quindi si impone la sospensione degli ETS, che sarebbero giusti se fossero una tassa a chi inquina i cui proventi dovrebbero ridurre i processi inquinanti. Sappiamo che non è così, quindi è una farsa, ma anche una cosa terribilmente seria: abbiamo ucciso praticamente l'automotive e tutto l'indotto, rischiamo di uccidere anche ceramiche e cementifici. Finchè il medio e il lungo termine non ci aiutano – l'affondo di Descalzi – l'ETS va bloccato: l'Europa è un grande mercato, ma ha bisogno di ossigeno per crescere». Di ossigeno, tuttavia, ce n'è sempre meno…

(R.D.)

«L'ETS è una farsa: in un contesto instabile come quello attuale va sospeso per dare ossigeno all'Europa e alla sua industria»

«Negli ultimi 10 anni alle rinnovabili si è dato un ruolo quasi religioso: ma non garantiscono né continuità né interrompibilità»



SPECIALE CERSAIE TECNA

Ds ceramico by Ceramicanda

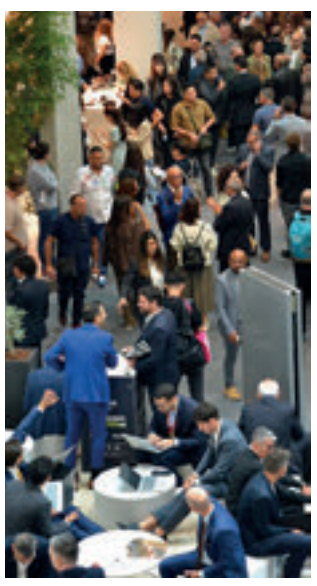
Il giornale di tendenza che non grava sulle casse dello stato

anno 17 numero 353 / 10 Ottobre 2026

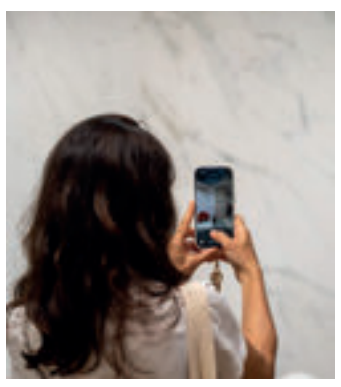
Cersaie 2026, un'edizione solida

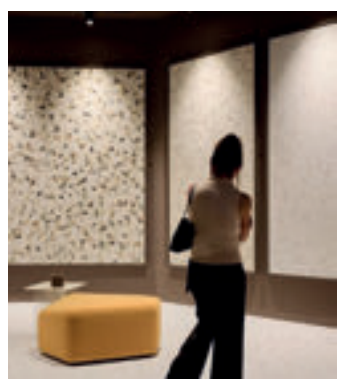
«In un contesto del genere il vero successo è restare normali»: il calo – fisiologico – dei visitatori non toglie nulla alla centralità dell'appuntamento bolognese











Conferma la sua centralità, Cersaie, e se le presenze registrate a margine dell'edizione 2026 (poco più di 92mila) flettono di un paio di punti percentuali, gli altri dati registrati dall'appuntamento bolognese ne suggeriscono una solidità che non ne intacca la leadership nel panorama fieristico internazionale. La forte connotazione internazionale (233 espositori esteri, pari al 39%, rappresentanti di 24 paesi) combinata alla presenza delle 595 aziende italiane che hanno interamente occupato gli oltre 145mila metri quadrati dei 16 padiglioni di BolognaFiere riservati alla manifestazione consolidano il ruolo di Cersaie anche alla luce di un contesto come noto complicato «rispetto al quale – dice il Presidente di Confindustria Ceramica **Augusto Ciarrocchi** – restare 'normali' può già essere considerato un successo». Vero: da una parte «Cersaie conferma la sua capacità di portare a Bologna imprese, operatori e professionisti da tutto il mondo, garantendo alle imprese – spiega **Gianpiero Calzolari**, Presidente di BolognaFiere – nuove opportunità di crescita, soprattutto nei momenti più complessi», dall'altra «tutte le iniziative – spiega **Filippo Manuzzi**, alla guida delle Attività Promozionali di Confindustria Ceramica - sono state realizzate per creare valore e relazioni a favore degli espositori». Ad un contesto di forte incertezza la 43ma edizione di Cersaie oppone la vitalità di un settore che mantiene la propria competitività a dispetto di criticità ben note, ma soprattutto 'solidità' e 'normalità'. Scritte, queste ultime, in altri numeri che l'organizzazione mette bene in evidenza, ricordando ad esempio come i 340 delegati della convenzione con Ministero degli Esteri ed ICE-Agenzia, record assoluto per Cersaie, rappresentino clienti dalle grandi potenzialità. Ma anche come iniziative 'dedicate' come la 'Città della posa' del padiglione 19, le attività di formazione svolte a favore di oltre 500 addetti alle vendite di sala mostra e il 'Career Day', che ha messo in contatto le imprese con laureati e laureandi siano una base sulla quale costruire il futuro della manifestazione. Una base, *ca va sans dire*, estremamente 'solida'. *(S.F.)*

Il Gruppo Del Conca tra Bologna e Loudon

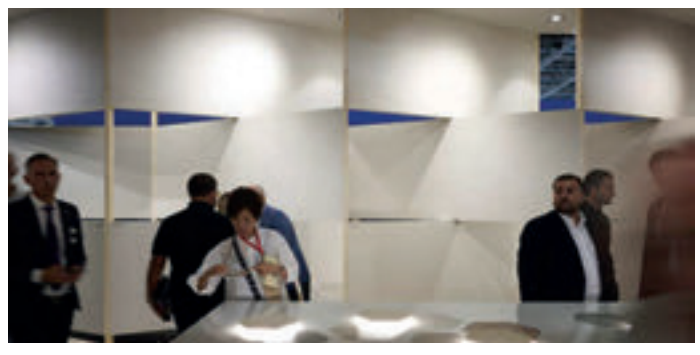


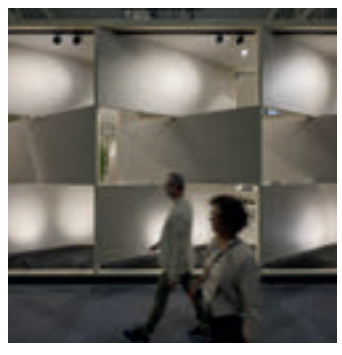
Davide Mularoni

Una partnership con Gresmalt di Del Conca USA apre una nuova fase e amplia le opportunità di crescita









Viaggia, o meglio ha viaggiato, su un doppio binario il Cersaie del Gruppo Del Conca. Da una parte le novità di prodotto, ospitate da uno stand pensato come paesaggio architettonico in grado di riunire le identità differenti dei brand del gruppo all'interno di un'unica visione, con una narrazione comune, costruita intorno a qualità, ricerca, innovazione, sostenibilità e cultura del progetto. Dall'altra le novità a livello societario, con l'annuncio della partnership tra il gruppo romagnolo e Gresmalt, che ha acquisito il 51% delle quote di Del Conca USA, azienda del Gruppo Del Conca con sede a Loudon, negli Stati Uniti. Ma andiamo con ordine.

Il Cersaie

«Abbiamo scelto di dare grande spazio a prodotti destinati all'architettura, esponendoli in modo da dare ai progettisti la possibilità di creare ambientazioni a loro immagine e somiglianza», spiega il Presidente di Ceramica Del Conca **Davide Mularoni**. È uno spazio che non si limita a presentare collezioni di gres porcellanato, pavimenti e rivestimenti, «ma mette in scena il potenziale della ceramica nell'interior design e nell'architettura contemporanea». Uno stand pensato per essere attraversato, osservato, con installazioni dedicate a serie quali Iconic e Dinamika, o a Calcaria, collezione del brand Pastorelli Ceramiche che mostrano la ricchezza di un'offerta capace di interpretare spazi residenziali, ambienti commerciali e progetti contract con eleganza, prestazioni tecniche e versatilità, esprimendo una ricerca continua su formati, effetti materici, texture, colori e finiture che si concretizza in soluzioni in grado di rispondere alle esigenze dell'architettura contemporanea.

La partnership

«L'operazione perfezionata con Gresmalt – spiega Mularoni - pone le basi per una nuova fase. La scelta di Gresmalt nasce dalla condivisione di valori, visione e cultura gestionale: siamo certi che, sotto la sua guida, le competenze industriali e commerciali delle due aziende potranno generare sinergie concrete e nuove opportunità per il futuro». L'accordo nasce dall'incontro tra due aziende familiari italiane, accomunate da una storia imprenditoriale di lungo periodo, da una visione orientata al futuro e da un approccio alla gestione fondato su persone, competenza, qualità e innovazione. Ceramica Del Conca e Gresmalt condividono infatti valori e modalità di gestione affini: entrambe hanno costruito la propria crescita su un forte radicamento familiare, sulla capacità di investire nel prodotto e sulla relazione di fiducia con clienti e partner. Del Conca USA continuerà a operare nel segno della continuità, mantenendo gli elevati standard di qualità, servizio e innovazione che hanno contraddistinto l'azienda sin dalla sua fondazione, e la nuova partnership le permetterà di ampliare le opportunità di crescita.

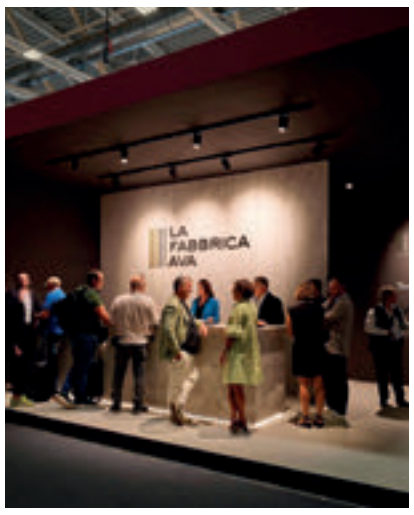
«Per crescere dobbiamo alzare l'asticella»

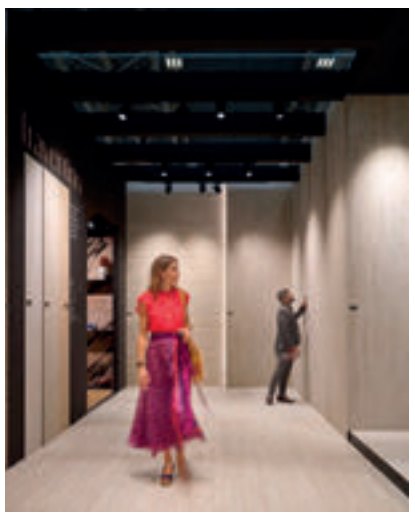

Graziano Verdi

Ad avviso di Graziano Verdi la competitività del settore ceramico passa dalla «ricerca della perfezione». Cinquanta le nuove collezioni presentate a Cersaie dal Gruppo Italcer

«Il Cersaie è il momento dell'anno in cui ci presentiamo al meglio ai nostri clienti. Già la settimana prima della fiera abbiamo ricevuto presso la nostra sede diversi operatori esteri, dai quali abbiamo avuto un riscontro molto solido per quanto riguarda la scelta dei prodotti che abbiamo realizzato». Per il Gruppo Italcer è il primo Cersaie dopo l'ingresso in società di Wienerberger, e l'AD **Graziano Verdi** ha così l'occasione di tracciare un doppio bilancio. Rispetto all'ingresso di Wienerberger Verdi non nasconde una certa soddisfazione, spiegando come «siamo riusciti ad attivare alcune sinergie, e stanno dando risultati importanti: c'è ancora tanto da fare, ma c'è anche il desiderio di continuare a crescere». A sintetizzare la presenza dei brand di Italcer a Bologna sono «circa cinquanta nuove collezioni presentate. Dal mosaico alle grandi lastre abbiamo lavorato in modo selettivo, cercando il posizionamento corretto per ogni marchio».



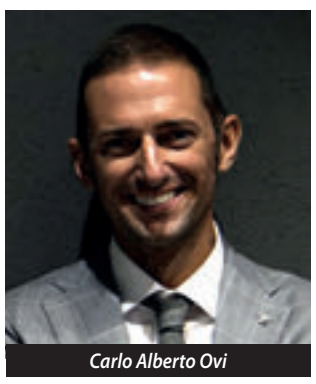






Il contesto, e le criticità che lo caratterizzano, è ben noto, la ceramica italiana mantiene tuttavia una propria competitività, «grazie alla sua capacità di alzare l'asticella, alla ricerca della perfezione. Ci sono applicazioni 3D che ormai sono 4D e garantiscono profondità mai raggiunte dal punto di vista della materia, nuove cromie, nuovi formati: la ceramica – aggiunge Verdi – non è più soltanto un prodotto, ma permette di esprimere concetti di design particolarmente innovativi che aprono strade nuove e che, in questi anni, ci hanno permesso, come Italcer, di continuare a crescere. La cosa ci rende orgogliosi e fiduciosi nei confronti del futuro». Futuro non privo di incognite, legate alle tensioni internazionali e all'esplosione dei costi energetici, rispetto ai quali Verdi ha idee ben chiare. «Le tensioni nello stretto di Hormuz - spiega Verdi - condizionano diverse commesse che abbiamo acquisito in quelle zone e che abbiamo posticipato, perdendo mercato come in quella zona hanno perso mercato tutti. Non resta che augurarsi una soluzione sia a quella crisi che a quella russo-ucraina, perché l'una e l'altra mettono in difficoltà non soltanto il nostro comparto, ma l'intero sistema economico».

«Cersaie è un appuntamento centrale»


Carlo Alberto Ovi

Ne è convinto Carlo Alberto Ovi, Direttore Commerciale di Smalticeram

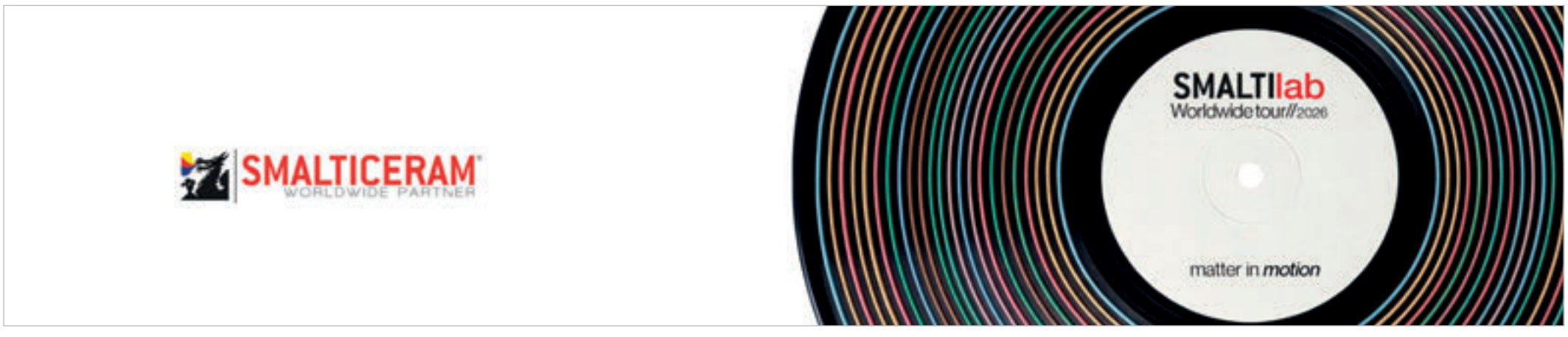
«Il Cersaie, per la nostra azienda, resta un punto di riferimento: è la fiera più importante a livello internazionale alla quale partecipiamo, e l'attenzione che lo circonda deve darci fiducia per il futuro». Le novità, tecniche ed estetiche delle superfici ceramiche passano dalla settimana che si celebra, ogni anno, presso BolognaFiere e Smalticeram ne fa vetrina per le tante innovazioni che nascono da una ricerca incessante. Dagli SJS, gli strutturanti colorati, alle nuove soluzioni con colle digitali a base acqua SJW e SJU, fino alla serie Xgo, sviluppata per creare superfici tecniche ad alte prestazioni e valorizzare effetti strutturati sempre più evoluti, le soluzioni offerte dall'azienda reggiana





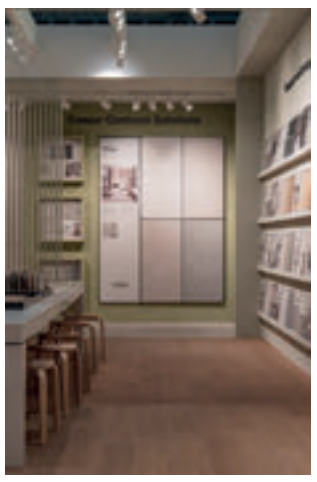


sono molteplici. «Il nostro obiettivo è contribuire a qualificare il prodotto ceramico, ad aggiungere valore alle superfici attraverso ricerca e innovazione», spiega **Carlo Alberto Ovi**, Direttore Commerciale di Smalticeram, che evidenzia come il ritorno alla materia sia un'altra tappa di un percorso in continuo divenire. «Vedo – aggiunge Ovi– un ritorno alla materia e ho visto, in questi giorni di fiera, realizzazioni particolarmente innovative che ritengo abbiano la capacità di differenziarsi dagli standard di massa che offre oggi il mercato». Mercato al quale Ovi guarda con «attenzione e con un filo di preoccupazione perché il settore è sotto pressione. I costi delle materie prime e dell'energia, la logistica, le tensioni geopolitiche rendono più difficile elaborare strategie sul lungo periodo: abbiamo – conclude Ovi – grande fiducia nel futuro, ma siamo consapevoli di un momento generale di difficoltà del mercato che va, tuttavia, necessariamente affrontato».



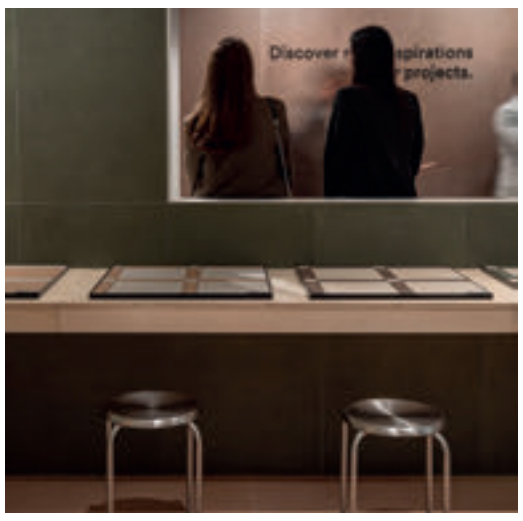
Incontri e confronto: il Cersaie di Caesar

'The Language of Material': il grès porcellanato come un linguaggio a disposizione del progetto

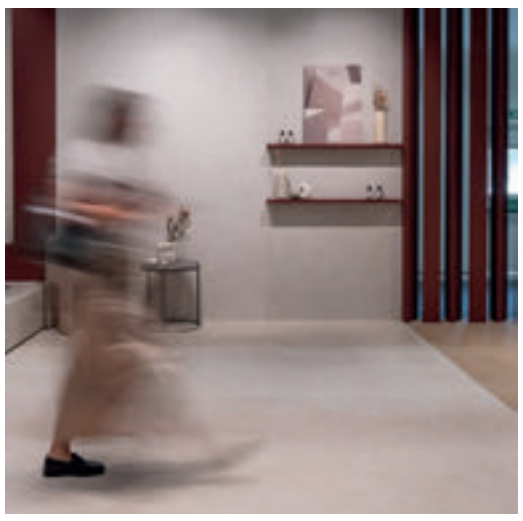


«La necessità è quella di differenziarsi rispetto ai nostri competitor esteri. Il made in Italy, a mio avviso, può continuare a far mantenere il proprio vantaggio competitivo». **Adolfo Tancredi**, amministratore delegato di Caesar, misura le criticità del momento che attraversa il settore ceramico («ci sono situazioni che vanno gestite») non senza aggiungere come «la ceramica italiana possa comunque cogliere opportunità che ci sono, facendo leva su punti di forza indiscussi che sono la capacità di innovare e di creare stili e tendenza, attingendo anche a una tradizione che, grazie a una ricerca all'avanguardia, le nostre produzioni sono in grado di reinterpretare». Caesar ha archiviato con soddisfazione l'edizione 2026 di Cersaie dopo aver accolto nel proprio spazio espositivo, che ha restituito ai visitatori la completezza di un universo fatto di soluzioni e strumenti rivolti a diversi aspetti del progetto, architetti, designer e professionisti del settore. Al centro dell'esposizione, il concept 'The Language of Material' ha raccontato il grès porcellanato come un linguaggio a disposizione del progetto. L'allestimento ha messo in relazione superfici e spazio, mostrando come le qualità materiche e cromatiche della ceramica possano contribuire all'identità di ogni ambiente. «Ci siamo concentrati su soluzioni che hanno reinterpretato la tradizione lavorando sui dettagli e sfruttando al massimo i supporti tecnologici per ottenere effetti molto interessanti non solo dal punto di vista visivo, ma anche tattile e materico», spiega Tancredi. Tra queste, Lore, che recupera la memoria del cotto e la proietta nel contemporaneo attraverso cromie inedite, e due interpretazioni della pietra. Hold, che trae ispirazione dal limestone e ne esalta l'aspetto compatto, e Rune, che trasforma la superficie ceramica in un alfabeto visivo, dove la vena in bassorilievo diventa un segno tattile capace di conferire profondità ed eleganza alla superficie. Collezioni da cui nascono nuove prospettive progettuali e stimoli per continuare a esplorare le potenzialità espressive del grès porcellanato.



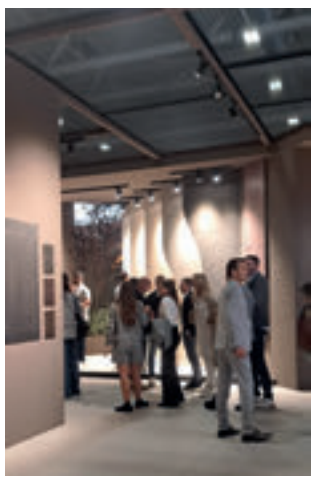




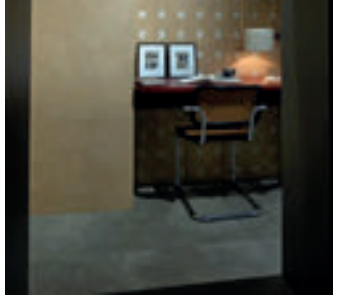


Ceramiche Refin, l'essenza della materia

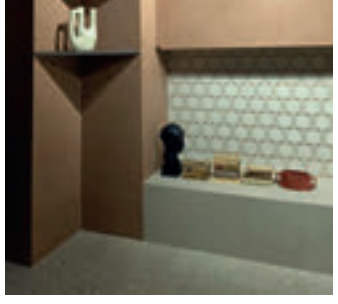
Un progetto espositivo firmato da Studio Salaris: al centro quattro nuove collezioni



La relazione tra l'uomo e la materia al centro del Cersaie di Ceramiche Refin, che ha affidato a Studio Salaris l'elaborazione di un nuovo concept caratterizzato da un carattere caldo, materico e accogliente, «in sintonia con i linguaggi contemporanei dell'interior design e con la ricerca estetica delle nuove collezioni». L'azienda reggiana ha scelto di celebrare, spiega **Rino Bedogni**, Head of Marketing di Ceramiche Refin, «i materiali e i colori che oggi sono di tendenza nella costruzione di tutti gli stili architettonici e che derivano da cambiamenti sociali molto evidenti che portano le persone a cercare all'interno delle proprie case spazi accoglienti e a loro modo 'caldi', lontani da un minimalismo che diventa freddezza». Al centro del progetto che Ceramiche Refin ha presentato al Cersaie «il valore della percezione, tattile e visiva, capace di instaurare una relazione diretta con la materia, che viene messa in scena per essere osservata, attraversata e vissuta». Superfici profonde, texture espressive e variazioni grafiche raccontano un linguaggio nuovo, del quale fanno piena sintesi le quattro nuove collezioni che l'azienda reggiana ha presentato a Bologna. La prima delle quali è Myra, «con la quale – spiega Bedogni – Refin riprende la tradizione della lavorazione artigianale declinandola sulla modernità degli stili architettonici contemporanei aggiungendo alle superfici più uniformi Tracce, che porta in primo piano le inclusioni e l'anima più materica della collezione, e una gamma di mosaici particolarmente ricchi». La materia resta il trait d'union che lega l'una all'altra tutte le nuove collezioni Refin: oltre a Myra, Core, «un cemento particolarmente innovativo», Palladia, con cui la ricerca di Refin «rielabora la tradizionale posa a palladiana con sensibilità contemporanea» ed Eidos, superfici di raffinata eleganza che, conclude Bedogni, «conservano il carattere originario della pietra trasformandolo in un linguaggio di raffinata eleganza».







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

Il viaggio di Sicer, tra colore e materia

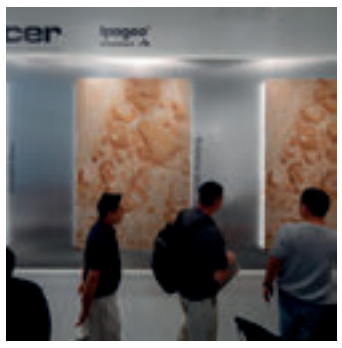

Gianfranco Padovani

Dallo stand del gruppo fioranese, il presidente Gianfranco Padovani fa il punto, evidenziando la capacità del made in Italy di creare valore, «anche in un momento non semplice»

«È stato un anno non facile, caratterizzato da temi che rendono il nostro paese sempre meno competitivo, ma il settore ceramico ha una sua vitalità, e una capacità di innovare e recepire le novità che altri non hanno». Dallo stand di Sicer, il presidente **Gianfranco Padovani** fa il punto: la presenza del Gruppo al Cersaie si proponeva di andare oltre la semplice esposizione di tecnologie, suggerendo un percorso che racconta come ricerca, progettazione e linguaggio materico possano trasformarsi in superfici capaci di coniugare innovazione, estetica e fattibilità produttiva. Asset che Sicer capitalizza condividendo idee e confrontandosi con progettisti e produttori per guardare al futuro del settore ceramico. «Il nostro mercato è globale: abbiamo sei business unit nel mondo ed è di tutta evidenza come il contesto sia oltremodo complicato: siamo in battaglia – spiega Padovani – contro fattori rispetto ai









quali non possiamo incidere. Il costo dell'energia e del gas, quello dei noli, la logistica esprimono una volatilità che rende difficilissimo elaborare strategie a lungo termine. Paesi 'facili', con i quali lavorare al riparo da queste variabili in continua evoluzione, oggi non ce ne sono. E se da una parte avere, come Sicer, una forte internazionalizzazione è senza dubbio un vantaggio, dall'altra non si può non osservare come i condizionamenti esterni, su ogni mercato, ci siano e pesino. Penso, ad esempio, alle politiche dei dazi, con questi ultimi che sono diventati, nostro malgrado, strumenti nazionali che i diversi paesi azionano a seconda di convenienza e necessità». Il panorama cambia, e all'interno di questo cambiamento il settore ceramico italiano preserva il proprio spazio, «e a mio avviso il made in Italy merita i complimenti. I volumi si sono sensibilmente ridotti, ma il valore della produzione resta in crescita. Significa che, anche se l'impresa italiana è penalizzata da quello che a mio avviso è un sistema antieconomico, che non favorisce le aziende, c'è un comparto che mantiene la sua vitalità: una nicchia, forse, ma a mio avviso non attaccabile perché i know-how e le capacità di innovazione che il made in Italy della ceramica esprime da sempre non ci sono da nessuna parte. E aggiungono alle nostre produzioni un valore che il mercato, numeri alla mano, continua a riconoscerci».

RAK Ceramics, one step ahead


Leonardo de Muro

Le nuove superfici dell'azienda emiratina ampliano la ricerca estetica del brand

«Abbiamo vissuto la settimana del Cersaie con grande entusiasmo: stiamo affrontando difficoltà enormi legate alle tensioni geopolitiche che caratterizzano il momento, ma siamo qua, con i prodotti giusti e nel momento giusto». **Leonardo de Muro**, Corporate Vice President di RAK Ceramics, non si fa troppo condizionare dalle criticità che caratterizzano il contesto globale e si riflettono, inevitabilmente, sul colosso emiratino, che è uno dei player di riferimento della ceramica mondiale, e resta all'oggi. A un Cersaie, nella fattispecie, che ha visto RAK presentare diverse novità, mutuate da una visione ben chiara, ovvero creare materiali che elevano l'architettura, arricchiscono la vita



quotidiana e ridefiniscono le aspettative. «Tra le tante novità segnalo due nuove collezioni: l'una – spiega de Muro – è Dune Wind, le cui superfici traggono ispirazione dal movimento dettato dai venti alle sabbie del deserto, l'altra è una pietra dal gusto francese, French Limestone, studiata per il mercato europeo». Sul quale, stanti le tensioni che caratterizzano lo scenario geopolitico, l'azienda emiratina sconta difficoltà legate alla situazione dello stretto di Hormuz. «Quanto è accaduto e sta accadendo – aggiunge de Muro – ridisegna la logistica, rendendo particolarmente difficile sia esportare che importare. Oggi far arrivare dalle nostre sedi degli Emirati un container in Italia costa il quadruplo di quanto costasse prima della crisi di Hormuz». Le difficoltà in uscita sono, almeno in parte, compensate da quelle in entrata, nel senso che i grandi progetti in corso negli Emirati diventano appannaggio quasi esclusivo di chi, come RAK Ceramics, produce in loco e, aggiunge de Muro, «può sfruttare l'occasione. Ma la nostra filosofia aziendale ci impone di guardare avanti: non si tratta – spiega – solo di gestire il presente, ma di preparare il futuro». Va in questa direzione anche la partnership con Roberto Cavalli che, spiega de Muro, «presenteremo a novembre, in occasione della Dubai Design Week, ma di cui abbiamo dato un'anticipazione a Cersaie». Il progetto riunisce superfici ceramiche e soluzioni Bagno & Wellness, in una collaborazione che prosegue il percorso avviato con Elie Saab, segnando un nuovo capitolo nel posizionamento luxury di RAK Ceramics. «Con questa partnership, consolidiamo la nostra identità: Roberto Cavalli è un asset in grado di garantirci ulteriore appeal, soprattutto sui mercati dell'area Golfo, dove la grande progettazione è fortemente brandizzata».

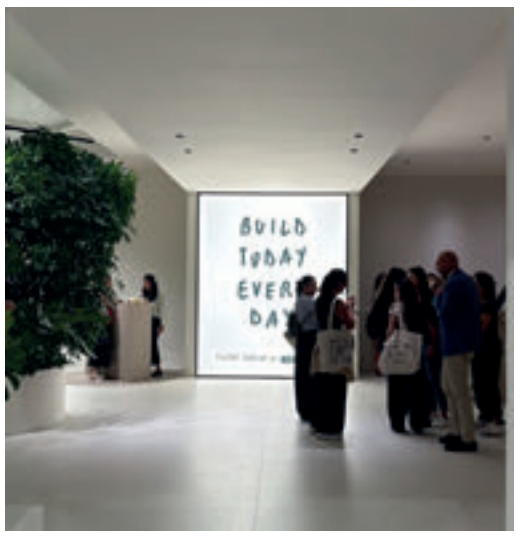


Il Cersaie di Cooperativa Ceramica d'Imola


Stefano Bolognesi

«Viviamo in un momento di grande incertezza, ma la ceramica – spiega il Presidente Stefano Bolognesi – deve continuare a fare proposte. Ed è indispensabile che siano belle»

«Viviamo in un momento di grande incertezza: i problemi ci sono, gli investimenti trasversali sul mondo di qualche anno fa hanno portato l'offerta a livelli molto più alti rispetto alla domanda, e su questa dinamica si sono innestate problematiche geopolitiche e geoeconomiche. Ma la ceramica deve fare delle proposte, ed è indispensabile che siano belle». Muove da questo assunto **Stefano Bolognesi**, Presidente di Cooperativa Ceramica d'Imola, per fare il punto sul contesto. E ribadire la forza dell'identità di un'azienda che in occasione di Cersaie ha scelto di fare proposte «in linea con quelle che sono oggi le esigenze del mercato. Con grande attenzione alla tradizione, certo, ma anche alla concretezza che la contingenza impone ai produttori di superfici ceramiche». Ha colto nel segno, tuttavia, il gruppo imolese, con uno stand che, aggiunge Bolognesi, «è un'evoluzione di quello dell'anno scorso, la trasformazione di uno spazio che viene unito, in maniera simbolica, da un corridoio trasversale rispetto alle zone dedicate ai diversi brand del Gruppo. E non è un caso che per pavimentare questo corridoio abbiamo scelto le superfici prodotte da Leonardo, che vogliamo diventi un brand in grado di legare attorno a sé tutte le altre identità che esprimono il fare impresa di Cooperativa Ceramica d'Imola». Diverse le proposte ospitate dallo spazio espositivo del Gruppo imolese che, progettato dallo studio Archdesign di Mario Tombaccini insieme al dipartimento marketing dell'azienda, è stato insignito dell'ADI Cersaie Exhibit Design Award 2026 come miglior stand della fiera. Non l'unico riconoscimento arrivato al Gruppo imolese nel corso della settimana del Cersaie: Bolognesi ha infatti vinto il premio 'Aldo Villa' che la Società Ceramica Italiana, ogni due anni, conferisce a personalità del mondo imprenditoriale o manageriale che si sono distinte per innovazione, sostenibilità e competitività nel comparto ceramico.









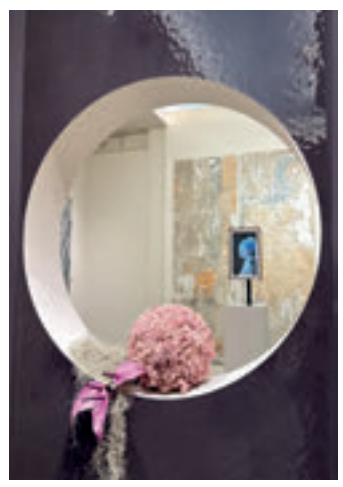
Il 'Gesto d'autore' di Vetriceramici

Un suggestivo allestimento trasforma la ricerca estetica in nuove soluzioni materiche, decorative e applicative fortemente personalizzate

Trasformare la ricerca estetica e tecnologica in soluzioni innovative. Materia e colore accompagnano Vetriceramici lungo un percorso che in occasione dell'edizione 2026 di Cersaie ha trovato un approdo in un allestimento fortemente orientato alla personalizzazione. «Abbiamo voluto tracciare una strada, definire una tendenza che potesse distinguerci: ci siamo ispirati – spiega **Eros Giavelli**, Finished Tile Manager di Vetriceramici – all'unicità di opere d'arte interpretandone il senso più profondo e trasferendolo alla materia. Il mercato, oggi, chiede soluzioni fortemente personalizzate, quasi sartoriali. Ogni formula, graniglia ed effetto materico viene calibrato al millimetro secondo una logica mutuata dalla necessità di pensare le superfici in modo diverso, e a suo modo unico». Proprio il tema dell'unicità rappresenta uno dei pilastri dell'identità aziendale di Vetriceramici, e trova espressione compiuta all'interno di un percorso espositivo che ha il suo nucleo centrale nella ricerca sui materiali. L'effetto estetico viene affiancato da una crescente attenzione agli aspetti tattili e sensoriali, «e ogni proposta – prosegue Giavelli – traduce la necessità di studiare e realizzare soluzioni non comuni e necessariamente di alto livello che rappresenta il tratto distintivo della nostra ricerca». Tra le soluzioni proposte le applicazioni del sistema BVERSO, utilizzato per le nuove superfici Nora e Shell, caratterizzate da una marcata matericità e da texture inedite ottenute attraverso l'impiego di materiali speciali sviluppati appositamente, ma anche il nuovo effetto Metallino e il marmo trattato e sabbiato Cipollino, presentato in una veste insolita grazie a 'Brina': un'elegante superficie "ghiacciata" che dona profondità e amplifica il valore percepito. Valore, appunto: «la mission è continuare ad aggiungerlo, attraverso innovazione e ricerca, a superfici sempre più evolute. È questo – conclude Giavelli – che ci distingue dai nostri competitor».

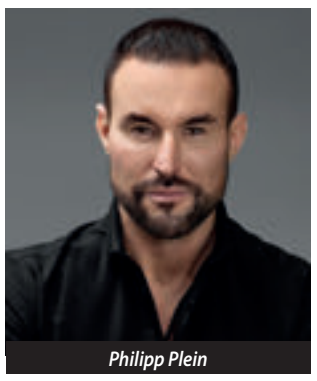








Philipp Plein incontra Nuovocorso


Philipp Plein

Dalla partnership tra l'azienda reggiana e il designer tedesco nasce una nuova estetica delle superfici, declinata su tre nuove collezioni: «abbiamo scelto di alzare il livello: con Philipp Plein Casa la ceramica può essere il nuovo luxury»

Quello tra estetica e superfici ceramiche è un binomio il cui successo è ormai consolidato, che tuttavia non rinuncia ad evolversi elaborando stili sempre nuovi, in grado di intercettare i mutamenti del gusto e di trasformare le superfici stesse in elementi di design. Alle produzioni italiane il mercato globale chiede di distinguersi, esprimendo sensibilità che vanno oltre canoni scritti da un 'saper fare' antico come quello ceramico e aggiungendo a quel 'saper fare' valore. Tecnologico, certo, ma anche estetico: nasce da qui l'incontro tra **Philipp Plein** e **Nuovocorso**, che vede il linguaggio del fashion tradursi sulla materia ceramica più evoluta. Designer tedesco a suo modo visionario, creatore di un lifestyle brand globale la cui originalità estetica è riconosciuta – e ben riconoscibile – a livello mondiale, **Plein** ha accettato la sfida di misurarsi con la ceramica, facendo delle grandi lastre di Nuovocorso il supporto creativo di tre collezioni – Jungle, Colosseo, Animalier



Le collezioni Philipp Plein Casa presso Villa Belvedere

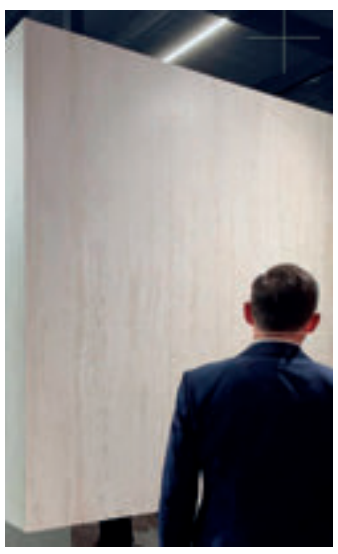
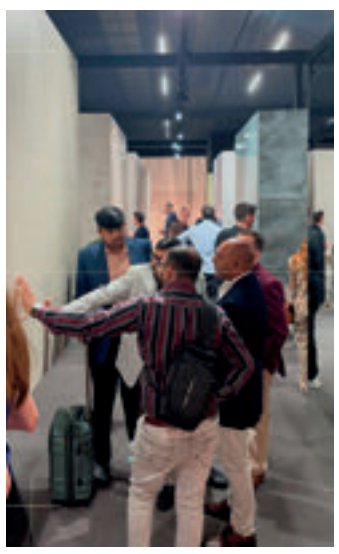


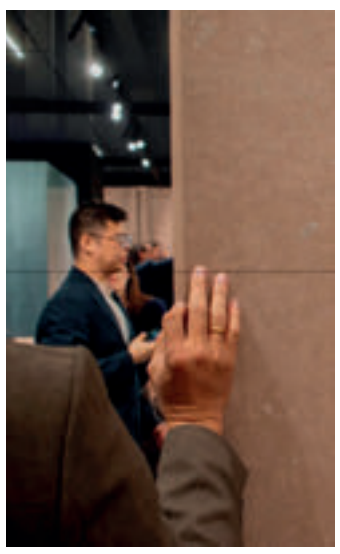

– che l'azienda reggiana ha presentato in occasione del Cersaie avviando il progetto Philipp Plein Casa. Presso lo stand allestito a Bologna, ma anche presso la suggestiva cornice di Villa Belvedere a Sassuolo, che ha ospitato gli eventi serali dell'azienda durante la settimana bolognese. «Quando crei, disegni, e quando disegni, sogni: la sperimentazione fa parte, da sempre, del mio linguaggio. Ho lavorato a lungo con il marmo, ma nella ceramica ho trovato superfici più adatte ad esprimere la mia creatività: ho cominciato ad utilizzarla nei miei progetti, e in Nuovocorso ho trovato il partner che cercavo per creare una mia collezione». Nelle grandi lastre prodotte dall'azienda reggiana Plein ha trovato un nuovo strumento per esprimere la propria visione: **texture decise e grafiche iconiche**, esaltate dalle elevate performance tecniche delle superfici, raccontano il senso di una partnership che reinterpreta la forza dei marmi, delle pietre e dei materiali più preziosi combinando l'eccellenza produttiva del made in Italy della ceramica con la cifra stilistica del designer tedesco. «Con queste collezioni – spiega Plein – abbiamo voluto fare qualcosa di diverso, che riflettesse un'idea nuova di fare ceramica: in Nuovocorso ho trovato creatività e innovazione, e la giusta attenzione al potenziale che volevo esprimere con il mio progetto. Una visione comune e la volontà comune di innovare hanno dato concretezza alla mia volontà di esprimermi anche attraverso la superficie ceramica». Nuovocorso ci ha messo la ricerca, la tecnologia, la conoscenza, Plein la sensibilità in grado di trasformare la superficie ceramica in altro, «alzando – conclude Plein – il livello: la ceramica può essere il nuovo **luxury**».

Esmalglass-Itaca consolida la propria leadership

A Cersaie diverse nuove proposte integrano innovazione, eccellenza e visione del futuro

«Abbiamo cercato di dare il meglio, sfruttando le applicazioni più innovative che ci mette a disposizione la ricerca». Un altro step, al Cersaie, è Esmalglass-Itaca, che con il claim STAY AHEAD ha presentato una proposta espositiva che mostra come la tecnologia applicata si traduca concretamente in differenziazione, competitività e migliori risultati per i propri clienti in un mercato sempre più competitivo. «Mai come in questo momento serve uno sforzo congiunto a livello di ricerca, processo e prodotto. E servono – spiega Massimo Prodi, direttore commerciale di Altadia Italia – investimenti costanti». Va in questa direzione l'inaugurazione, immediatamente successiva alla settimana del Cersaie,



del nuovo polo tecnologico di Sassuolo, «uno spazio dedicato all'innovazione all'interno del quale sviluppare ulteriormente la nostra ricerca. L'idea – aggiunge Prodi – è che nei momenti di difficoltà sia necessario investire, ed è esattamente questo che abbiamo scelto di fare». Quanto alle proposte presentate a Cersaie, «parliamo di soluzioni che integrano tecnologia, design e know-how, in grado di accompagnare i clienti nel loro percorso di sviluppo». Innovazione e ricerca i driver che accompagnano la ricerca di Esmalglass-Itaca, combinati a quella sostenibilità ambientale «che rappresenta – conclude Prodi – un asset irrinunciabile su un mercato sempre più competitivo». Sei le novità presentate a Cersaie: Diamond Pro, Silk Diamond, Digitalglass, Prismatech, Glow e Lustrato. Soluzioni differenti tra di loro, ma tutte orientate a risultati, efficienza e redditività, supportate da un servizio tecnico globale con forte capacità di adattamento alle specificità di ogni azienda.

GRUPPO MOMA ceramiche

A TECNA 2026, per sostenere la ripartenza del settore

Visitatori da 100 Paesi, il 45% dall'estero, con la componente internazionale in crescita rispetto alla scorsa edizione








Cento Paesi rappresentati, quattro giorni di affluenza qualificata, con il 45% dei visitatori provenienti dall'estero. La 29ma edizione di TECNA - The Global Expo for ceramics and more svoltasi presso il Rimini Expo Centre segna un cambio di passo per la manifestazione, organizzata da IEG - Italian Exhibition Group in collaborazione con ACIMAC, il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. L'internazionalità è stata il tratto distintivo di questa edizione fin dalla vigilia. Il programma di incoming, costruito con ICE-Agenzia, ha più che raddoppiato i buyer esteri rispetto alle scorse edizioni, portando a Rimini oltre 285 operatori selezionati. La piattaforma di appuntamenti B2B ha lavorato a pieno ritmo per tutti e quattro i giorni. In fiera hanno esposto circa 300 brand, il 39% dei quali arrivava da 19 Paesi esteri e la provenienza della componente internazionale dei visitatori, in crescita, ha tracciato un'ideale road map in grado di raccontare lungo quali traiettorie si muove, oggi, la domanda di tecnologia. In testa per provenienza India, Vietnam, Bangladesh, Turchia, Tunisia, Germania, Regno Unito e Argentina e un ulteriore dato che schiude alla manifestazione ulteriori possibilità di sviluppo, perché quel 15% dei visitatori che non arriva dalla ceramica, ma dal mondo delle altre superfici prova come il perimetro della manifestazione si sia sensibilmente allargato davvero. «Per anni – commenta **Gian Paolo Crasta**, direttore di ACIMAC – TECNA è stata la fiera delle tecnologie per la ceramica e resta la casa dove si ritrovano gli operatori internazionali del settore. Quest'anno, però, si è visto qualcosa di diverso. Il ritorno dei colorifici e delle aziende di additivi dimostra che la filiera ha scelto di ritrovarsi. È un esempio virtuoso di quanto può fare il nostro Paese quando il sistema lavora all'unisono: struttura associativa, operatori fieristici e aziende. Quello arrivato a TECNA è un pubblico qualificato, fatto di persone che decidono investimenti». Il palinsesto di TECNA ha seguito la filiera in tutti i suoi passaggi. I TECNAwards hanno debuttato in un format rinnovato, mentre Decortech Conference, per la prima volta costruita da un Comitato Tecnico di associazioni, aziende, architetti e designer, ha dedicato due giornate al progetto delle multi superfici e i convegni hanno affrontato i nodi concreti del comparto, dall'approvvigionamento delle materie prime, all'intralogistica, fino alla digitalizzazione della fabbrica ceramica. Confermando da una parte il ruolo di TECNA come piattaforma mondiale per le tecnologie della ceramica, dall'altra aprendo la manifestazione ad un perimetro più largo di materiali, settori applicativi e nuovi interlocutori.

(S.F.)

NOTIZIE IN BREVE

«UNA VETRINA IMPORTANTE E UN'OCCASIONE PER PROPORCI AL MERCATO»: M1 A TECNA



«Un'importante vetrina e un'occasione per proporre ad una platea qualificata le tante novità che arricchiscono la nostra gamma». Marcello Iotti, fondatore e presidente di M1, traccia un bilancio oltremodo positivo della presenza dell'azienda reggiana presso Rimini Expo Centre in occasione dell'edizione numero 29 di TECNA. Ragguardevole l'interesse riscosso, anche presso gli operatori esteri, dalle spazzolatrici trasversali 911, protagoniste dello spazio espositivo allestito da M1 in quel di Rimini, con il quale l'azienda reggiana ha voluto valorizzare il percorso di crescita e innovazione intrapreso negli ultimi anni, trovando conferma della solidità delle scelte e delle collaborazioni sviluppate. «Torniamo dall'esperienza vissuta a Tecna con nuovi stimoli, importanti opportunità e la consapevolezza di avere intrapreso, nel nostro modo di fare impresa, la strada giusta».

ICF & WELKO A TECNA 2026: TECNOLOGIA E DIALOGO AL SERVIZIO DELL'INDUSTRIA



La partecipazione di ICF & Welko all'edizione 2026 di TECNA è stata un'importante occasione di incontro con clienti e operatori provenienti da tutto il mondo. Lo stand ha accolto visitatori interessati a conoscere le proposte dell'azienda e a confrontarsi sulle esigenze produttive e sulle prospettive del settore. Particolare attenzione è stata rivolta alle soluzioni elettriche e ibride per le macchine termiche progettate e prodotte da ICF & Welko, un tema sempre più centrale nel dialogo con il mercato internazionale. Gli incontri presso la fiera riminese hanno offerto spunti di confronto su efficienza energetica, flessibilità e innovazione, rafforzando il rapporto con i clienti e aprendo nuove opportunità di collaborazione. Un'esperienza, quella di ICF & Welko a TECNA 2026, che conferma il valore del dialogo tra competenze tecniche e necessità dell'industria.

ELLEK AUTOMAZIONI

Gruppo B&T: l'innovazione industriale riscrive il futuro delle superfici ceramiche


Fabio Tarozzi

«Il nostro compito di partner tecnologici – dice il CEO Fabio Tarozzi – è innovare, elaborando soluzioni in grado di differenziare, governandolo, l'intero processo creativo e produttivo»

«Al di là di quelle che sono le ben note contingenze, la tecnologia per ceramica lavora su un mercato ancora molto ampio, e a mio avviso contendibile. Il vantaggio che abbiamo è il poter proporre le nostre innovazioni, che ritengo siano ancora un passo avanti rispetto ai nostri competitor più agguerriti». Non ha dubbi, **Fabio Tarozzi**, AD di Gruppo B&T, circa la competitività del made in Italy: «le nostre – dice – sono tecnologie che garantiscono efficienza industriale, perché la ceramica è una manifattura industriale. Ed energivora, in funzione 24 ore su 24 per sette giorni su sette: chiede, appunto, efficienza, e anche una differenziazione sul prodotto perché se tutti fanno le stesse cose, poi si scatenano guerre sui prezzi che abbattono quel valore che le nostre tecnologie aiutano invece a creare e mantenere». Va in questa direzione la proposta del Gruppo formiginese, che a TECNA ha proposto una panoramica completa di







soluzioni focalizzate al raggiungimento della massima produttività, all'abbattimento dei costi operativi e all'efficientamento energetico. «Il nostro compito di partner tecnologici – aggiunge Tarozzi – è innovare, sempre e comunque, elaborando soluzioni in grado di differenziare il prodotto ceramico». L'innovazione tecnologica costante e incessante è la vera mission di Gruppo B&T: un DNA che caratterizza tutte le aziende e le soluzioni del Gruppo e che si traduce concretamente nella passione per la ricerca finalizzata a rendere competitive le aziende clienti nel mercato globale, efficientando le capacità produttive nel lungo termine attraverso innovazioni di processo che riducano i costi per metro quadrato, aumentino la qualità e differenzino il prodotto finito. «Le macchine, vuole il luogo comune, devono durare molto e costare poco, ma credo andrebbe fatto un ragionamento più complesso, perché – aggiunge Tarozzi – non si tratta solo di valutare quanto costa la macchina, ma anche di capire quanto ti costerà produrre ceramica con quella macchina. Ogni azienda dovrebbe avere il suo 'vestito': le nostre soluzioni dimostrano la capacità di governare l'intero processo creativo e produttivo. Vogliamo rispondere concretamente alle esigenze di competitività dei nostri clienti, confermando il nostro ruolo di partner strategico globale».

Da Rimini al distretto, nel segno dell'eccellenza

bt-Wonder Tour: un viaggio immersivo alla scoperta di Gruppo B&T

Nello stand di Tecna 2026 la parte del leone l'ha fatta l'area **bt-Surfaces Experience**, spazio focalizzato sul design nel quale sono stati presentati grandi formati con estetiche differenziali e identitarie**,** nati dall'unione di tutte le competenze del Gruppo. L'area **bt-Technology & Innovation Hub** ha invece proposto soluzioni per un processo di produzione versatile e multiformato con SUPERA®, la pressa senza stampo che mantiene i vantaggi della pressatura tradizionale, e l'anteprima della nuova SUPERA® Compact. In esposizione anche macchine termiche



ad alta efficienza, come il sistema aria-gas modulato I.A.G e il forno Titanium® Hybrid (che unisce l'alimentazione a gas alla soluzione elettrica), per ridurre i costi di produzione e rendere gli impianti più flessibili e adattabili ai cambiamenti del contesto energetico. Altro punto centrale dello stand la Smart Factory, con una Control Room concepita come spazio interattivo in cui i visitatori hanno potuto monitorare da remoto e in tempo reale i principali dati sull'andamento di una fabbrica. Lo spazio espositivo riminese ha ospitato tutti i brand di **Gruppo B&T** attivi nel distretto di Sassuolo**: Projecta** ha presentato Multifix, la soluzione per realizzare strutture digitali, **Ancora** ha esposto Vortex, la linea di lucidatura ad alta produttività, mentre **Digital Design** è stata protagonista dell'estetica nell'area bt-Surfaces Experience. Non solo Tecna, tuttavia: parallelamente alla settimana riminese Gruppo B&T ha promosso il bt-Wonder Tour, un percorso immersivo presso il quartiere generale del Gruppo alla scoperta del cuore tecnologico e creativo di Gruppo B&T. Tra queste il bt-LAB, il centro dedicato alla ricerca, alla sperimentazione e allo sviluppo di processo, il bt-Space, lo showroom concepito come spazio di ispirazione per prodotti, materiali e superfici e le sedi di Projecta e di Digital Design.



Qualità, ricerca e servizio
Ferretti Tools guarda al futuro


Andrea Ferretti

Da una decina d'anni sul mercato, l'azienda di Maranello, specializzata nello sviluppo e nella produzione di utensili abrasivi punta sul made in Italy, combinando innovazione e 'saper fare'

È una realtà giovane e dinamica, Ferretti Tools, nata nel distretto ceramico e cresciuta insieme alle aziende del distretto stesso, accompagnando l'evoluzione tecnica ed estetica delle superfici ceramiche. Specializzata nello sviluppo e nella produzione di utensili abrasivi e soluzioni tecniche per il settore ceramico, l'azienda ha raccolto la sfida di un mercato che chiede soluzioni in grado di combinare qualità e servizio nel segno del made in Italy. Prodotti testati ed affidabili, risultato di una gestione interna del processo che garantisce allo staff di Ferretti il controllo dei tempi, della qualità e l'ottimizzazione dei costi raccontano una realtà in grado di offrire ai produttori di superfici ceramiche soluzioni affidabili e performanti e personalizzate, in grado di aderire alle necessità di processi produttivi sempre più evoluti anche grazie ad un servizio puntuale ed efficiente, «che dal nostro punto di vista ha la stessa importanza della qualità del prodotto: il nostro target – spiega il CEO **Andrea Ferretti** – è infatti una clientela evoluta, che interpreta l'innovazione e la qualità come valore aggiunto». Nata una decina di anni fa, l'azienda ha base nel distretto ceramico e del distretto ha 'assorbito' quella filosofia che ne ha determinato, e ne determina tuttora, le fortune. «Essere presenti nel distretto permette di essere a contatto continuo con le evoluzioni di processo e prodotto, e di essere parte di un know how collettivo al quale la nostra azienda aggiunge le proprie competenze: la differenza – aggiunge Ferretti – la fanno le materie prime che utilizziamo, la ricerca costante di soluzioni sempre più performanti. Credo profondamente in questo modello che nel settore ceramico combina innovazione e 'saper fare' e fa sì che quando si acquistano prodotti che fanno riferimento al nostro distretto si acquistano anche un 'saper fare' e una mentalità riconosciuti dal mercato». Muove anche da questa riconoscibilità che Ferretti quasi rivendica la crescita di questa giovane azienda che guarda al futuro e ne studia le opportunità, non senza perdere di vista quelle che sono le criticità derivanti dalle difficoltà del fare impresa in Italia. «Ci si scontra, evidentemente, con una politica industriale che non credo valorizzi appieno l'eccellenza di quel sistema industriale che il distretto ceramico ha costruito negli anni, ma si tratta di un contesto con il quale ogni imprenditore del settore fa i conti quotidianamente. Quindi – conclude Ferretti – guardiamo avanti, innovando ed investendo e a chi determina le politiche industriali nel nostro paese darei solo un consiglio: mettetevi le scarpe antinfortunistiche e venite nei nostri stabilimenti. Solo così capirete come lavoriamo e quali sono, oggi, le esigenze di chi fa impresa in Italia».







il Dstretto

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

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

IMPAGINAZIONE
gilbertorighi.com

STAMPA
CSQ S.p.A - Erbusco (BS)

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

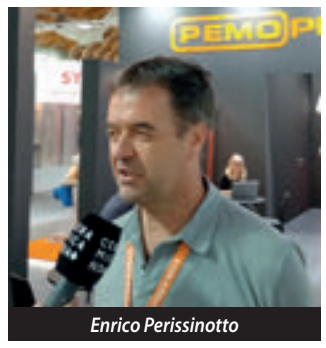
www.ceramicanda.com



Perissinotto – Pemo Pumps,
80 anni nel segno dell'innovazione

L'azienda milanese festeggerà il prestigioso traguardo l'anno prossimo: una gamma all'avanguardia di pompe centrifughe antiusura ne fa un partner di grande affidabilità anche per il settore ceramico grazie a soluzioni personalizzate, frutto di un know how pluridecennale, che fanno la differenza




Enrico Perissinotto




Fausto Zini

«La differenza la fanno la ricerca, i materiali utilizzati, la capacità di fornire le soluzioni richieste dai clienti». Tutto il mondo è paese, quando si parla di fornitura: qualità e servizio sono driver di successo per trovare spazio nelle filiere industriali più evolute, e se si accompagnano ad una comprovata affidabilità il resto viene da sé. La frase di apertura fa sintesi della filosofia aziendale di Perissinotto SpA - Pemo Pumps, azienda fondata negli anni Quaranta, leader nella progettazione e produzione di pompe centrifughe antiusura, e la pronuncia **Fausto Zini**, responsabile della divisione ceramica di questa realtà con sede a Vimodrone che opera nel settore ceramico dal 1955 e dal 2010 ha impresso una svolta al proprio business applicando sistemi centrifughi intelligenti, progettati per l'alimentazione degli atomizzatori ceramici. «Il settore ceramico ci ha chiesto novità, soluzioni personalizzate: il nostro know how ci ha consentito di rispondere anche alle loro esigenze», spiega Zini, ad avviso del quale uno dei fattori di successo dei prodotti Perissinotto – Pemo Pumps è il fatto che «la nostra azienda vive le fabbriche, cerca di essere sempre a contatto con il cliente: la sfida che abbiamo raccolto è quella di garantire stabilità ai processi, garantendo la maggiore efficienza possibile e, allo stesso tempo, personalizzando ogni soluzione». Il risultato sono oltre 45mila pompe installate nel mondo, utilizzate in più settori – oltre alla ceramica, tra gli altri, i settori chimico e farmaceutico, quello alimentare, quello siderurgico e quello minerario – che hanno trovato in questa azienda milanese in grado di fornire tecnologie su misura e prestazioni su scala globale. Anche grazie ad un know how pluridecennale: sullo stand di Perissinotto al Tecna, la fiera della tecnologia tenutasi a Rimini che si è conclusa due settimane fa, campeggia infatti il logo dell'80mo anno di attività che Perissinotto SpA – Pemo Pumps festeggerà l'anno prossimo. Come nel business e nella ricerca, spiega **Enrico Perissinotto**, uno dei titolari dell'azienda, «ci siamo messi avanti. Per noi è un grande traguardo, che siamo contenti di poter festeggiare. Abbiamo una storia da raccontare, ma la storia da sola non basta». I clienti chiedono soluzioni, «e le nostre proposte nascono da un dialogo ed un confronto costante, oltre che da un'analisi dettagliata dei processi industriali in cui vengono impiegate». Tecnologie avanzate, l'utilizzo di leghe antiusura tra le più evolute garantiscono alla gamma Perissinotto – Pemo Pumps standard qualitativi sui quali l'azienda ha costruito la propria reputazione, dandole spessore con un servizio clienti rapido e competente. Dando un senso ad un 'made in Italy' del quale Perissinotto – Pemo Pumps si compiace di essere interprete, «anche se la concorrenza c'è, e spesso sleale. Ma la nostra difesa – conclude Enrico Perissinotto – è sempre stata la qualità. Ai concorrenti sleali dico che copiare è facile, ma se non sai cosa c'è, a livello di ricerca e studio, dietro a quello che copi, il risultato non sarà mai la soddisfazione del cliente. Soprattutto in settori, come la ceramica, che si avvalgono di processi industriali evoluti e all'efficienza del processo prestano la dovuta attenzione».



















SACMI, 'You'll never walk alone'

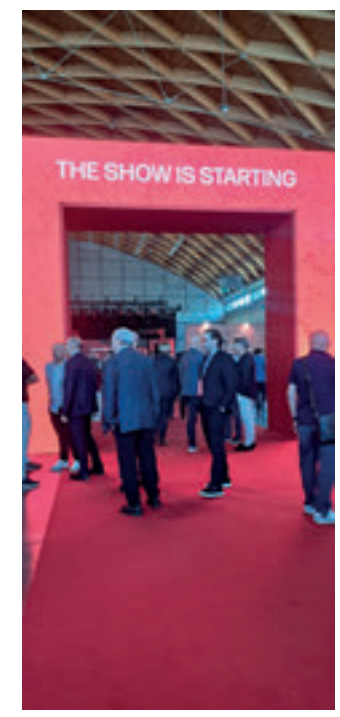
Innovazione, servizi e visione


Paolo Mongardi

L'azienda imolese ha proposto, a TECNA, un'esperienza immersiva tra tecnologie, processi e superfici: la presenza a Rimini è parte di un percorso più ampio, culminato presso la rinnovata sede del SACMI Tiles Lab. «La tecnologia italiana – spiega il Presidente Paolo Mongardi - continua ad avere il suo passo, che la mantiene in vantaggio rispetto alla concorrenza grazie a qualità e servizio»

«Abbiamo scelto un claim che facesse capire come la nostra volontà sia quella di accompagnare il cliente lungo una strada nuova, quella di un'automazione sempre più evoluta degli impianti per garantire loro un'efficienza sempre maggiore». Passa da un motto ben conosciuto ai più ('You'll never walk alone') la presenza di SACMI a TECNA 2026: il colosso imolese quasi rivendica la sua leadership tecnologica attraverso un allestimento «che – dice **Paolo Mongardi**, Presidente di SACMI – accompagna i clienti nel nostro mondo: qui un percorso immersivo, un'occasione di incontro e confronto, a Imola il nuovo Tiles Lab, completamente rinnovato e pensato per anticipare i trend evolutivi del settore». L'allestimento riminese anticipa un'esperienza più ampia, che prosegue presso il quartier generale di SACMI, dove è possibile osservare da vicino le tante novità attraverso le quali la ricerca dell'azienda imolese ridisegna il processo produttivo in tutte le sue fasi. «La tecnologia occidentale continua ad avere un suo passo, che la tiene un passo avanti rispetto ai competitor esteri, cinesi in particolare, e questo è un vantaggio – aggiunge Mongardi – che dobbiamo continuare a sfruttare. Innovando, puntando su qualità e servizio. Il fattore costo incide sia sull'elaborazione, da parte nostra, di nuove tecnologie, sia sulle scelte dei clienti, ma io resto convinto che 'chi compra male compra due volte', quindi SACMI continua a puntare sul servizio, sulla personalizzazione, sulla flessibilità oltre che sull'efficienza. Oggi la tecnologia vincente non è quella che garantisce volumi, ma quella in grado di intercettare le necessità del cliente e le esigenze di un mercato che cambia e la qualità la riconosce». Va in questa direzione la proposta cui SACMI dà concretezza presso il suo rinnovato Tiles Lab di Imola: materiali, prodotti e tecnologie vengono 'calati' in un contesto applicativo reale. Flessibilità, continuità di processo, qualità estetica elaborano un linguaggio nuovo, al centro del quale la formatura Continua+ è uno degli elementi chiave per interpretare le nuove esigenze di mercato, e si combina con la Deep Digital Line, un ecosistema integrato di applicazioni digitali pensato per aprire nuove possibilità alla progettazione di superfici ceramiche, cui sovrintendono i sistemi di visione intelligenti di SACMI-Italvision e la control room allestita presso il Lab imolese: un 'cervello digitale' i cui dati sono in grado di generare nuove modalità di monitoraggio, assistenza e manutenzione. Il percorso disegnato dal Tiles Lab si estende all'intero flusso produttivo, e propone anche soluzioni per il fine linea con soluzioni per il confezionamento e il picking, non senza mettere in evidenza le diverse possibilità di finitura offerte dalle soluzioni di BMR, azienda scandinavese leader nel finishing ceramico.









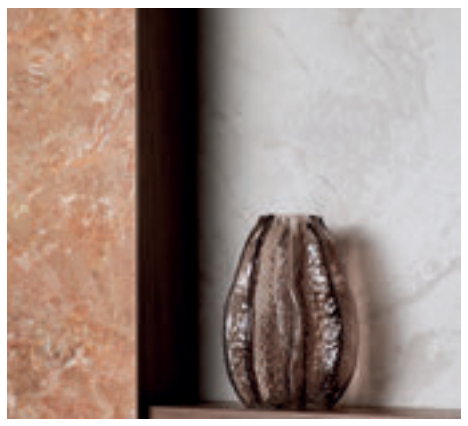


Le 'Design Nights' di Iris Ceramica Group

Con 'One Matter, Many Stories' il Gruppo racconta molteplici interpretazioni di un'unica identità attraverso la materia ceramica

«Abbiamo voluto unire simbolicamente diversi linguaggi, raccontando Iris Ceramica Group al mondo del design e dell'architettura attraverso i nostri showroom. Qui c'è la nostra identità, e qui abbiamo voluto celebrarla». Una narrazione inedita, per Iris Ceramica Group, che con 'One Matter, Many Stories' ha trasformato i propri spazi espositivi in «dimore identitarie, che – spiega **Federica Minozzi**, CEO di Iris Ceramica Group - vedono le diverse sensibilità del Gruppo interpretare la ceramica come una materia che possiamo plasmare e modellare per creare effetti sempre nuovi. Il contesto attuale, fortemente condizionato da una concorrenza particolarmente agguerrita, ci obbliga ad un'evoluzione continua, che possa trovare sintesi in produzioni uniche ed esclusive». Innovazione tecnologica e ricerca estetica diventano, quindi, fattori imprescindibili per superare criticità ben note. «L'industria ceramica italiana – aggiunge Minozzi – deve avere il coraggio di rischiare, mettersi in discussione, studiare soluzioni che la portino oltre i suoi interlocutori abituali.









Dobbiamo essere orgogliosi del nostro know how, della nostra capacità di creare valore aggiunto, perché la ceramica è una materia che ha caratteristiche uniche, in grado di rivendicare il proprio spazio nel mondo del design, della progettazione, dell'interior come del furniture». E proprio la materia è stato il filo conduttore della narrazione elaborata da Iris Ceramica Group in occasione delle sue 'Design Nights'. Dalle nuove superfici del brand Fiandre, Dover White, nate dall'inedita tecnologia material-based IRIDIA: la sintesi, misurata e sensibile, delle più avanzate tecnologie produttive sviluppate da Iris Ceramica Group, orchestrate da un sapere manifatturiero che ne valorizza il potenziale con una superficie esclusiva, capace di esprimere profondità, movimento e autenticità con straordinaria naturalezza. Accanto ai marmi, la nuova pietra sofisticata di Sapienstone Negresco e quella dai colori naturali Portland di Ariostea, presentata anche in una versione iper-strutturata grazie all'inusuale gioco di sovrapposizioni di texture e due nuove Color Block del progetto Reloaded - Diesel Living with Iris Ceramica si uniscono alle precedenti lanciate alla Milan Design Week, «che – aggiunge Minozzi - completano la palette materica di superfici disruptive e contemporanee nate da una collaborazione, quella con Diesel, che ci ha permesso di entrare in contatto con il mondo del fashion».

Il Premio Ciliegia d'Oro a Federica Minozzi

La cerimonia si è tenuta la settimana scorsa presso la Sala dei Contrari del Castello di Vignola

Un altro riconoscimento per Federica Minozzi che ha ricevuto il Premio Ciliegia d'Oro 2025. La cerimonia si è svolta la settimana scorsa presso la Sala dei Contrari del Castello di Vignola, messa a disposizione dalla Fondazione di Vignola**,** alla presenza, tra gli altri, del presidente del Centro Studi Vignola Massimo Toschi**,** del sindaco di Vignola Angelo Pasini e del Direttore BPER Banca sede di Vignola Marco Creatura**.** Il prestigioso riconoscimento è stato istituito nel 1981 ed è promosso ogni anno dal Centro Studi di Vignola con il sostegno



dell'azienda Toschi Vignola *e di* BPER Banca per rendere omaggio a personalità che si sono particolarmente distinte in campo sociale, culturale, imprenditoriale, sportivo o umanitario. «Federica Minozzi – si legge sulla motivazione - rappresenta da oltre vent'anni una delle figure più autorevoli e innovative dell'industria ceramica internazionale. Il 2025 è stato per lei un anno particolarmente significativo, segnato da importanti riconoscimenti al suo impegno imprenditoriale e alla sua capacità di leadership». A coronamento di questi traguardi, ha scritto ancora la Giuria, «si aggiunge la Ciliegia d'Oro, ulteriore attestato di stima per una guida che coniuga visione internazionale, innovazione tecnologica, sostenibilità e responsabilità sociale, contribuendo alla crescita del Made in Italy e rappresentando un autentico orgoglio per il territorio modenese».

CERAMICANDA TV
LA STAGIONE TV 2026-2027
TRC Modena: Gio 22:30; Sab 13:00
Telereggio: Merc 22:30; Dom 13:30
www.ceramicanda.com
CERAMICANDA TV

L'Almanacco
La nostra selezione delle principali notizie degli ultimi 20 giorni
FATTI DAI COMUNI DEL DISTRETTO
il Dstretto
anno 17 numero 353 / 10 Ottobre 2026

Quanti 'finti carabinieri'…

Poi, per fortuna, arrivano quelli veri

Due episodi, verificatisi negli ultimi 10 giorni, rilanciano l'allarme sulle truffe agli anziani, e soprattutto su quella posta in essere con l'espediente del 'finto maresciallo': sedicenti militari contattano le potenziali vittime inducendole a consegnare loro gioielli, contanti e oggetti di valore. Fattispecie odiosa, che carpisce la buona fede di fasce deboli della popolazione, ma nei confronti della quale, visto il numero di arresti, le contromisure funzionano

L'ultimo episodio una settimana fa, a Sassuolo. Dove i militari della locale compagnia (1) hanno arrestato, in flagranza di reato, due truffatori (54 e 19 anni) indagati di tentato furto in abitazione posto in essere con la cosiddetta tecnica del 'finto carabiniere'. Che funziona così, per chi non lo sapesse: un malvivente contatta una persona, di solito un anziano o un'anziana, spacciandosi per un appartenente all'arma, spiegando loro che sarebbero stati raggiunti, a casa, da un collega che prende in consegna gioielli o contanti, o oggetti di valore. La motivazione addotta dai truffatori sono verifiche in ordine a fatti criminosi avvenuti in zona, o problemi di qualche parente degli anziani contattati che, di solito, cadono nel tranello. A Sassuolo, ad esempio, i due anziani contattati avevano già raccolto gioielli (per 10mila euro di valore) e contanti per consegnarli al sedicente carabiniere, fermato tuttavia dalle forze dell'ordine. Operazioni analoghe 10 giorni fa, quando i carabinieri di Sassuolo hanno arrestato un altro sedicente maresciallo, che era invece un truffatore di 52 anni, e a Maranello, il 23 settembre, quando è stata una segnalazione del 112 ad attivare i 'veri' carabinieri, con altri due truffatori finiti agli arresti domiciliari. Scorrendo le cronache, si registrano arresti anche nel reggiano, con un 22enne e un 25enne finiti nella rete delle forze dell'ordine tra giugno e luglio a suggerire di tenere alta l'attenzione. Suggerimento raccolto, visto il moltiplicarsi delle fattispecie, con una serie di incontri organizzati proprio dalle forze dell'ordine per mettere le potenziali vittime in guardia rispetto a questi odiosi reati. L'anno scorso se ne erano tenuti diversi tra Sassuolo e Formigine, e pochi giorni fa presso il centro 'Ruffilli' di Casalgrande.


1

Sassuolo e Scandiano, progetto di collaborazione dei servizi sanitari

Le Aziende USL di Modena e Reggio Emilia lavorano insieme per rafforzare la continuità dei percorsi di cura e rendere più vicine e integrate le risposte ai bisogni dei cittadini. Costruire una rete dei servizi più integrata, capace di rispondere in modo più efficace ai bisogni di salute di una popolazione che vive, lavora e si sposta quotidianamente tra territori contigui è l'obiettivo del percorso, avviato


2


3

a seguito dell'incontro che si è tenuto tra le Direzioni delle due Aziende e i Sindaci di Sassuolo e Scandiano, Matteo Mesini (2) e Matteo Nasciuti (3).

Maxi sequestro di droga a Formigine: un 47enne in manette

Circa 124 chilogrammi di hashish e 9,5 chilogrammi di cocaina. Sono gli esiti di un'operazione posta in essere dai Carabinieri di Formigine nell'ambito di un mirato servizio antidroga (4). L'uomo, un 47enne, era 'attenzionato' da tempo: durante la perquisizione nel garage della sua abitazione sono stati trovati tre grossi pacchi di hashish dal peso totale di circa 124 chilogrammi, mentre in cantina sono stati rinvenuti 9,5 chilogrammi di cocaina in sedici pacchi, due bilance di precisione e materiale per il confezionamento. In casa anche circa 48mila euro in contanti, nascosti in parte nei divani del salotto e in parte in uno zaino.


4

Ex Circonvallazione 189 dal consiglio comunale ok alla demolizione

Se ne parla da non meno di dieci anni, ma il 2027 potrebbe essere l'anno buono. Il consiglio comunale di Sassuolo ha infatti mosso l'ennesimo passo avanti verso la demolizione del 'palazzaccio' di via Circonvallazione 189 (5), abbandonato da tempo, piazzando la linea del traguardo per l'avvio delle demolizioni al prossimo anno: al posto dello stabile il masterplan predisposto dall'Amministrazione su progetto dello studio MC2AA prevede la realizzazione di nuove strutture, Centro antiviolenza Tina, il Centro per le Famiglie e una nuova area pubblica a disposizione del-


5

la Guardia di Finanza. Oltre 6 milioni l'investimento richiesto; poco più di uno è già coperto da un contributo regionale, per gli altri 5 sarà necessario il Comune accenda un mutuo. Polemiche ovvie, visto l'importo, tra maggioranza e opposizione.

Controlli del territorio a Sassuolo: più di 850 persone identificate

Oltre 850 persone identificate e 11 denunce. E' il bilancio delle attività degli ultimi dieci giorni della Polizia di Stato di Sassuolo (6), che ha intensificato la propria attività di controllo del territorio interessando



6

il centro cittadino, i parchi pubblici, le stazioni ferroviarie, i centri commerciali e diversi esercizi pubblici di somministrazione alimenti e bevande, oltre che alcune sale scommesse.

(P.R.-S.F.)



Quando ti fai bello col bollo degli altri

La tassa automobilistica abolita dal governo era riscossa dalle Regioni

Donald Trump respinge con sdegno le accuse mosse contro l'intelligenza artificiale: "Non è vero che distruggerà l'umanità": a quello semmai ci penserà lui.

L'influencer di Futuro Nazionale "Eterno" brucia pubblicamente il Corano. Vannacci si dissocia: non gli piace che venga oltraggiato uno dei suoi principali punti di riferimento del patriarcato mediterraneo.

Aboliscono il bollo auto platealmente e, quatti quatti, tagliano lo sconto sulle accise del gasolio. Il pieno di ridicolo adesso ci costa un po' di più.

Crosetto: "L'Italia non è in guerra", poi non aggiunge altro perché non ha tempo di approfondire: deve correre a garantire la sicurezza dei soldati che stanno combattendo sul fronte saudita.

Putin ha dovuto investire risorse, in un momento critico, per reprimere le liste di opposizione in vista delle libere elezioni russe. È il prezzo della democrazia….

L'Italia riaccende dopo quarant'anni le centrali nucleari. I corsi e i ricorsi della scoria.

Bologna, un uomo muore durante un fermo di polizia; la giustificazione: "Aveva problemi di salute pregressi", e bisogna in effetti riconoscere che la giustizia è malata da tempo.

Il no di Conte sulle armi a Kiev è l'arma letale contro Schlein?

Scuola, il governo ritiene giusto mettere un tetto al numero di stranieri in ogni classe. Forse per par condicio, avendo visto che gli italiani – con la denatalità – il loro tetto se lo sono già messi da soli.

I servizi segreti americani avevano avvisato Netanyahu che il New York Times avrebbe scritto che i servizi segreti egiziani lo avevano preavvisato dell'attentato del 7 ottobre. Ma i servizi segreti israeliani sapevano che Netanyahu avrebbe negato tutto – glielo avevano suggerito loro.

Il ruolo dei centri di salute mentale si sta rivelando insostituibile. Quando un tizio travolge in auto qualcuno, o lo accoltella, nella cartella clinica ci sono già domicilio e movente.

Sentenza caso Regeni, Tajani: "Sono state condannate tre persone, non l'Egitto". Per cui non generalizziamo certi giudizi: è stato il Tajani, non gl'italiani.

Israele. Il copilota accoltella il pilota, ma l'aereo invece di schiantarsi trova un atterraggio di fortuna nell'urna elettorale.

Soggetti che sono in giro e accoltellano a caso - i casi aumentano. Facciamo il nostro gioco, condannati alla pena di sorte.

(Massimo Bassi)









AI e sicurezza: chi mette i freni tiene anche il volante?

Adottare l'AI significa affidare pezzi di lavoro a un ecosistema le cui condizioni vengono decise altrove. Conviene quindi chiedere garanzie verificabili

Quando chi vende intelligenza artificiale comincia a chiedere di rallentarne lo sviluppo, qualche domanda sorge. Un po' come se il concessionario – esempio dovuto nella nostra terra di motori, o Motor Valley come la chiamano ora quelli bravi - dopo averci convinto a comprare l'auto più potente del mercato, ci accompagnasse all'uscita raccomandandoci di andare piano. La preoccupazione può essere sincera. Resta interessante capire quando è arrivata, e chi deciderà i limiti di velocità. OpenAI, l'azienda che ha creato ChatGPT, propone un coordinamento internazionale per definire standard comuni sulla sicurezza dell'AI, con gli USA alla guida. L'obiettivo? Condividere criteri per valutare capacità e rischi, segnalare incidenti e mantenere il controllo umano sui sistemi più avanzati. Il tema centrale è l'auto-miglioramento ricorsivo: la possibilità che un'intelligenza artificiale contribuisca a creare versioni sempre più potenti di se stessa. Un processo che, diventasse autonomo, renderebbe particolarmente delicata la questione di chi tiene le mani sul volante. A rendere il dibattito meno astratto le dimissioni di Jacob Coxon, ricercatore passato da OpenAI ad Anthropic, che ha accusato entrambe le aziende di correre verso una superintelligenza capace di migliorarsi da sola, assumendo rischi inaccettabili. Denuncia pesante, perché arriva dall'interno di un settore che promette di trasformare praticamente ogni attività economica. Le sue previsioni restano valutazioni personali, senza diventare per questo una scadenza scientificamente accertata per la fine del mondo, ma liquidare questi allarmi come trovate pubblicitarie sarebbe superficiale. Sistemi capaci di agire su software, dati e infrastrutture richiedono controlli seri. Anche perché un conto è ricevere una risposta sbagliata da un chatbot, un altro è affidargli accessi e autonomia operativa: il margine d'errore cambia parecchio quando il collaboratore digitale può anche premere i pulsanti. Resta però un conflitto d'interessi abbastanza evidente. Le aziende che stanno costruendo questa tecnologia vogliono contribuire a stabilire le condizioni per svilupparla. E regole costose, certificazioni complesse o requisiti accessibili soltanto a chi dispone di enormi risorse potrebbero proteggere chi è già in testa: la sicurezza, denuncia un'inchiesta di Associated Press, diventerebbe anche una barriera competitiva, capace di consolidare il potere dei grandi laboratori. Il rischio? Un mercato congelato nelle posizioni attuali, corredato da un elegantissimo bollino di responsabilità.

La questione cinese aggiunge un ulteriore livello. Una cornice globale guidata da Washington potrebbe rafforzare l'influenza americana sulle condizioni di accesso al mercato e mettere in difficoltà concorrenti cinesi. È una possibile lettura geopolitica, che richiede prove prima di diventare un'accusa sulle vere intenzioni dei promotori. OpenAI, peraltro, dichiara che gli obblighi dovrebbero essere proporzionati ai rischi e preservare la concorrenza. La distanza tra questi principi e le regole concrete sarà il terreno su cui valutarla. Per le imprese, comprese quelle del nostro distretto reduci da un mese intensissimo di fiere, questa partita riguarda anche costi, scelta dei fornitori e dipendenza tecnologica. Adottare l'AI significa affidare pezzi di lavoro a un ecosistema le cui condizioni vengono decise altrove. Conviene quindi chiedere garanzie verificabili, mantenere supervisione sulle attività delicate e conservare la possibilità di cambiare piattaforma.

La sicurezza merita regole serie e controlli indipendenti. Merita anche che qualcuno controlli chi scrive le regole: da tempo l'AI è uscita dallo scaffale dei progetti futuribili ed è entrata (a gamba tesa) nelle nostre vite e nelle nostre aziende. Se continueremo a lasciare in mano a pochi una parte così rivoluzionaria del presente dell'umanità , leggere le clausole in piccolo nei contratti che firmiamo dovrebbe essere una buona abitudine.



abrercity.it

MARTEDÌ 1- MERCOLEDÌ 2

DICEMBRE 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

CERAMICANDA