

**CERA  
MICA  
NDA** ◆

M A G A Z I N E

UOMINI | AZIENDE | ECONOMIA | MERCATO | PROGETTI

139 GIUGNO - AGOSTO  
2020

**MERCATO**

2019 in chiaroscuro  
per la piastrella

**IL CASO**

Un anno senza  
il Cersaie

**INTERVISTA**

Carlo Cottarelli:  
imprese e rilancio

**TENDENZE**

Spazi e ambienti:  
abitare il colore

# CREA LA TUA *atmosfera*

CON LE COLLEZIONI DELLE **FUGHE MAPEI**



Le fughe più belle sono sempre **Mapei**. 5 collezioni per soddisfare tutti i gusti e 4 prodotti a prova di sporco e di muffa: **Ultracolor Plus**, **Kerapoxy**, **Keracolor** e **Flexcolor**. Per i vostri pavimenti e rivestimenti lasciate spazio alle fughe colorate Mapei.

È TUTTO **OK**, CON **MAPEI**





**ALL  
FOR  
TILES**

**I NUMERI DELLA PRIMA EDIZIONE 2019**  
THE NUMBERS OF THE FIRS EDITION 2019



**17** Convegni  
Conferences

Relatori  
Speakers

**22**



**126** Espositori  
Exhibitors

Start Up **6**



**2** Arene Video  
Cinemas



**5.741**

Utenti Web  
Web Users

**31.239**

Visualizzazioni di pagina  
Page Views

Oltre  
Over **7.500**



Visitatori  
Visitors



di cui  
of which **3.500**  
settore ceramico  
ceramic sector

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

12-13 NOV 2020  
MODENA FIERE

Per fortuna  
**ALLFORTILES c'è!**  
Fortunately, there is ALLFORTILES!

**ALL  
FOR  
TILES**

DETTAGLI, SOLUZIONI, IDEE  
PER L'INDUSTRIA CERAMICA

DETAILS, SOLUTIONS, IDEAS FOR THE CERAMIC INDUSTRY

CERA  
MICA  
NDA

# EDITORIALE

## Ripartiamo con ALLFORTILES

Il 12 e 13 novembre, presso ModenaFiere,  
l'edizione 2020 di ALLFORTILES,  
**arricchita dalla formula 'Online for 1 year'**

---

di Roberto Caroli

[carocaroli@ceramicanda.com](mailto:carocaroli@ceramicanda.com)

Per fortuna ALLFORTILES c'è! In controtendenza rispetto a tutte le fiere di settore, italiane e non, che hanno gettato la spugna. Per fortuna ALLFORTILES, la fiera delle materie prime, macchine e tecnologia per l'industria ceramica, servizi, idee e dettagli, non cancella il suo appuntamento con l'industria ceramica italiana e aprirà regolarmente i battenti nel quartiere fieristico di Modena nelle giornate di giovedì 12 e venerdì 13 novembre 2020. Per fortuna

ALLFORTILES c'è! Rimane l'unico momento di aggregazione di questo 2020 nel quale il comparto ceramico italiano può ritrovare se stesso dopo il lockdown, misurarsi con le restanti realtà della fornitura, confrontarsi con imprenditori, dirigenti e tecnici che operano nella produzione ceramica, prendere coscienza delle novità che fanno la differenza e consolidano il valore del Made in Italy. Per fortuna ALLFORTILES c'è! Con le dovute distanze, nel rispetto dei nuovi





regolamenti fieristici, il settore ceramico italiano cercherà a Modena l'occasione per stare insieme, per fare strategia, per fare spogliatoio, per ricaricarsi e ritrovare le energie per il suo rilancio! Per fortuna ALLFORTILES c'è!

L'obiettivo di quest'anno è raggiungere e superare i 150 espositori, ai quali gli organizzatori proporranno anche la versione fiera 'Online for 1 year': grazie ad accurati servizi televisivi che andremo a realizzare negli stand, a richiesta

anche in azienda, e che saranno visibili durante tutto il 2021, sottotitolati in lingua inglese, nella homepage del sito internet di Ceramicanda, nello spazio dedicato a ALLFORTILES. Inoltre organizzeremo un ricco programma di convegni, che rimangono una importante colonna della manifestazione! All'interno troverete la versione 2020 del mediakit.

Per fortuna ALLFORTILES c'è!!!

Buona fiera a tutti!



Anno XXI - Numero 139 - GIUGNO - AGOSTO 2020  
(Chiuso in tipografia il 07/08/2020)

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

**DIRETTORE RESPONSABILE**

Roberto Caroli  
carocaroli@ceramicanda.com

**COLLABORATORI**

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

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

**EDITORE**

Ceramicanda s. r. l.

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

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

**PUBBLICITÀ**

Ceramicanda s. r. l.

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

Tel. 0536.990323 - Fax 0536.990402

promozione@ceramicanda.com

**PROGETTO GRAFICO**

AdverCity.it

**IMPAGINAZIONE**

gilbertorighi.com

**STAMPA E CONFEZIONE**

Grafiche MDM

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

## SOMMARIO

### 2 Editoriale

Ripartiamo con ALLFORTILES

### 6 Artista

Livio Moiana

### 9 Mercato

Ceramica: un 2019 in chiaroscuro

### 12 Il caso

Un anno senza Cersaie: «decisione  
comprensibile, ma non condivisibile»

### 16 L'opinione

Miuccia Prada: «web e streaming  
coinvolgono il grande pubblico»

### 21 Mercato

La 'fase due' e i mercati esteri:  
la Russia e i paesi del Golfo

### 27 Intervista

Carlo Cottarelli: il sistema Italia  
tra debiti e rilancio

### 30 Scenari

Filippo Taddei: «Per il paese  
Sarà decisivo il 2021»

### 34 Economia

I 'peccati' del turbocapitalismo  
made in China

### 39 News aziende

Prodotti e produttori

### 42 Intervista

Andrea Bordignon: «Il business ceramico  
di Victoria PLC parla italiano e spagnolo»

### 44 Aziende

Florim pubblica il XII  
bilancio di sostenibilità

### 47 Tendenze

Interior design: abitare il colore

### 56 Collezioni

Superfici evolute per l'architettura

### 60 Progetto

Grand Resort Cyprus: un contesto  
di valore per le soluzioni Caesar

### PRIMO PIANO

52 Granitifiandre

54 Mirage

### 66 Grazie per averci scelto

**CERAMICANDA** ◆  
COMMUNICATION PROPOSALS



Via De Amicis, 4  
42013 Veggia di Casalgrande (RE)  
T. +39 0536.990323  
F. +39 0536.990402  
redazione@ceramicanda.com  
ceramicanda.com





Floor: Timeline / Wall: Boutique Bloom / Furniture: Boutique  
Porcelain stoneware collection

WE DESIGN BEAUTY

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

 **DELCONCA**



**Livio Moiana**

Nato nel 1969 a Como, lavora da 25 anni come fotografo pubblicitario e ritrattista. Diplomato in fotografia pubblicitaria e moda allo IED di Milano nel 1991. Nel 1993 si trasferisce a Miami e, dopo aver lavorato per Mickey Rourke, sceglie di allargare la sua ricerca al settore del ritratto e dello spettacolo. Rientrato in Italia diventa

fotografo ufficiale di Radio Capital per volontà di Claudio Cecchetto. Negli anni successivi lavorerà, tra gli altri, per Nestlè, Mediaset, Radio DeeJay, Il Sole 24 ore, Klaus Davi & co., BRW & partners, Regione Lombardia, Skechers e altri. Amante delle sfide in campo professionale, ha scelto di spaziare in più settori tenendo come punto focale la persona e le sue emozioni.



### **Shapes (of freedom)**

Da 20 anni Livio Moiana si dedica alla realizzazione di immagini in bianco e nero in cui il corpo umano è fonte di creazione per raccontare ed esprimere emozioni che ognuno è libero di interpretare. Le foto infatti non hanno titoli né descrizioni, ed in questa raccolta di fotografie, spiega l'autore, «non viene volutamente mai

mostrato il viso della persona ritratta. Protagonisti in queste immagini – sottolinea Moiana - devono essere solo il corpo attraverso le sue linee, i suoi intrecci e contorsioni, e le emozioni che cerca di esprimere». Le immagini di questa raccolta fotografica, intitolata "Shapes (of freedom)", sono state esposte in Italia, Cina, Francia, Inghilterra e Spagna.



PORCELANOSA



PORCELANOSA Grupo

Devon Riviera 19,3 cm x 180 cm ant. / Durango Acero 59,8 cm x 150 cm / Spiga Durango 59,8 cm x 150 cm

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

# Un 2019 in chiaroscuro per la piastrella

A cura di Stefano Fogliani

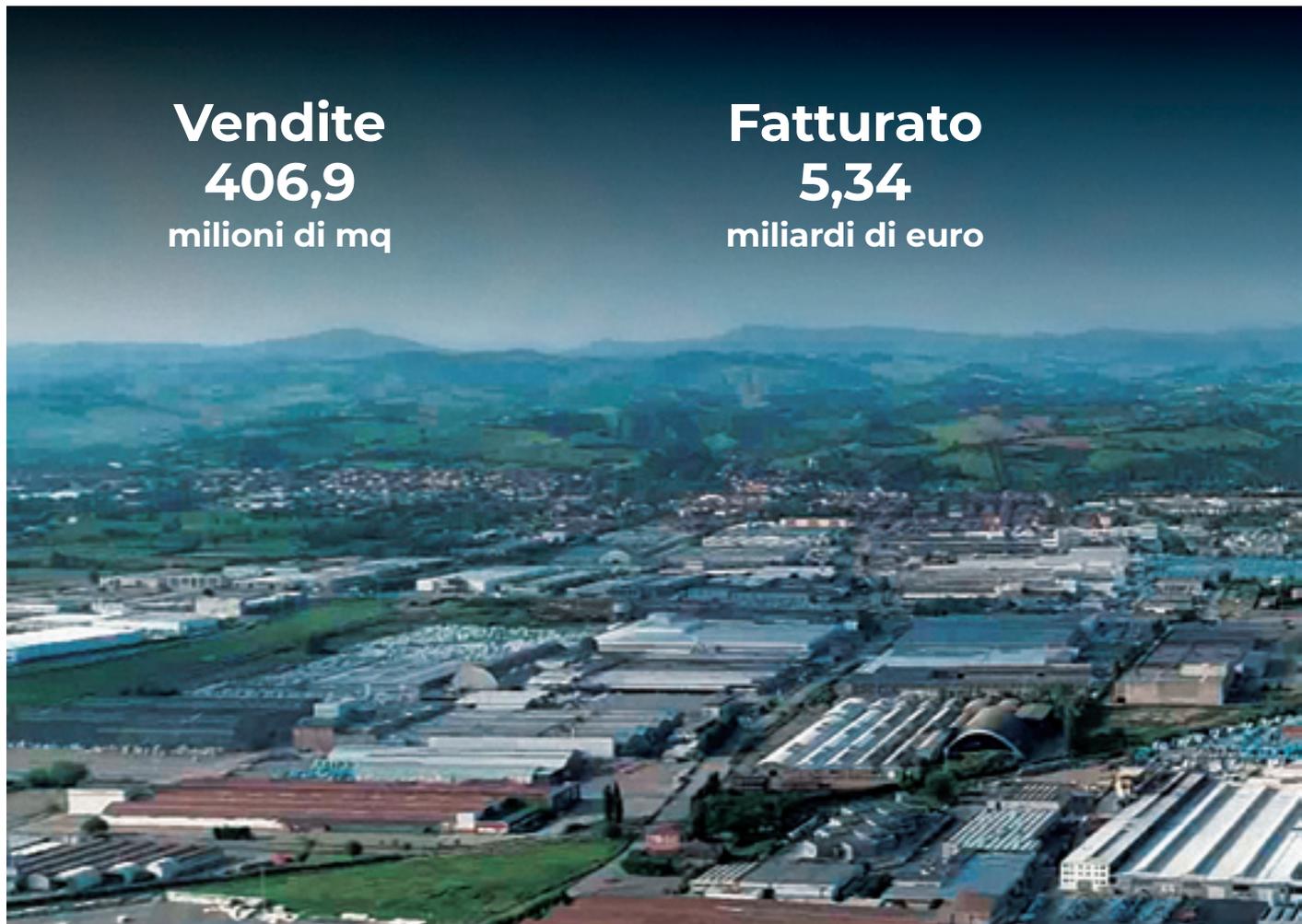
Le performances di settore confermano transizione non semplice, cui le aziende reagiscono continuando ad investire

Il 2020 sarà inevitabilmente condizionato dall'emergenza sanitaria, e la flessione dovuta al lockdown – quantificata oggi in 350 milioni di euro – si può dire 'metta il cappello' su un 2019 che ha visto calare produzione, fatturato e vendite, con un fisiologico (ma pericoloso) segno negativo anche sui volumi esportati, tradizionalmente cavallo di battaglia di un comparto

che sull'estero lucra quasi l'85% del suo fatturato. A volere fare un sintesi della presentazione dei dati del 2019 del settore ceramico bastano pochi numeri, cui vale la pena aggiungere le dichiarazioni, realisticamente preoccupate, di Giovanni Savorani, confermato di recente con il 100% dei voti Presidente di Confindustria Ceramica, che non fa sconti all'emergenza.

**Vendite**  
**406,9**  
milioni di mq

**Fatturato**  
**5,34**  
miliardi di euro



**Il 2020.** Le insidie, oltre che in un presente che vede gli stabilimenti lavorare al 50% della loro capacità produttiva, sono in un futuro cui potrebbero non bastare gli ammortizzatori sociali («potremmo averne bisogno fino a Natale») complice un 2020 sul quale fare previsioni è praticamente impossibile. «Il mercato domestico è pressoché fermo e gli effetti della pandemia sui mercati esteri rendono impossibile stimare gli effetti sulle esportazioni», ha detto Savorani, che ha inoltre parlato di una possibile ripresa senza tuttavia farsi troppe illusioni.

**Il 2019.** Sono poco più di 400 milioni di metri quadrati (400,7) quelli prodotti dalle 135 aziende presenti sul suolo italiano, dove sono occupati

19.318 addetti. La produzione flette del 3,5%, e proporzionalmente flettono (-0,78%) anche le vendite, pari a 406,9 milioni di metri quadrati 83,5 dei quali (+1,3%) destinati al mercato italiano e 323,4 (-1,3%) a quelli esteri, cui vengono destinati l'84% dei volumi venduti. Il fatturato complessivo delle aziende ceramiche italiane raggiunge così i 5,34 miliardi di euro (ma è in calo anche quello, dello 0,73%), derivante per 4,5 miliardi dalle esportazioni (-0,8%) e da 832 milioni di euro realizzati in Italia. In flessione anche gli investimenti (373,1 milioni di euro) che rappresentano comunque una quota considerevole del fatturato (7%) ancorché penalizzati rispetto ad un 2018 nel corso del quale erano ancora in vigore gli incentivi fiscali.



**Produzione**  
**400,7**  
milioni mq

**Investimenti**  
**373,1**  
milioni di euro



In calo anche i dati relativi alle 16 società di diritto estero, controllate da 9 gruppi ceramici italiani, che nel 2019 hanno occupato 3.133 addetti in fabbriche estere che hanno prodotto 82 milioni di metri quadrati di piastrelle fatturando 843 milioni di euro, dato in flessione del 1,8%.

**Lo scenario.** «A pieni volumi produttivi torneremo, ma in modo graduale, anche perché molti cantieri sono fermi e diversi paesi sono in difficoltà», ha detto ancora Savorani, facendo capire come la ripresa, insomma, non sarà così rapida.

«E ci sarà bisogno di aiuti, più finanziari che economici. Penso anche all'agevolazione fiscale del 110% prevista nel decreto Rilancio, e di cui

aspettiamo di capire gli ambiti di applicazione, che può rappresentare uno straordinario volano per la ripresa dell'edilizia e del nostro comparto, ammesso e non concesso che per avvantaggiarsene il consumatore non sia obbligato a riempire tonnellate di pratiche».

Quanto agli investimenti, «troppo drastico – chiude il Presidente di Confindustria Ceramica – il calo del mercato per aspettarsene sugli impianti produttivi.

Credo che si darà corso a quelli già avviati, ma mi aspetto piuttosto investimenti sul marketing, la comunicazione e le vendite dal momento che il lockdown, in questi ambiti, ha imposto una nuova visione, un cambio di paradigma».



# Anche Il Cersaie si arrende e slitta al 2021

A cura di Stefano Fogliani

**«Le condizioni generali – scrivono gli organizzatori – non permettono di attuare una edizione adeguata agli standard attesi»**

«Le condizioni generali non permettono di attuare una edizione adeguata agli standard qualitativi raggiunti». Si arrende anche il Cersaie, che 'salta' l'edizione del 2020, inizialmente riprogrammata a novembre rispetto alla tradizionale collocazione di settembre. La notizia ha dato spessore alle crescenti perplessità che circondavano la possibilità di allestire, a novembre, un'edizione all'altezza delle aspettative. Non è, quella bolognese, la prima fiera che si arrende al Covid-19, dal momento che dal Salone del Mobile fino al Coverings, al Mosbuild e al Tecnargilla tutti i 'grandi eventi' che scandivano l'anno ceramico sono stati rimandati, ma la decisione degli organizzatori obbliga comunque il settore ceramico a fare i conti con circostanza inedita. E con la rinuncia ad un appuntamento centrale per il comparto ceramico, che in questa fase avrebbe anche, forse, avuto valenza non solo commerciale-promozionale. Ha prevalso, invece, la 'ragion di stato': «Cersaie – scrive Confindustria Ceramica – ha verificato le possibilità di realizzare una manifestazione fieristica di livello internazionale, ma ha dovuto

riconoscere che le condizioni generali, legate all'emergenza Covid 19, non permettono di attuare una edizione adeguata agli standard qualitativi raggiunti». Troppe le incognite legate alla presenza di operatori esteri, altrettante quelle legate alle adesioni di espositori che, evidentemente, non hanno visto nel Cersaie 2020 quell'opportunità rappresentata di solito dalla manifestazione bolognese, che proprio nella sua dimensione internazionale (un terzo degli espositori, provenienti da 40 Paesi, sono esteri e stranieri erano, nel 2019, quasi la metà dei circa 100mila visitatori) ha un suo primario punto di forza. «L'attenzione e il rispetto per la clientela mondiale, vero patrimonio della fiera, ha portato alla decisione di saltare l'edizione 2020: da parte di tanti espositori e visitatori professionali si sono ricevute indicazioni che la situazione non consente ancora i livelli di investimento e programmazione richiesti». Morale? Agende che si riaggiornano al 2021, non senza che il dibattito su una decisione del genere risparmi spunti di riflessione ad un settore obbligato a misurarsi con l'imprevisto.

**RSNIE**

Salone internazionale della ceramica  
per l'architettura e dell'arredobagno  
International exhibition of ceramic tile  
and bathroom furnishings



# Protect your Business

La sicurezza dei dati e la difesa dei sistemi della tua impresa sono la nostra missione.



ANNIVERSARY  
1994 • 2019

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

  
**mead**  
YOUR DIGITAL INTEGRATOR

MEAD INFORMATICA Srl  
Via Ferraris, 2 - Reggio E.  
Tel. +39 0522 265800  
[info@meadinformatica.it](mailto:info@meadinformatica.it)

ALTRE SEDI:  
Agrate Brianza (MB)  
Marcon (VE)  
Cinecittà, Roma

# «Decisione comprensibile, ma non del tutto condivisibile»

A cura della redazione



Claudio Casolari

«Non ci si è voluti esporre a rischi, optando per una soluzione che li elimina in partenza». Ma, dice il Presidente di Ceramicolor Claudio Casolari «se fossi stato io a decidere avrei comunque 'tirato' per farlo». Non è convinto Casolari, della scelta di 'cancellare' la fiera bolognese: «credo si perda l'occasione di lanciare un segnale al mercato»

## **Scelta dolorosa ma comprensibile, il giudizio più diffuso tra gli affetti ai lavori...**

«Dolorosa senza dubbio, comprensibile nella misura in cui, stanti anche le previsioni dell'OMS circa una recrudescenza della pandemia nei mesi autunnali, andare avanti significava fare investimenti con il rischio che non venissero 'ripagati' dalla fiera, ma...»

### **Ma?**

«A livello di rischi-benefici gli organizzatori hanno agito con il criterio del buon padre di famiglia scegliendo, come detto, di non prendere rischi. Ma a mio avviso, e parlo da imprenditore e da uomo di associazione, l'idea di poterci essere

**«La fiera – dice il Presidente di Ceramicolor Claudio Casolari - era fondamentale per il morale del settore, per lanciare un segnale di fiducia ai mercati»**

era stimolante»

## **Sarebbe stato un Cersaie diverso, e con pochi visitatori stranieri...**

«Vero, ma 50mila visitatori italiani, qualche migliaio di operatori dell'informazione e qualche visitatore dall'estero avrebbero comunque rappresentato un zoccolo duro da cui partire, una rampa di lancio per un messaggio positivo da lanciare al mercato in un momento non semplice, condizionato anche dalla poca fiducia che circonda un settore che a Bologna avrebbe avuto occasione di 'fare spogliatoio'»

## **Le aziende sarebbero state pronte?**

«I tempi erano stretti, ma c'era modo di articolare comunque una proposta in grado di intercettare la curiosità di un mercato che al made in Italy continua a guardare come ad un asset di riferimento. Rimodulando gli investimenti, ovviamente, e prevedendo la possibilità di essere comunque in contatto con i clienti in modo nuovo, magari le aziende sullo stand a Bologna e loro nei loro uffici sparsi nel mondo. Ribadisco, credo che non rinunciare all'edizione 2020 sarebbe stato un bel segnale...»

## **In sintesi decisione non del tutto condivisibile...**

«Anche in questa situazione il Cersaie avrebbe potuto fare da traino per il settore, avrebbe potuto suggerire un messaggio positivo. La fiera, per come la penso io, sarebbe stata fondamentale, e più per il morale che per l'aspetto commerciale e promozionale, raccogliendo le eccellenze della filiera per metterle in condizione di fare massa critica, e magari ricompattarsi».



# La moda si inventa le 'sfilate virtuali': una nuova sfida, il web, anche per la ceramica?

A cura della redazione

**«Tutti sperano di andare in passerella e tornare a sfilare, ma non è detto succeda presto... nel frattempo – dice Miuccia Prada – occorre reagire: web e streaming coinvolgono il grande pubblico e hanno potenzialità che vale la pena approfondire»**

Chissà che non sia davvero la nuova frontiera, questa rivoluzione che stiamo vivendo. Eventi soprattutto virtuali con i quali il Covid ha obbligato le griffe delmade in Italy a confrontarsi. Terreno inedito, con il quale tuttavia tutti i settori di eccellenza fanno i conti. Della ceramica, e del Cersaie cancellato si sa, ma anche la moda, settore cui spesso la ceramica si è confrontata, prepara la svolta.

E 'spinge' sul web, lasciando inevasa la domanda su che fine faranno i punti vendita. Presto per capire se anche la ceramica si adegnerà al nuovo standard, presto per capire se davvero il Covid cambierà davvero il mondo delle sfilate e delle fiere, lungo le quali proviamo a tracciare un parallelismo prendendo a prestito quanto dichiarato da Miuccia Prada a 'Repubblica' a margine della presentazione delle collezioni andata in scena a Milano a fine luglio. Una rivoluzione resa possibile con il digitale: causa Covid le sfilate tradizionali con passerella, modelli e

pubblico sono state congelate e la moda uomo (più le pre-collezioni donna), più di 30 eventi, è andata in scena in versione digitale.

È la prima volta che succede, tutto deve essere reinventato, con interviste, talk e short movie che, suggerisce qualcuno, tolgono le sfilate dalla loro abituale cornice riservata agli addetti ai lavori e le mettono a disposizione di tutti. Un'opportunità?

Forse, di sicuro una nuova sfida per le griffe del made in Italy non solo della moda, ma anche della ceramica perché, ha detto la 'signora' della moda «oggi possiamo solo reagire a quello che accade. Come le sfilate di settembre, già confermate: certo, tutti sperano di andare in passerella, ma non è detto».

La moda lo ha già fatto, ha reagito reinventandosi una formula in attesa che le vengano restituiti i suoi tradizionali ambiti all'interno dei quali sfilare, promuovere, presentare, la ceramica si attrezza, varando ad esempio "Two minutes with..."

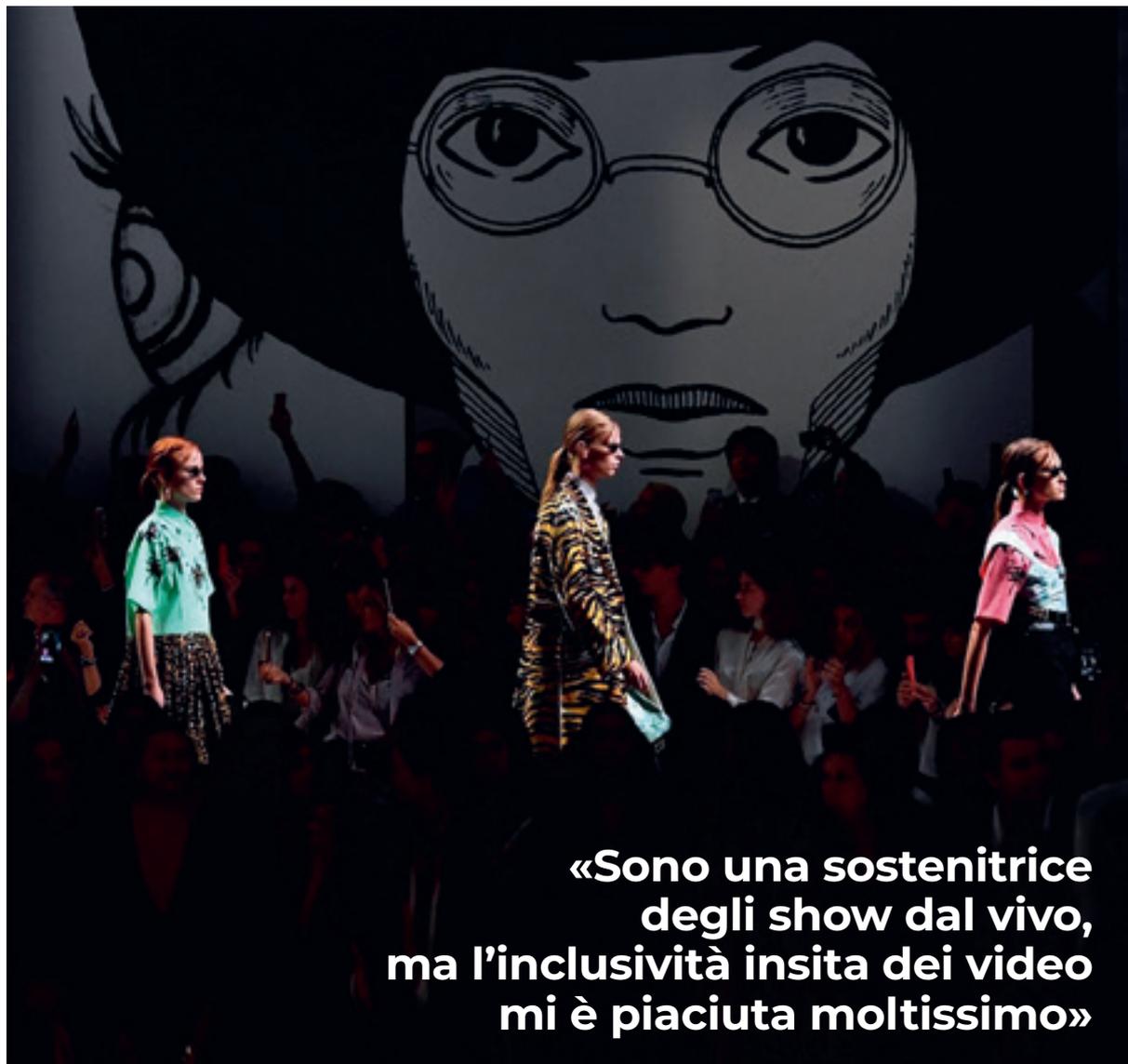




la nuova iniziativa promozionale di Ceramics of Italy a supporto dell'industria ceramica italiana che consente alle aziende ceramiche di raggiungere la propria clientela in Italia e all'estero con una modalità agile e veloce. Siamo all'inizio, insomma, e nel frattempo vale la pena ascoltare Miuccia Prada. Cui non piace questo cliché del dopo Coronavirus, «secondo cui tutti saremmo diventati più buoni, più intelligenti, più bravi, invece gli intelligenti sono rimasti intelligenti, i superficiali superficiali», ha detto la stilista, tracciando una strada possibile che porti oltre un'emergenza le cui condizioni sono note. E mettendo in evidenza come il video, il web e il virtuale rendano, per così dire, la moda 'democratica', arrivando di fatto ovunque. La ceramica, che ha rinunciato suo malgrado al suo principale appuntamento fieristico, è facile si adeguerà, magari facendo tesoro degli entusiasmi palesati da Miuccia Prada in ordine a questi nuovi mezzi. «Sono una sostenitrice degli show dal vivo, ma mi piace che con i video e lo streaming si coinvolga il grande pubblico. L'inclusività insita nei video mi è piaciuta moltissimo, e vale la pena approfondirla», ha detto la stilista e se al nuovo corso si è adeguato un marchio come Prada – e altri – non si vede perché anche la ceramica, fin qua abbastanza timida nei confronti del web, non possa studiare un efficace sbarco su piattaforme la cui importanza è fuori discussione. La direzione, a detta dei più, era già tracciata, l'impressione è che il Covid-19 possa avere accelerato il processo, e che quanto resta del 2020 e soprattutto il 2021 possano tracciare la road map verso un 'nuovo' che avanza a grandi passi.

«Del web sto imparando ad occuparmene ora: non che ne ignorassi la portata, ma era un lavoro in più, e finché ho potuto mi sono sottratta. Ma ho capito che devo applicarmi perché è fondamentale. E' uno strumento straordinario, da usare con estrema attenzione», ha detto ancora Miuccia Prada, che ha definito un arricchimento la possibilità di lavorare su questi nuovi mezzi. «Come designer – ha detto ancora a 'Repubblica' sono abituata a gestire lo spazio di una sfilata:





**«Sono una sostenitrice degli show dal vivo, ma l'inclusività insita dei video mi è piaciuta moltissimo»**

dovento lavorare s un video mi sono affidata a chi era in grado di farlo. Aprirsi alle idee altri è rischioso, ma anche bellissimo. Un esperimento di condivisione di responsabilità in tempi difficili». Questo il passo che il made in Italy deve fare in tempi di Covid, e vale per tutti i settori di eccellenza della manifattura italiana, non foss'altro perché le altre soluzioni ad oggi non sono praticabili. Non sull'immediato, almeno, perché l'industria nasce per produrre profitto, e il profitto si genera con vendite e ricavi. Il resto, per dirla con Miuccia Prada, è filosofia, nel senso

più astratto del termine. «Sfilare meno? Produrre meno? Sono temi importanti, che però implicano la fine dell'industria, bisogna esserne consapevoli. Meno prodotti e meno consumi richiedono il ripensamento del sistema produttivo. Trovo invece sempre più importante e attuale – non solo per chi fa moda – il dibattito sulla sostenibilità, dal riutilizzo dei materiali alle lavorazioni a impatto zero: fino a pochi anni fa erano discorsi vaghi, fumosi, ora è una realtà. La sostenibilità è possibile grazie a regole a cui tutti hanno aderito. Costa di più ma è fattibile».





TORRECID ITALIA

*a GREEN Company*

# 2 LOW-INKCID

INNOVAZIONE ED **ECOCOMPATIBILITÀ**

*La nuova soluzione di inchiostri che*  
RIDUCE le EMISSIONI INQUINANTI e le ESALAZIONI ODORIGENE

**GREEN TECHNOLOGY**

# La fase 2 tra Russia e paesi del Golfo raccontata dagli addetti ai lavori

Gli effetti della pandemia non risparmiano mercati cosiddetti emergenti che, 'piano piano', ripartono

A cura di Roberto Caroli e Stefano Fogliani

Uno ci ha risposto da Dubai, un altro da Mosca: Leonardo De Muro e Loris Marcucci guardano 'idealmente' fuori dalla loro finestra per raccontare come ripartono mercati non privi di interesse per il made in Italy della piastrella. E cosa sta cambiando su quei mercati: dalle frontiere

chiuso al calo degli investimenti e dei consumi, fino alle vendite online e al cambio delle abitudini dei clienti nulla sarà più come prima. E le aziende che vorranno mantenere la propria competitività e le proprie quote di mercato dovranno necessariamente attrezzarsi al cospetto di variabili inedite.



Leonardo De Muro

**Leonardo De Muro racconta la pandemia dei paesi del Golfo: il Vicepresidente di Rak Ceramics registra «un rallentamento sui mercati di riferimento» ma, aggiunge «qua non si è fermato nulla»**

«Anche qua abbiamo avuto i nostri problemi, con un forte rallentamento del business». Visti dagli Emirati Arabi, tanto il lockdown quanto l'emergenza Covid-19 non sono troppo diversi da quanto vissuto in Italia. Lo scenario è pandemico e globale e Leonardo De Muro, Vicepresidente Marketing e R&S di RAK Ceramics, colosso saudita di cui il manager è anche Direttore Commerciale, lo analizza guardando idealmente fuori dalla sua finestra che affaccia su Dubai. «C'è molta calma, come del resto era lecito attendersi: siamo stati l'ultima area del mondo a ricevere la batosta adesso, piano piano, ripartono...»

#### **In che modo?**

«Ritrovando le nostre abitudini: c'è stato un mese e mezzo di lockdown totale e il business ha patito, come hanno patito i rapporti tra i paesi del Golfo: basti pensare che la chiusura totale dell'Arabia Saudita alla nostra azienda 'costa' due milioni di metri quadrati al mese...»

#### **Dell'Italia cosa si dice, a quelle latitudini?**

«Inizialmente i giudizi erano negativi, ma il tempo ci ha reso giustizia. E oggi l'Italia è

## Anche i ricchi piangono...

**L'ombra della recessione grava anche sul Golfo: petrolio e deficit potrebbero comportare un doppio shock socio-economico**

Nonostante la pandemia abbia colpito i Paesi del Golfo con un'intensità minore rispetto ad altri, il Covid-19 sta provocando un doppio shock economico, di offerta quanto di domanda. «A fare maggiormente le spese della crisi sono settori relativamente importanti per le economie locali quali turismo e costruzioni», scrive Simone Acquaviva, analista del CISE. Per quanto riguarda l'edilizia, ed in generale le industrie ad alta intensità di lavoro, dipendenti dalla manodopera straniera, le misure di contenimento degli spostamenti, nei Paesi del Golfo quanto in quelli di origine dei lavoratori, rischiano di avere un forte impatto sulla sostenibilità di tali settori. L'ombra della recessione si allunga sulle Monarchie del Golfo, che stanno implementando misure di politica monetaria e fiscale (gli Emirati hanno messo in campo



vista piuttosto come un esempio da seguire per uscire dall'emergenza»

**Nonostante le tante, troppe chiusure: lì il lavoro si è mai fermato?**

«No: abbiamo continuato a produrre e spedire, ma la riduzione c'è stata. Paradossalmente avevamo gli stabilimenti aperti e i negozi chiusi: per raggiungere i clienti abbiamo sperimentato forme di vendita alternative, come una 'line' dedicata, o alcune procedure mutate dall'e-commerce, che ci hanno permesso di mantenere i contatti con i clienti e di spedire materiali acquistati, magari, dopo avere esaminato i campioni in conto visione. In questo modo abbiamo, se non altro, preservato lo spedito»

**La produzione ha risentito di tensioni a livello di lavoratori?**

«Non particolarmente. Qui il lavoro è organizzato in modo differente rispetto all'Italia: non ci sono sindacati ma ogni azienda, ovviamente, ha messo in sicurezza i suoi addetti. E ogni realtà si è organizzata per garantire la continuità ai processi produttivi. Il rapporto che

si crea tra chi lavora e le realtà aziendali ha permesso, anche attraverso tagli concordati agli stipendi e accordi ad hoc, di far fronte ad una fase nel corso della quale una contrazione c'è comunque stata»

**Le maggiori flessioni dove le avete riscontrate?**

«Ancorchè molto internazionalizzati, noi siamo fortissimi sul Golfo. E il Kuwait, oltre all'Arabia che ho già citato, hanno ridotto il business in modo sensibile. Meglio, invece, le nostre 'operations' in Italia, Germania e Inghilterra, dove abbiamo salvaguardato la profittabilità»

**Tra Italia ed Europa l'edilizia ha pagato un prezzo importante alla pandemia: lì?**

«Lo slittamento dell'Expo ha inciso sulle commesse dilatandone i tempi, ma i valori del settore immobiliare, parlo principalmente di strutture turistiche e hotel, restano competitivi e gli investimenti ci sono. E ci sono anche sul residenziale privato: i ritmi si sono fatti più tranquilli, ma si cresce. Qui, a conti fatti, non si ferma nulla e non si smette di guardare ai mercati, e a cercare il modo di espanderli»

34 miliardi di dollari, l'Arabia Saudita per 32 ed il Qatar 23) al fine di sostenere le economie locali, costrette a fare i conti anche con il crollo del prezzo degli idrocarburi, determinato dalla forte contrazione, stimata attorno al 30%, della domanda globale di greggio, causata dal rallentamento della produzione cinese e successivamente mondiale. «Gli effetti della doppia crisi da Covid-19 e guerra petrolifera - spiega ancora Acquaviva - rischiano di ripercuotersi con violenza sul bilancio generale dei Paesi del Golfo, imponendo loro un doppio sforzo a livello di politica fiscale. Da un lato andranno ridotte le spese alla luce dei minori proventi delle rendite petrolifere, con revisione degli investimenti che, ad esempio Arabia Saudita ed Emirati avevano programmato sul lungo periodo, all'altra andranno previste misure di



sostegno all'economia, che andranno però a gonfiare il livello di debito pubblico, con deficit di bilancio per il 2020 che dovrebbero toccare la doppia cifra».



Loris Marcucci

**Secondo Loris Marcucci il Covid-19 cambierà molto nelle dinamiche commerciali in essere: si comprerà di più in rete, meno presso i negozi e i magazzini. Più uffici, insomma, e meno showroom**

La fase 2? Di fatto è già cominciata, ma «bisogna distinguere, perché la Russia, più che uno Stato come siamo abituati a pensarlo noi occidentali, è un continente e se delle città si sa tutto, ci sono zone delle quali si sa pochissimo». Loris Marcucci, responsabile commerciale di Ceramica Sant'Agostino per il mercato russo e abituale interlocutore di Ceramicanda conferma come, anche tra Mosca e San Pietroburgo, le cose migliorano, «anche se – dice Marcucci – i dati non sono il massimo, e fanno comunque della Russia una delle zone più colpite dall'emergenza: ma le misure adottate qualche effetto lo hanno sortito»

**Il lockdown russo ha riguardato anche le**

### **industrie?**

«Sì: il primo intervento pubblico di Putin a fine marzo presupponeva anche la chiusura delle imprese commerciali e delle aziende a tutela della pubblica incolumità»

### **Durante il lockdown quanto ha patito il business?**

«Difficile giudicare, essendo rimasti tutti a casa. Per quanto ci riguarda, come azienda abbiamo registrato, nel primo trimestre, un -2%. Contrazione modesta, ma che si spiega con il fatto che per tutto marzo in Russia non c'era il lockdown. Sui mesi successivi, invece, ritengo possa esserci stato un calo intorno al 30-40%»

### **Come se ne esce, a suo avviso?**

«Ritrovando la normalità, attrezzandosi ad affrontare questa nuova situazione. E più che soffermarsi su quello che è accaduto in questi mesi, credo sia meglio concentrarsi sulle tendenze che nasceranno da questa fase e che andranno comprese e in un certo senso governate, a tutti i livelli»

### **Quali sono, oggi, le prospettive?**

«Il primo dato che bisogna focalizzare è che ad oggi la Russia ha i confini sigillati, con tutte le conseguenze del caso, anche in termini di interscambio con chi proviene da altri paesi o ci dovrebbe muoversi per lavoro. Molti credono che da questa situazione nascerà un mondo diverso, ma io ho l'impressione che le abitudini della gente non cambieranno e si consolideranno invece tendenze in atto già prima del Covid, con conseguenze importanti sulle dinamiche dei prezzi di vendita»

### **Per esempio?**

«La vendita su internet. Tutti i maggiori distributori russi hanno un loro sito attraverso cui effettuano vendite elettroniche. Poi forniscono quelli che hanno il materiale in magazzino ed anche i siti internet, ponendo il problema di rendere organico questo tipo di commercio. Mi spiego: il sito internet che rivende il materiale compra da un distributore che ha il materiale in magazzino e che ha un negozio al dettaglio fissando un prezzo del 20-30% rispetto al clien-



te da cui compra all'ingrosso, 'distruggendo' il negozio al dettaglio del suo fornitore. Se non si fissa un prezzo univoco ci si troverà con una disparità fortissima e le vendite al dettaglio fortemente penalizzate»

### **Il problema c'era già, dicevi...**

«La tendenza si accentuerà. Fatico ad immaginare, in un prossimo futuro, un ritorno al negozio in cui comprare ceramica. I consumatori guarderanno il prodotto su internet, insieme al progettista ne valuteranno le caratteristiche, andranno in sala mostra per vederlo ma pagheranno e lo compreranno dall'internet shop, sia che il negozio online sia del fornitore che ha il negozio al dettaglio o di un altro che il negozio al dettaglio non ce l'ha. Prima del Covid questo era abbastanza visibile, ora potrebbe succedere che la tendenza sia quella di aprire uffici senza sala mostra, spazi in cui ho una disponibilità di campionatura e lavoro con architetti e designer: nel prossimo futuro vedo difficile l'allestimento di negozi con espositori, pannelli, culle che impongono una gestione dello spazio molto onerosa»

### **La Russia di oggi come sta? Parlo di PIL, debito pubblico...**

«In Russia le statistiche vanno prese con le molle, ma si può prevedere che il PIL russo fletta, nel secondo semestre, di 10, 12 punti attestandosi a fine 2020 sul -8%»

### **In linea con altri paesi, tutto sommato...**

«Vero, ma la differenza rispetto a quello che è successo nei paesi dell'Europa occidentale è che la Russia ha grosse riserve valutarie, che superano i 500 miliardi. Il governo ha quindi deciso sì di sostenere la popolazione e le imprese, ma in misura tutto sommato limitata perché Putin non vuole indebitarsi con l'estero, per non essere ricattabile, e uso un termine che va interpretato, dall'estero cui dovrebbe rivolgersi per trovare risorse che si aggiungano a quelle 'interne'. Putin, del resto, ereditò di Elsin debiti enormi con il fondo monetario internazionale, li ha onorati e adesso non vuole essere dipendente in nessun modo dalle organizzazioni internazionali».

## Un mercato da 180 milioni di metri quadri

### Italia e Spagna sono gli interlocutori di riferimento

È un mercato da 180 milioni di metri quadri, quello russo, stando almeno agli ultimi dati, risalenti ad un paio di anni fa, che raccontavano buon dinamismo soprattutto sui rivestimenti (+8%) ma forte presidio della produzione domestica, destinata ad un mercato interno comunque ricettivo. La produzione ceramica russa si attestava a ad oltre 160 milioni di metri quadri, 26 milioni dei quali destinati al mercato estero – principalmente in Asia centrale ed Europa continentale – mentre i volumi importati erano oltre i 40 milioni di metri quadri, con Italia e Spagna principali interlocutori. Quanto alle prospettive, al netto delle contingenze che hanno caratterizzato questo scorcio di 2020, le buone notizie per i produttori ceramici erano sottintese da stime che volevano, entro il 2023 il volume totale degli alloggi in Russia sui 4,1 miliardi di metri quadri, il 18% in più rispetto al 2017. Da capire, tuttavia, quanto il Covid-19 cambi le carte in tavola: il pil russo nel 2019 era cresciuto del 1,3% e a inizio 2020, la situazione macroeconomica sembrava invidiabile complice grandi riserve (circa 570 miliardi di dollari) e basso debito statale (circa il 20% del pil). Questo a scapito di una crescita economica debole – 0,6% annuo – che Putin ha cercato di rilanciare, unno fa, con un piano da dodici grandi progetti da realizzare entro il 2024 per un investimento di 400 miliardi di dollari sul quale, oggi, si allunga l'ombra della pandemia.



## EDILIZIA INDUSTRIALE & CAPANNONI in CLS

**ALE spa Building & Consulting** è una azienda che si occupa di edilizia industriale. È specializzata nella costruzione di capannoni in calcestruzzo e opere edili complementari. Nella realizzazione dei propri prodotti, si avvale di tecnologie all'avanguardia e di professionisti esperti così da garantire le migliori soluzioni al servizio di ogni richiesta con risultati qualitativamente eccellenti.

...in partnership con:



### ...Al servizio del cliente per:

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

Sede legale: **MODENA** - 41121 Via A. Nardi, 35  
Sedi operative: **SASSUOLO (MO)** - 41049 Via Felice Cavallotti, 140  
**MILANO** - 20122 Corso Europa, 15  
**TRAVERSETOLO (PR)** - 43029 P.zza Mazzini, 2  
**BOLOGNA** - 40133 Via Speranza, 54

Tel. **0536.882774**  
**info@alespa.net**

# Carlo Cottarelli: il 'sistema Italia' tra debito e rilancio

A cura di Roberto Caroli

«Si scelgano priorità sulle quali agire e si lavori su quelle»: ad avviso dell'economista servono una semplificazione della pubblica amministrazione, una giustizia che funzioni, infrastrutture moderne





Carlo Cottarelli

«Più che alle grandi opere penserei a sistemare le piccole, e mi concentrerei su alcune priorità sulle quali agire. Non ne faccio un problema di crisi, di Covid-19, o di contingenze, ma più in generale di crescita del paese». Carlo Cottarelli, economista e Direttore dell'Osservatorio CPI, conosce bene la macchina dello Stato, e ne conosce altrettanto bene le inefficienze. Doveva diventare Presidente del Consiglio («In realtà avrei dovuto condurre solo un governo di transizione, non sarei comunque rimasto a lungo a Palazzo Chigi») ma non se ne fece nulla e oggi guarda ad un sistema in difficoltà: imprese sane, ma Stato malato, afflitto da una classe politica «che fatica a scegliere su cosa decidere». E un debito pubblico che, dice Cottarelli, «ci rende comunque dipendente da altri, Europa in primis»

**Nel 1976 il debito era al 37% del PIL, oggi siamo al quadruplo: quali ragioni per l'impennata?**

«In Italia, come in altri paesi avanzati, l'aumento principale tra metà anni Settanta e Ottanta della spesa è stato per sanità e previdenza. Sono queste le due grandi voci che hanno determinato l'aumento della spesa pubblica primaria, e aumentando il debito è aumentata la spesa per interessi, contenuta, fino alla riforma del Tesoro, grazie alla Banca d'Italia e ad una tassa nascosta come l'inflazione»

**Cosa è mancato per controllare il debito?**

«Il debito crebbe tra anni Settanta e Ottanta, quando con il debito 'comprammo', in un certo senso, la pace sociale. Non dimentichiamoci che tempi erano, e quanto aumentò la spesa sociale. Il tutto andava compensato aumentando le tasse, ma questo non si è fatto, e alla crescita della spesa pubblica, per finanziare principalmente pensioni e sanità, si è aggiunta quella per interessi. Già a inizio anni Novanta il debito cominciava a crescere, ma non c'è stata volontà politica di gestirlo, e la burocrazia ha fatto il resto, come tanto ha fatto l'evasione fiscale, che nel nostro paese è un fenomeno molto pronunciato»

**Evasione e sommerso: i romani e la Chiesa esigevano le tasse territorio per territorio, lei che ricetta avrebbe?**

«Primo, basta condoni, perché il condono aiuta chi evade. Poi va limitato l'uso del contante, vanno resi tracciabili i pagamenti, terzo vanno incrociate le banche dati e, ultimo ma non ultimo, semplificare il sistema di tassazione, che in Italia è complicatissimo. Già è brutto pagare, fare fatica è anche peggio. E la complicazione del sistema non aiuta nemmeno l'esazione. Ci sono oltre 100 tasse, se ne potrebbero eliminare almeno trenta con costi irrisori, riducendo moduli, adempimenti e altro»

**E' immorale, si dice, lasciare un debito del genere alle future generazioni..**

«Lasciamo debito ma anche credito, perché il 70% del debito è detenuto dagli italiani. E' una magra consolazione, perché il debito è di tutti, il credito no, è un dato di fatto. Quello che è immorale è delegare alle generazioni future la responsabilità di prendere decisioni





**«Classe politica mediocre?  
I politici non cadono dal cielo,  
c'è un elettorato che li vota»**

condizionate dal debito. Il problema è lasciare a chi verrà l'onere di decidere come ridurre il debito. E lo vediamo in questi giorni, quando ci scopriamo dipendenti dall'aiuto dell'Europa, ma senza Europa saremmo di fronte ad una crisi finanziaria senza precedenti»

**Che impressione le hanno fatto gli Stati Generali?**

«Non voglio avere pregiudizi, ma credo sia importante soprattutto che non ne esca una lista di cose da fare ma solo alcune priorità sulle quali concentrarsi. E' la politica che deve scegliere tra le diverse priorità che a mio avviso sono tre: semplificazione della Pubblica Amministrazione, giustizia che funzioni, infrastrutture. Se sistemate garantirebbero all'Italia un crescita del 2 o 3% l'anno»

**E invece sembra non si faccia nulla: colpa della politica?**

«La risposta è semplice: la gente elegge persone incompetenti. Non è che i politici cadano dal cielo: c'è un elettorato che li vota».



## Filippo Taddei: «Per il Paese sarà decisivo il 2021»

L'economista bolognese disegna il 'suo' scenario. «L'anno prossimo la pazienza dei cittadini diventerà prima delusione, poi rabbia: starà al Governo gestire una transizione senza precedenti»

A cura di Roberto Caroli  
e Stefano Fogliani

Dopo una parentesi in politica (era responsabile economico del pd durante la gestione Renzi), **Filippo Taddei** ha reindossato i panni dell'economista e del docente, ed in queste vesti scegliamo di interpellarlo, facendoci accompagnare lungo le difficili traiettorie che il Covid-19 ha disegnato sul nostro sistema economico. La politica resta ai margini, ma la fiducia dei cittadini nei confronti della classe dirigente è al minimo, e Taddei ne è ben consapevole. «C'è un diffuso riflusso riflusso nei confronti di un

certo modo di fare politica, che non è più quello del passato, ed è profondamente cambiato: era verticale, oggi c'è più orizzontalità»

### In che senso?

«In ogni campo, e la politica non fa eccezione, si creano gerarchie, validate sulla base di competenze riconosciute in una dinamica verticale. Il social, e la crescente partecipazione al dibattito pubblico che gli stessi garantiscono a chiunque, hanno rimosso questa verticalità a favore di un'orizzontalità che da una parte favorisce la



diffusione della conoscenza, dall'altra scardina il meccanismo di selezione delle informazioni, delle notizie, dei dati. Si sono livellate le gerarchie e si sono attenuati quei riconoscimenti delle funzioni e delle competenze che si credeva appartenessero ai migliori»

**Al Governo, tuttavia, ci si aspetterebbe andassero i migliori...**

«Vero, ma la dinamica orizzontale implica prossimità. Penso al Presidente del Consiglio e alle sue dirette facebook con cui si rivolge

a chiunque: l'istituzione si fa più prossima, si avvicina a chi rappresenta, ma servirebbe più attenzione a quanto fa di certe figure, e penso a un capo di Governo, un *primum inter pares*. In quanto cittadini, siamo tutti uguali, ma ci deve essere un *primum*: l'essere riconosciuti tutti uguali non significa che tutti possono fare tutto e allo stesso modo»

**Dobbiamo rimpiangere le trame che caratterizzarono la politica che fu?**

«Non necessariamente. E' vero che la politica



Filippo Taddei

di oggi sembra più 'vicina' alla gente, e penso a Matteo Salvini che si vantava di passare più tempo tra sagre e comizi che in Parlamento, ma mi sembra che si sia scelta la prossimità sacrificando la competenza»

### **Economicamente il Covid cosa lascia all'Italia? Finiremo come l'Argentina?**

«Il paragone è improprio, perché l'Italia può contare sull'Europa. Ma si corrono dei rischi: alcuni sono gli stessi che corrono altri paesi, perché il Covid ha colpito ovunque, altri sono tipicamente italiani, e penso soprattutto al debito pubblico. E il problema non saranno questi primi mesi ma i prossimi, quando si tratterà di gestire la ripartenza del 2021»

### **Il debito pubblico, nel frattempo, sarà cresciuto a dismisura...**

«Vale la pena essere pratici: si fa debito per mantenere il sistema, e da questa crisi usciranno con il 160% sul PIL. Quello che non è giustificabile non è quello che si fa oggi, ma

quello che non si è fatto ieri, permettendo al debito di arrivare al 130% e non ricorrendo a contromisure»

### **Per sanare il debito si parla di lotta all'evasione fiscale, patrimoniale, riduzione della spesa pubblica...**

«La spesa pubblica va ridotta, ma gestendo una transizione oltremodo complicata. Oggi sulla spesa non si può agire, e occorre imparare a dire anche dei no, oltre che dei sì alle tante richieste che arrivano»

### **Dietro a certe misure del Governo sembra esserci molto assistenzialismo...**

«Il motivo è strutturale. C'è un'incapacità dello Stato ad operare, dovuta ad un'organizzazione molto articolata, ad ampie sacche di inefficienza e a catene responsabilità non chiare. In questo contesto, le uniche misure attivabili in tempi rapidi sono quelle di sostegno: ma Cassa Integrazione, bonus a pioggia, contributi una tantum si traducono, spesso, in assistenziali-





**«Per le aziende europee che esportano oltreoceano, le frizioni tra USA e Cina possono rappresentare un'opportunità»**

smo fine a se stesso. Non è con queste misure che si sostengono gli investimenti»

**Si dice che in Italia lo Stato non abbia soldi, gli italiani sì... E torniamo alla patrimoniale...**

«La patrimoniale sarebbe, in questa fase, uno spararsi sui piedi, perché impatterebbe in modo decisivo sull'idea di futuro di ognuno. Basti pensare a quanto pesò, sulla psicologia collettiva, il prelievo di Amato: dopo 28 anni e se lo ricordano ancora tutti. Adesso serve fiducia, non la patrimoniale»

**Il Governo reggerà?**

«Tenderei a dire di sì, ma non so: in una fase come questa, però, nemmeno l'opposizione ha interesse a governare. Nel 2021, invece, la pazienza della gente si trasformerà in delusione e in rabbia e il Governo, per reggere, dovrà gestire quella fase. Dovrà fare in modo, a livello di sistema, che allo shock che abbiamo appena passato se ne aggiunga un altro. Il 2021 sarà un anno decisivo, e non solo per il Governo»

**Che, si dice ancora, dovrebbe far ripartire le opere pubbliche per risollevare l'economia...**

«Senza dubbio, ma non perderei tempo sui progetti futuri e porterei a termine quanto è in cantiere, ad esempio la Bretella, facendo funzionare quel che c'è. E mi concentrerei sui rapporti internazionali, tenendo d'occhio quanto accade sui mercati esteri»

**Fondamentali, questi ultimi, per la ceramica...**

«Come per tutta la manifattura evoluta. Ma sono molti gli Stati che stanno ripartendo, colpiti in modo più 'leggero' rispetto all'Italia, quindi vedo avvantaggiato chi esporta»

**Nonostante le tensioni tra USA e Cina?**

«Quelle potrebbero essere un vantaggio. Finché gli Stati Uniti sono concentrati a limitare la Cina per l'Europa si apre uno spazio commerciale in più. Per gli europei che esportano oltreoceano, la frizione tra USA e Cina può essere un'opportunità».



# Tutti i 'peccati' del turbocapitalismo made in China

di Claudio Sorbo

**Il vero volto di un regime spietato: ecco come la Cina è diventata la seconda potenza mondiale nel panorama geopolitico attuale**



Spesso gli estimatori “senza se e senza ma” della Cina amano acriticamente questo paese, interpretando solo in chiave positiva qualunque cosa vi accada, dai cento e passa grattacieli di Shanghai alle meraviglie della Grande Muraglia, “l’unica opera dell’uomo visibile dalla Luna”, precisano ammirati, alle realizzazioni tecniche, ponti, strade, ferrovie ultraveloci e modernissime. Si tratta di una infatuazione, di una cotta adolescenziale, non di un sereno e maturo giudizio sulle qualità sociali di questo Stato. Credo quindi sia ora di dire cosa sia davvero la Cina e come mai sia diventata la seconda potenza mondiale nel panorama geopolitico attuale. Politicamente, è una dittatura capital – comunista, dove tutto ruota intorno all’apparato politico, governato da Xi Jinping, potentissimo Segretario Generale del Partito Comunista Cinese, 67 anni e mandato

a vita, una esperienza nel 1985 nello Iowa per studiare i sistemi agro zootecnici americani, una moglie sposata in seconde nozze, Peng Liyuan, fascinosa cantante folk, una figlia di 28 anni Xi Mingze, soprannominata Xiao Muzi, laureata ad Harvard nel 2014.

## **Il ‘volto’ del regime**

Passando alle umane tristezze, la Cina detiene il primato mondiale di esecuzioni capitali, anche se nessuno sa esattamente a quanto ammonitino (segreto di Stato). Una curiosità: nel caso dell’esecuzione di un solo condannato il costo del proiettile viene addebitato alla sua famiglia. Analogamente sono ignote tutte le notizie inerenti eventi pubblici che possano suonare negativamente per il regime: ad esempio, una intera generazione di cinesi nata dopo il 1980,



anno della famosa rivolta popolare di *Piazza Ten An Men*, ignorano l'avvenimento perché è vietato parlarne in pubblico o in privato. E se siete turisti, è vivamente sconsigliato fornire o chiedere notizie sull'accaduto. Le libertà individuali come noi le intendiamo sono compresse e l'imprenditoria privata è tollerata solo se funzionale alla realizzazione di beni "autorizzati" dal regime. La storia di come dopo la morte di Mao il paese si sia trasferito armi e bagagli sotto la bandiera capitalista è semplice: Deng Xiao Ping, che a Mao era succeduto, si accorse di due cose: da una parte le informazioni che gli giungevano dalle sedi periferiche del Partito erano in gran parte false e comunicate a lui solo per compiacerlo; dall'altra la produzione industriale ed agricola non sarebbero state

entro breve in grado di soddisfare i bisogni primari del popolo per cui era possibile una rapida disgregazione della società cinese con conseguenze inimmaginabili. Inoltre, la politica del figlio unico come sistema di controllo delle nascite si era dimostrata fallimentare (le figlie femmine soprattutto nelle comunità rurali venivano soppresse alla nascita) e si era determinato uno squilibrio tra i due sessi, con oltre 20 milioni di anziani pensionati senza figli.

Oggi alla Cina manca una generazione intera di giovani, che darà luogo a una riduzione della forza lavoro, che passerà dai 980 milioni del 2019 a 900 milioni nel 2035. Così, 10 persone attive dovranno sostenerne 3 inattive mentre la proporzione nel 2019 è di 10 attivi contro 1,16 pensionati o comunque inattivi.



## La Cina è passata da un regime comunista a un regime ufficialmente comunista ma in realtà veterocapitalista, senza leggi che regolino lavoro e diritti

### Il 'turbocapitalismo' cinese

Fu così che Deng Xiaoping nel 1978 pronunciò la famosa frase "Arricchirsi è glorioso" e da un giorno all'altro la Cina passò da un regime comunista a un regime ufficialmente comunista ma in effetti vetero capitalista, senza leggi che regolassero il lavoro o sindacati che tutelassero gli interessi dei lavoratori. Insomma, l'apparato politico elefantino, il Partito, le adunate oceaniche, le sfilate, i Congressi rimasero, ma nel contempo nacquero gli imprenditori al cui confronto le dinastie ottocentesche dei Rockefeller o dei Vanderbilt erano misericordiosi benefattori, perché se mancano le leggi che regolamentano i diritti dei lavoratori, le imprese si trasformano in succursali di Lager nazisti. Ma vediamo il mondo del lavoro cinese. Innanzi tutto vi domina quella che gli americani chiamano "Wolf Culture" ("La cultura del lupo"), ovvero l'imprenditoria aggressiva: regole stringenti, vessatorie, sia come durata della giornata di lavoro, sia come rapidità di esecuzione del gesto lavorativo. Inoltre, le grandi multinazionali cinesi (*Alibaba, Huawei, Bytedance, TikTok, Pinduoduo*) prevedono da contratto dodici ore

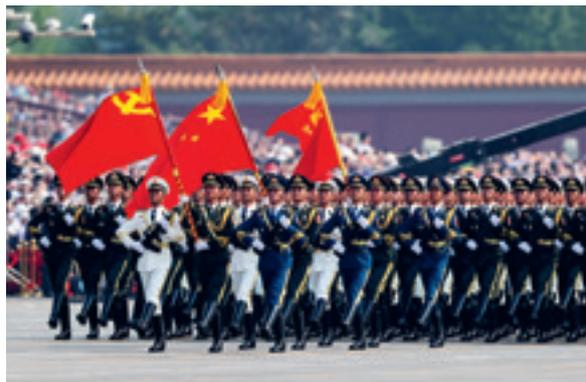
di lavoro per sei giorni la settimana e gli straordinari di regola non vengono pagati. Inoltre, nella massima parte delle imprese cinesi gli impiegati sono tenuti a seguire una direttiva detta "996", ovvero giornate lavorative che vanno dalle 9 del mattino alle 9 di sera per 6 giorni la settimana.

### Politica Estera e minoranze etniche

Uno dei principi sanciti da Huig De Groot nel suo *"De Jure Belli ac Pacis"*, "Sul diritto della guerra e della pace" del 1625, recita che *"Pacta sunt servanda"*, ovvero che gli accordi vanno rispettati. Non dimenticando che Huig de Groot è riconosciuto come il teorizzatore e l'ordinatore del Diritto Internazionale, dai comportamenti tenuti dalla Repubblica Popolare Cinese si deve dedurre che laggiù la lettura di questa opera non è ancora avvenuta. Ad esempio, nel marzo del 1959 la Cina ha soffocato nel sangue le proteste della popolazione del Tibet, fino ad allora un paese sovrano, violando gli accordi sottoscritti in proposito fra Tibet e Cina. Si registrarono migliaia di morti nella "Battaglia di Lhasa", la capitale tibetana, dopo di che il Tibet



da paese sovrano si trovò declassato al rango di provincia cinese. La “Battaglia di Lhasa” ha segnato un precedente: da quel 19 marzo la Cina ha deciso di ignorare il Diritto Internazionale e di agire come entità svincolata da qualsivoglia obbligo internazionale: le false ragioni cinesi sono state assai spesso sostenute da robuste *fake news*, quali gli inesistenti diritti cinesi su Taiwan. Quanto alle minoranze etniche, la Repubblica Popolare Cinese detesta chi cinese non è. Se poi si appartiene a una religione, l'annientamento fisico è da mettersi in conto. È il caso degli Uiguri, popolazione di lingua turca residenti nello Xinjiang e di religione musulmana. Sono 8.500.000 abitanti, vi si pubblicano 80 quotidiani in lingua uigura, esistono 5 emittenti televisivi e 10 case editrici. Una delle ultime novità sono i campi di detenzione: le famiglie vengono divise, i musulmani vengono rapiti, spesso stuprati quando non uccisi, sottoposti a elettroshock, costretti a mangiare carne di maiale e a bere alcolici se non si convertono all'ateismo. Spesso sono trattenuti in centri di detenzione, ufficialmente presentati come “Centri di Formazione Professionale Volontaria” e destinati a dar luogo alla più numerosa detenzione di massa di una minoranza etnico-religiosa. Ultimamente si sono avute notizie di aborti di massa provocati alle donne uigure, qualificati come “notizie false” dalle autorità cinesi. Chi aderisce alla “conversione” guadagna “crediti” per l'avvenuto rispetto della disciplina: a questo punto vengono trasferiti in altri campi dove vengono educati al lavoro. L'Occidente è a conoscenza della situazione sia del Tibet, sia degli Uiguri, ma un po' la “ragion di Stato”, un po' la lontananza dal luogo ove accadono queste vessazioni, un po' le nostre preoccupazioni per il COVID 19 ci allontanano dal prenderci cura e manifestare come sarebbe giusto. Molto ancora ci sarebbe da dire sulle politiche che fanno della Cina la più feroce dittatura del nostro secolo, spesso travisata dalla fisiologica doppiezza di quel popolo che a tutti i livelli ignora la sincerità ed è privo di principi morali. Fermiamoci qua, che è meglio.





wall  
Loft - Light Grey 20x80 + 40x80 + 80x80

floor  
Loft - Dark 100x100 H20



## CON IL PROGRAMMA ECO CONSCIOUS PORCELANOSA GRUPO RIDUCE L'INQUINAMENTO ATMOSFERICO

Le otto aziende della multinazionale hanno implementato una serie di soluzioni sostenibili per ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> e l'impatto dell'impronta di carbonio nei loro centri e uffici



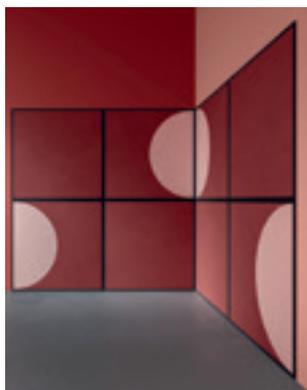
PORCELANOSA Grupo intensifica la sua lotta ai cambiamenti climatici attraverso il programma Eco Conscious, nel quale ha riunito alcune delle sue misure più sostenibili volte a ridurre l'impatto ambientale mediante una gestione responsabile delle risorse naturali. Un Piano di sviluppo

sostenibile messo in atto dalle otto aziende di questa multinazionale nei loro impianti di produzione, centri logistici e uffici. In questi spazi hanno optato per il riciclaggio dei rifiuti, la gestione sostenibile dell'acqua e il risparmio energetico nell'ambito dell'Agenda 2030 dell'ONU e delle nuove linee guida sul lavoro stabilite dall'UE. A queste iniziative bisogna aggiungere le diverse soluzioni proposte dalla multinazionale per ridurre l'impronta di carbonio e accelerare la modernizzazione industriale mediante alcuni elementi principali: la digitalizzazione, la ricerca e il design sostenibile.

## POLICROMA DI CEDIT VINCE IL PREMIO EDIDA

La collezione disegnata da Cristina Celestino si aggiudica il riconoscimento promosso da Elle Decor

La collezione Policroma, disegnata da Cristina Celestino per CEDIT – Ceramiche d'Italia, ha ricevuto l'EDIDA - Elle Deco International Design Awards che, a partire dal suo debutto nel 2003, si è imposto come uno dei riconoscimenti più ambiti a livello internazionale, contribuendo alla promozione di tendenze, stili e personalità del mondo del design. Promosso dal network di *Elle Decor*, il premio EDIDA mette in luce il "best of" della produzione mondiale e i progettisti più interessanti della scena internazionale. Ogni anno una rosa di vincitori viene scelta dai direttori di tutte le edizioni, italiane ed estere, di *Elle Decoration* e si aggiudica l'ormai iconica sfera di cristallo.



## ITALCER GROUP PRONTA A LANCIARE LA LINEA ADVANCE

Da settembre sul mercato le nuove lastre ceramiche eco-attive, antinquinanti e antibatteriche



Saranno disponibili a settembre le nuove lastre ADVANCE, la linea di materiali in gres porcellanato antinquinanti ed antibatterici, sviluppata da Italcera Group che ne ha depositato il brevetto a fine 2019. Frutto di due anni di ricerca e un investimento di 2,7 milioni di Euro, ADVANCE - Antibacterial & Bio-Air Purifying è un materiale di ultimissima generazione e altamente innovativo, capace di abbattere sia gli agenti inquinanti atmosferici che oltre il 99% dei batteri presenti nell'ambiente, rendendo pavimenti e rivestimenti più puliti, salubri e igienici. «Il momento che viviamo ci ricorda come l'igiene sia fondamentale per la salute e la sicurezza. Questa scoperta – ha detto l'AD di Italcera Graziano Verdi - consentirà di migliorarla sia in ambito pubblico che privato, se pensiamo a tutti i possibili impieghi indoor e outdoor». Le lastre ADVANCE sono adatte sia come pavimenti e rivestimenti per esterni e facciate ventilate, che per tutti gli ambienti dove gli standard di pulizia, salubrità, igiene sono un'esigenza importante. «ADVANCE – conclude Verdi - è il risultato dell'importante lavoro del nostro team insieme al Prof. Lesci e dei significativi investimenti in R&S pari a oltre il 3% del fatturato».

## MOHAWK INDUSTRIES: I RISULTATI DEL PRIMO TRIMESTRE

Gli effetti della pandemia sui risultati del primo trimestre 2020 della multinazionale di Calhoun

Ricavi da vendite a 2,3 miliardi di dollari, in calo del 6,4% (o -3,5% a cambi costanti) e utile netto sceso da 122 a 111 milioni di dollari. Gli effetti del COVID-19 si sono fatti sentire anche sui risultati del primo trimestre 2020 di Mohawk Industries: in contrazione del 6% (o -2% a cambi costanti) anche la divisione Global Ceramic (Daltile, American Olean, Eliane, Marazzi, Emilgroup, Ragno, Kerama Marazzi, Kai), dal momento che tutti i Paesi in cui sono presenti le produzioni ceramiche di Mohawk Industries sono stati colpiti dalla crisi sanitaria e in ogni regione la produzione è stata allineata ai nuovi livelli di domanda. Mohawk Industries aveva chiuso l'esercizio 2019 con vendite pari a 9.970,7 milioni di dollari, (-0,1% rispetto ai 9.983,6 milioni di dollari del 2018), e nel corso dell'anno il gruppo aveva realizzato investimenti in beni capitali per circa 545,5 milioni di dollari. La divisione Global Ceramic aveva chiuso l'esercizio in crescita del 2,2%, con vendite pari a 3.631,1 milioni di dollari, ossia il 36% del fatturato totale del gruppo.

## DOPPIO RICONOSCIMENTO AGLI IF DESIGN AWARD PER VITRA

'Equal' e 'CementMix' sbancano l'edizione 2020, imponendosi tra 7mila proposte provenienti da 56 diversi paesi

L'edizione 2020 degli iF Design Award, concorso internazionale istituito nel 1953 e divenuto simbolo di eccellenza nel mondo del design, ha premiato due collezioni di Vitra. Le proposte vincitrici sono state la collezione per l'ambiente bagno Equal, creata in collaborazione con il famoso designer Claudio Bellini (già premiata al Good Design Award 2019) e la serie di piastrelle CementMix, designata come "trendsetter" da WGSN, autorità nel campo delle nuove tendenze a livello globale. Tra oltre 7mila candidature provenienti da 56 paesi nel mondo, i prodotti Vitra sono stati valutati da una giuria internazionale di esperti e giudicati positivamente per il loro carattere innovativo, la combinazione di funzionalità ed estetica, il contenuto tecnologico all'avanguardia, l'attenzione al risparmio idrico e alle risorse ambientali.



## NEL CUORE DELLA BIELORUSSIA, UN NUOVO SPAZIO ESPOSITIVO LAMINAM

A Minsk, un ambiente elegante e raffinato progettato da Nota Bene Studio



L'affinità di Laminam con il mercato dell'Europa orientale si traduce nell'apertura, in collaborazione con LaminamRus, di uno spazio espositivo a Minsk. Lo showroom si sviluppa per 165mq ed è pensato per architetti, progettisti e privati:

ospita una saletta meeting, una cucina con isola centrale e un ambiente bagno interamente rivestiti di lastre Laminam nelle collezioni best seller: I Naturali, Oxide, Filo e Calce.



## TRIENNALE DI MARAZZI AL MAXXI PER 'GIO PONTI, AMARE L'ARCHITETTURA'

Ospite della sezione 'L'architettura è un cristallo' anche la piastrella disegnata nel 1960 dal genio milanese



Triennale, la piastrella quattro volte curva disegnata da Gio Ponti e Alberto Rosselli per Marazzi nel 1960, in mostra al MAXXI Museo Nazionale delle Arti del XXI secolo di Roma all'interno della grande retrospettiva

che, a quarant'anni dalla scomparsa, ha raccolto materiali archivistici, modelli originali, fotografie, libri, riviste e classici del design sulla figura di Ponti architetto. Nella sezione della mostra "L'architettura è un cristallo", i curatori della mostra - Maristella Casciato e Fulvio Irace con Margherita Guccione, Salvatore Licitra, Francesca Zanella - hanno scelto di interpretare Triennale come forma d'arte, generatrice di altre forme, nel rispetto del concetto di forma finita di Ponti. Le due composizioni, entrambe realizzate con Triennale in gres nero, una in formato 30x46,5 e una in formato 10x15,5 cm, fanno da cornice di bozzetti originali disegnati da Gio Ponti.

## ROMAN BLAŽIČEK E' IL NUOVO PRESIDENTE CET

Direttore di Lasselsberger s.r.o. (Rep. Ceca) e del brand Rako, resterà in carica per tre anni

Roman Blažiček, direttore di Lasselsberger s.r.o. (Rep. Ceca) e del brand Rako, è stato eletto alla Presidenza della Federazione Europea dei produttori di piastrelle ceramiche. Blažiček dirige dal 2005 una delle maggiori aziende europee produttrici di piastrelle, con oltre 1.500 addetti. La CET, che ha sede a Bruxelles, rappresenta gli interessi dell'industria europea delle piastrelle ceramiche, soprattutto nelle relazioni istituzionali con gli organi UE e fa parte di Cerame-Unie, la federazione europea che riunisce tutti i comparti dell'industria ceramica, ossia piastrelle, laterizi, sanitari, stoviglie in porcellana e ceramica tecnica.



## UN FORMAT DIGITALE PER IL PREMIO LUCCHESE

'Un premio alla vita', il titolo scelto per i premi di studio che Florim dedica, ogni anno, alla memoria del fondatore di Floor Gres



La XXXIII edizione del Premio Lucchese ha un format digitale. L'evento annuale intitolato alla memoria dell'Ing. Giovanni Lucchese – padre dell'attuale Presidente di Florim Claudio Lucchese e fondatore di Floor Gres – assegna borse di studio agli studenti più meritevoli dell'IIS A. Volta di Sassuolo. Non potendo ospitare la cerimonia, tenutasi durante il lockdown, negli spazi della Florim Gallery, l'evento è stato raccontato attraverso una pagina web dedicata. "Un Premio alla Vita" il titolo scelto per l'edizione 2020, condotta 'virtualmente' dal poliedrico giornalista Leo Turrini. «Credo sia stato importante non fermare questo appuntamento, una celebrazione a me molto cara alla quale non ho voluto rinunciare. Ritengo – ha detto Claudio Lucchese - che il legame tra la nostra azienda e il mondo della scuola possa far tesoro di questa esperienza dimostrando che, insieme, è possibile trasformare ogni sfida in un nuovo traguardo. Il nuovo format digitale che abbiamo creato ne è solo un esempio». Cinque i premiati: Christian Totaro, votazione 100\100, Daniele Buzzega, 100\100, Francesco Gaetaniello, 100\100, Jo Giovini, 100\100 con Iode, Matteo Alboni, 100\100.

# Andrea Bordignon: «Il business ceramico di Victoria PLC parla italiano e spagnolo»

A cura della redazione

**A tre anni dallo sbarco nel settore ceramico con l'acquisto di Serra e Keraben, la multinazionale inglese «studia – spiega l'AD di Serra e Ascot – altre opportunità di crescita: la ceramica, oggi, vale il 50% del fatturato del gruppo»**



Andrea Bordignon, AD di Serra e Ascot

«Victoria è una società industriale che ha secoli di storia, nata nel 1863, divenuta nel tempo tra i leader mondiali nel flooring: tra i driver di sviluppo, visto che si agisce, oggi, su uno scenario fortemente globalizzato, non poteva mancare la ceramica». Detto fatto: la lunga marcia della holding inglese (630 milioni di sterline di fatturato a fine marzo, circa 3000 dipendenti, una ventina di *operations* sparse nel mondo) verso la piastrina cominciò nel 2017, con l'acquisizione di Serra Ceramiche, una delle aziende storiche del distretto, ed è proseguita con altre acquisizioni in Spagna (Keraben nel 2017, Saloni nel 2018, Ibero nel 2019) e ancora in Italia, con l'acquisizione di Ascot, perfezionata lo scorso marzo, con

la quale la multinazionale inglese ha portato la sua capacità produttiva oltre i 35 milioni di metri quadri annui. «Il business ceramico di Victoria parla italiano e spagnolo, e i numeri stanno dando ragione alla strategia messa in campo da un gruppo che – spiega Andrea Bordignon, oggi AD di Serra e Ascot - vuole consolidare la sua leadership nel flooring, in un'ottica di crescita organica mirata a diversificare i business e internazionalizzare l'attività»

**Il distretto ha una diffidenza innata per gli investitori esteri, e anche per i fondi: il luogo comune li vorrebbe strumenti eminentemente finanziari...**

«Victoria ha, da sempre, una strategia di espansione ben precisa, cui garantisce concretezza una realtà industriale che rappresenta la sua forza principale, ed essendo quotata sfrutta quelli che possono essere i meccanismi della quotazione per un progetto ambizioso che è quello di consolidare il suo ruolo di protagonista nel settore del flooring. Di Victoria fanno parte la divisione storica, riconducibile al carpet, ma anche altre business unit che 'coprono' i settori del LVT, del sottofondo, del linoleum e della plastica, fino alle erbe sintetiche»

**Il contrario, volendo sintetizzare, di quanto fanno molte aziende del distretto ceramico che si occupano, appunto, solo di ceramica: secondo lei è giusto gli imprenditori di casa nostra non guardino ad altre superfici?**

«Oggi l'arena sulla quale tutte le aziende combattono è tanto globale che pensare di poter





La sede di Ascot a Solignano (MO)

essere piccoli e da soli può creare problemi. Poi è vero che ogni azienda ha la sua forza e la prova tangibile è nel fatto che Victoria ha puntato su realtà italiane e spagnole, ma la strategia del Gruppo è quella di essere presente sul flooring in maniera la più allargata e diffusa possibile. E l'insieme delle cose, organizzato su più livelli, che garantisce alla aziende del gruppo la crescita di ognuna»

### **Quanto rappresenta, oggi, il ceramico sul Vostro fatturato?**

«Oggi come oggi quella ceramica è la divisione più importante del Gruppo: rappresenta quasi il 50% del fatturato totale... Ci sono anche altri ambiti protagonisti di grande crescita a livello di fatturato, ma non è detto che la crescita del fatturato si traduca anche in marginalità. La ceramica, infatti, esprime diversi valori, e a livello di gruppo esprime una marginalità di circa il 65% a fronte del già citato 50% di fatturato»

### **Siete già sazi o pensate ad altre acquisizioni?**

«L'idea è che la ceramica sia business molto interessante, e che valga la pena ragionarvi sopra anche in ottica di lunga scadenza: stiamo quindi studiando le diverse opportunità di espansione e non è un mistero che a fine gennaio sia stato emesso un bond che finanziasse un'ulteriore crescita. Abbiamo passato in mondo brillante il Covid-19 e c'è la disponibilità finanziaria in grado di garantire continuità ad un progetto che non esclude ulteriori acquisizioni»

### **Vi mancherebbero le grandi lastre...**

«Mancherebbe anche altro, in realtà, visto che il mondo della ceramica è in continua evoluzione, ma come detto stiamo studiando le diverse opportunità. A questo proposito credo che le grandi lastre, per una realtà come la nostra, siano un business ancora da costruire e per fare una cosa fatta bene serviranno tempo, risorse, uomini. Aggiungere alle nostre linee produttive una linea per grandi lastre tanto per averle, ma poi non essere in grado di promuoverne la vendita sarebbe come per averla»

### **Vi mancherebbe anche la parte relativa alla preparazione degli impasti..**

«In Italia sì, in Spagna no... Anche in questo campo, tuttavia, stiamo lavorando e monitorando le diverse situazioni: in un business come il nostro, in cui il controllo dei costi è fondamentale ritengo che avere il controllo della materie prime sia importantissimo»

### **Qual è, oggi, la vostra preoccupazione?**

«L'attenzione è all'evolversi della situazione. C'è stata una brillante ripartenza post lockdown ma le preoccupazioni per una fluidità finanziaria futura restano. Guardiamo con attenzione, quindi, ai nostri crediti e a quanto accade sui mercati: questi due mesi di forte crescita sono stati a mio avviso un rimbalzo cui seguirà, credo, uno scenario che andrà monitorato. Ci sono paesi, e penso a quelli per così dire a distanza di camion, che stanno dando ottimi risultati, mentre l'oltremare sta soffrendo. Ma in questo momento sappiamo tutti che soprattutto la parte americana dell'oltremare è molto concentrato sul fronteggiare la pandemia».



# Florim pubblica la XII edizione del bilancio di sostenibilità

A cura di Enrico Bertoni

Oltre 300 milioni di euro investiti nell'ultimo quinquennio, 40 dei quali nel 2019, per il Gruppo guidato da Claudio Lucchese

Florim pubblica la dodicesima edizione del "Bilancio di Sostenibilità". Il documento, nato in un periodo in cui la responsabilità sociale d'impresa non era un concetto diffuso come oggi, descrive in modo trasparente e sintetico i risultati ottenuti dall'azienda sul piano economico, sociale e ambientale, annunciando gli obiettivi in programma per il prossimo futuro. Le azioni intraprese da Florim nell'ultimo anno e riassunte all'interno del Bilancio confermano una strategia aziendale basata su due driver inscindibili quali innovazione e sostenibilità. «Mentre scrivo queste righe, sono ancora evi-

denti i segni dell'emergenza che abbiamo dovuto fronteggiare i cui effetti drammatici, sotto il profilo sanitario, sociale ed economico, avranno ripercussioni a livello mondiale», sottolinea il Presidente Claudio Lucchese nella lettera agli stakeholder, spiegando come «la nostra azienda ha cercato di attenuarne la portata, adottando in primis le opportune misure a tutela della salute dei propri dipendenti e avviando in parallelo iniziative di solidarietà nei confronti della comunità. Segnalo, al riguardo, che Florim si è trasformata in Società Benefit per rendere ancora più incisivo, oggi e in futuro, il suo impegno





# RIM

per il sociale e per il territorio; potrete leggere all'interno del documento il significato di questo importante cambiamento». Pur consapevole della gravità dell'impatto che l'attuale situazione avrà sull'economia e sul settore ceramico, Lucchese si dice «fiducioso che il Gruppo Florim sia, e sarà, in grado di affrontare il presente e il futuro, con serenità e consapevolezza, continuando ad occupare un ruolo di primo piano, forte della professionalità e serietà dei propri collaboratori a cui rivolgo il mio sincero e sentito ringraziamento». Il profilo economico evidenzia gli oltre 300 milioni di euro investiti negli ultimi

5 anni dei quali 40 solo nel 2019. Negli ultimi 8 anni sono stati inoltre effettuati investimenti in ambito green per oltre 45 milioni di euro al fine di rendere l'azienda sempre più sostenibile e ridurre l'impatto ambientale. Il capitolo dedicato all'argomento da' conto degli importanti risultati raggiunti: 100% il recupero delle acque reflue di produzione, 100% il recupero degli scarti crudi di produzione e, in condizioni ottimali, il fabbisogno di energia elettrica di tutti gli stabilimenti italiani autoprodotta al 100%. A questo si aggiungono le numerose certificazioni di prodotto e di processo ottenute negli ultimi anni.

# il sigillante che non c'era **ORA C'È**



PRONTO  
ALL'USO



IL PRODOTTO  
CHE AVANZA  
È RIUTILIZZABILE



FUGA  
PERFETTA



FACILE DA PULIRE



ELASTICO



IDEALE  
DAL MOSAICO  
ALLE GRANDI LASTRE



SICURO PER  
LA SALUTE



PRODOTTO BREVETTATO

Made In Italy

A bassissima emissione di VOC come previsto  
da GEV-Emicode e normative francesi.



**LITOKOL**  
HI-PERFORMANCE BUILDING PRODUCTS

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



# Interior design: abitare il colore

Uno strumento fondamentale per  
costruire l'esperienza psicologica  
e funzionale degli spazi

a cura di Marina Del Monaco | Studio Del Monaco Lorenzoni



Se l'idea di casa e dello spazio costruito più in generale è un artefatto culturale, ne deriva che i suoi confini vanno oltre la sua fisicità. Gli spazi che abitiamo, che attraversiamo, che respiriamo non sono mai solo dei luoghi ma sono di volta in volta il nostro rifugio, il nostro palcoscenico, la nostra storia. Il nostro territorio reale ed emozionale.

La casa, il rifugio per eccellenza, non è solo uno spazio funzionale bensì è soprattutto un'idea, uno stato d'animo, è il "sentirsi a casa".

Questo bisogno dell'animo ci spinge verso la costante ricerca di rendere la nostra casa il più possibile vicina e conforme a noi stessi, all'identità di chi la abita.

Gli ultimi mesi ci hanno costretto all'interno di un perimetro forzato e hanno inevitabilmente trasformato il nostro vissuto della casa che ha dovuto ripensare agli ambiti funzionali che le sono propri trasformando la sua identità in uno spazio più fluido e ibrido, capace di accogliere banchi di scuola e scrivanie di lavoro rinunciando, almeno in parte, almeno momentaneamente, alla sua identità più intima e privata.

Si sono aperte delle porte, seppure virtuali, che hanno concesso allo spazio pubblico di varcare il perimetro più privato.

Una delle questioni intorno a cui oggi i progettisti s'interrogano è come la pandemia e il tempo che stiamo vivendo, queste improvvise incursioni dall'esterno, influenzeranno il modo in cui vivremo il nostro spazio più intimo e quali saranno i nostri bisogni nel prossimo futuro. Forse le nostre scelte saranno più attente e consapevoli, certamente cercheremo un nuovo equilibrio tra il nostro stile di vita e l'ambiente che ci circonda. Il nostro "sentirsi a casa" si arricchirà di nuovi bisogni.

Cercheremo layout e proporzioni che ci aiutino ad accogliere i comportamenti mutevoli, i ritmi e i tempi differenti a cui ci siamo abituati. Alcune funzioni scopriranno nuovi valori e nuove gerarchie.

Ma la **casa**, più che mai, acquisirà il **valore quasi sacrale di santuario**, di luogo rifugio dove cercare rassicurazione, confort e benessere.



03



04





L'attenzione verso una progettazione che sappia dare forma a spazi "percettivamente felici" è un parametro ormai fondamentale, perciò oltre ad una distribuzione delle funzioni sempre più razionale la **scelta delle materie e delle palette cromatiche** è oggi uno degli **elementi cardine di progetto** proprio grazie al valore di amplificatore emotivo che gli è riconosciuto di diritto.

"**Lo stato d'animo**" di un colore e il messaggio che comunica sono elementi imprescindibili nel creare l'esperienza psicologica e funzionale di uno spazio.

Il bisogno di evasione verso un mondo scandito da ritmi più lenti legati alla fisicità della terra, soprattutto dopo i mesi più difficili della pandemia, si conferma con sempre maggior urgenza e spinge verso la ricerca di materiali "ruvidi" ed "estetiche rurali".

**Le cromie si arricchiscono dei toni delle terre.** E' dal 2018 che osserviamo il silenzioso ritorno delle sfumature dei marroni ma a questo punto

#### FOTO 01

*Il bagno per gli ospiti è una quinta scenografica. A terra cementine di Bisazza, ante a tutta altezza rivestite con wallpaper Acquario su disegno di Fornasetti per Cole&Son. Arredi realizzati su misura. A parete coppia di applique anni '50. Idropittura blu notte.*

#### FOTO 02 - 03

*La cucina è uno spazio intimo ed elegante. Il mobile è realizzato su disegno: ante in noce colore siciliano, piano in pietra naturale. A terra parquet in rovere spazzolato con bisello sui quattro lati posato con spiga all'italiana.*

#### FOTO 04

*Dettaglio dell'illuminazione della sala. I dischi di ottone satinato sono ritagliati sul fondo blu notte del soffitto*

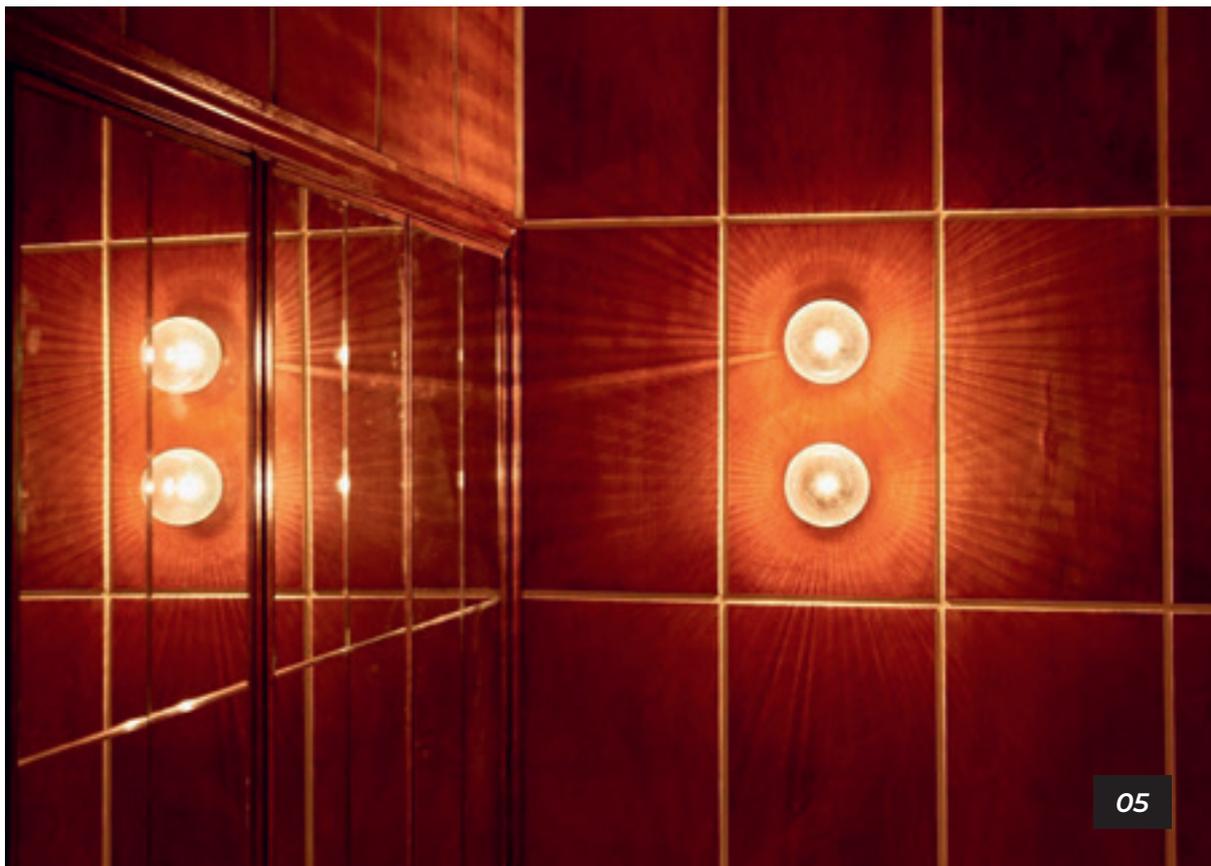
#### FOTO 05

*Dettaglio della boiserie dell'ingresso.*

#### FOTO 06

*Prove di colore per una residenza milanese. Zafferano, blu notte e azzurro cenere. Ogni palette di colore è il progetto di una piccola storia. Il colore torna ad essere riconosciuto come uno degli elementi più importanti per costruire spazi armonici. Spazi capaci di custodire le emozioni.*



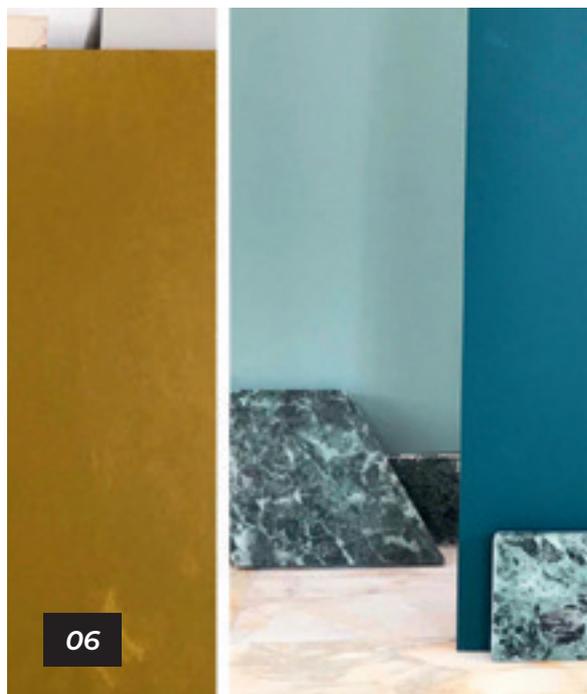


05

possiamo affermare che è l'intero spettro delle terre ad essere protagonista delle dominanti cromatiche del 2020.

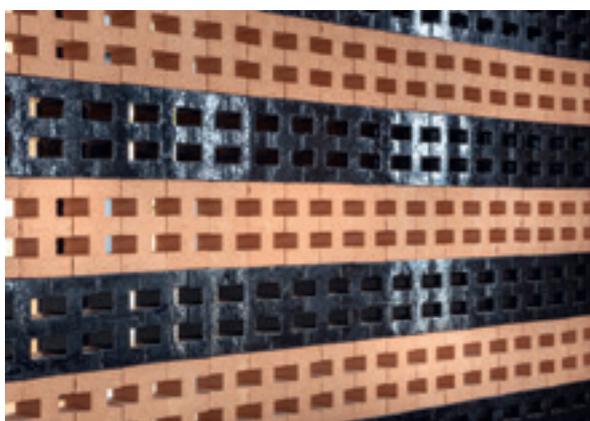
Le nuance che dai beige, passando per i toni della cannella e dello zafferano, ci accompagnano verso i marroni ci aiutano a **riconnetterci ad un livello più profondo con il mondo naturale**, ci rammentano il profumo delle zolle bagnate dopo un temporale, sono il simbolo dei suoli ricchi e fertili, delle argille (a ricordarci, come d'altronde ben sappiamo, che oggi la ceramica, seppur il momento difficile, sta vivendo una grande fortuna).

Sulla ruota cromatica, diametralmente opposta alle terre c'è la tavolozza dei blu, che ne rappresentano l'imprescindibile contrappunto. I blu sono le tinte che appartengono al respiro, alla notte, all'acqua, all'anima. I blu hanno lo straordinario potere di calmare le nostre ansie, di offrire una pausa al nostro sguardo.



06





E' all'interno di queste nuance che Pantone, con profetica precisione, sceglie per il suo colore 2020: il Classic Blue, un tono di blu che ricorda la profondità dei cieli serali e che, secondo le parole di Leatrice Eiseman ( Executive Director Pantone Color Institute) è stato scelto in quanto sfumatura di blu che infonde nell'animo pace e tranquillità offrendo un rifugio al nostro desiderio di stabilità e affidabilità. E' il colore della riflessione e della resilienza (parola che ci ha guidato nei mesi del lockdown).

Il colore ha "una forza immensa", può reinventare il significato di uno spazio, può influenzare lo stato d'animo di chi lo "abita". E' uno strumento fondamentale per costruire l'esperienza psicologica e funzionale di uno spazio e per garantire il benessere psicofisico dell'uomo all'interno dell'ambiente costruito, se usato con attenzione e consapevolezza, può migliorare il nostro vissuto quotidiano.



# Fiandre Architectural Surfaces arricchisce la collezione **MARMI MAXIMUM**

**Irish Green, Alpi Chiaro Venato, Verde Fantastico: l'eleganza dei marmi più belli coniugata alla sostenibilità ambientale**

A cura della redazione

La **collezione MARMI MAXIMUM** di Fianre porta la bellezza delle più prestigiose superfici al mondo negli interni di abitazioni, negozi, hotel, ristoranti avendo cura della natura. Votata alla **sostenibilità ambientale**, l'azienda reimmette infatti nel processo di produzione gli scarti di lavorazione e produce le sue lastre in stabilimenti che non rilasciano nell'aria sostanze nocive. Le superfici Maximum sono realizzate con almeno il **40% di contenuto riciclato** nel rispetto dei parametri richiesti dalla **certificazione LEED**. Con le **grandi lastre** Fianre è possibile rivestire gli ambienti con l'eleganza dei marmi più belli, potendo contare sulle **caratteristiche tecniche del gres porcellanato** come durevolezza, resistenza e facilità di pulizia. Soluzioni al servizio dell'architettura contemporanea caratterizzate da straordinario realismo e cura maniacale del dettaglio.

## **IRISH GREEN**

I colori dei paesaggi irlandesi straripano in tutta la loro enigmatica bellezza nella nuova texture **Irish Green**. Il verde acceso dei prati, la terra scura, la sabbia dorata, la nuda roccia e la pietra dei castelli della contea di Galway rivivono su questa affascinante superficie. Su di un fondo **verde acceso**, leggermente acido, si inseriscono **sfumature color crema, seppia, marrone e grigio**, interrotte da vene che ricordano la calcite cristallina. Il fondo, non uniforme, si declina in varie tonalità di verde, esaltate dalla finitura



lucidata, che esprimono **una bellezza adatta ad arredare interni ed esterni**. La particolarità del disegno e lo spessore di 6 mm si prestano, invece, a interpretare gli arredi più disparati in ambienti residenziali e commerciali.



### ALPI CHIARO VENATO

Un omaggio alla Valle d'Aosta e a uno dei marmi più conosciuti della tradizione architettonica italiana. Il fondo, verde intenso, presenta aree chiare e scure ed è illuminato da venature bianche. La finitura lucidata dona profondità al colore e ne esalta la trama. **Alpi Chiaro Venato** è una superficie di **intramontabile eleganza** applicabile sia come rivestimento che come pavimento, anche grazie alla riproposizione di dettagli marmorei peculiari e all'elevata definizione del disegno. Il **formato di 300x150 cm** garantisce continuità agli spazi in contesti pubblici e privati, mentre lo **spessore di 6 mm** offre la possibilità ad architetti e interior designer di realizzare elementi architettonici e **complementi d'arredo** che inseriscono un tocco di colore in progetti di pregio.



### VERDE FANTASTICO

Una nuova texture dal fascino lussureggiante, una superficie policroma dove un fondo verde scuro è percorso da dettagli bianchi, bruni e ocra che danno vita a un motivo a pelle di serpente che, nelle tonalità, ricorda la foresta pluviale ed è in grado di accendere l'interior con una **raffinata nota di colore**, che offre al progettista la possibilità di **valorizzare gli spazi con complementi d'arredo** come tavolini, piani, consolle e sedute dal disegno prezioso. Il **formato grande lastra 300x150 cm** e i sottoformati permettono di rivestire facciate, pareti e pavimenti degli edifici garantendo prestazioni di livello assoluto, mentre lo **spessore di soli 6 mm** consente all'interior designer la massima libertà espressiva per **soluzioni total look**.



# Un effetto micro per un mood di grande appeal

A cura della redazione

NORR 2.0 di Mirage: una grana più densa e una forte componente materica reinterpretano una texture iconica con uno stile assolutamente contemporaneo



La texture iconica ispirata al Ceppo di Grè, dal disegno armoniosamente irregolare e con i suoi “ton sur ton” di grigi, si arricchisce con una nuova proposta dalla grana più densa e dalla forte componente materica. Con NORR 2.0, Mirage elabora un effetto micro per un mood di grande appeal: uno spunto prezioso, dal quale attingere per personalizzare ogni ambiente con un look sofisticato. Attraverso un’articolata proposta di formati, spessori e finiture, NORR 2.0 offre **infinite possibilità applicative**: pavimenti, rivestimenti e soluzioni di interior design, sia in ambito pubblico che residenziale. Una versatilità che include anche il dialogo stilistico tra mondo indoor e outdoor, in un progetto globale di continuità visiva, estetica e funzionale. La doppia anima della collezione permette soluzioni dallo **stile assolutamente contemporaneo**: un approccio progettuale che parla molteplici linguaggi, divenendo sinonimo di creatività e di nuove potenzialità espressive ed emozionali.

#### **Collezione** NORR 2.0

**Colori** 10: Vit, Vit Fine, Grå, Grå Fine, Svart, Svart Fine, Melk, Melk Fine Farge, Farge Fine

**Superfici** Naturale, Silk, Spazzolata, Strutturata, Strutturata Anticata

**Formati 6 mm** 1600x3200, 1600x1600, 1200x2780 mm

**Formati 9 mm** 1200x1200, 600x1200, 600x600 mm  
300x600, 150x600 mm

**Formati 12 mm** 1620x3240 mm  
300x600, 150x600 mm

**Formati 20 mm** 1200x2400 mm  
(Countertops)

1200x1200, 900x900, 600x600 mm

**Spessori** 6, 9, 12, 20mm



## Vero di Marazzi: la bellezza delle tavelle in un classico ritrovato

**Una tecnologia produttiva  
di ultima generazione  
è il supporto creativo  
che conduce ad un risultato  
estetico sorprendente,  
declinato sul grande formato**

A cura della redazione

Vero è la nuova collezione in gres effetto legno di Marazzi che si ispira alla bellezza delle grandi tavelle di rovere massello ricche di nodi, imperfezioni, stuccature. Realizzata nel grande formato 22,5x180 cm e in 20x120 cm è declinata nei colori Natural, Rovere, Castagno e Quercia. Un "classico ritrovato" che reinterpreta una materia caratterizzata da lavorazioni ricercate, piattature a mano e forti discromie, la soluzione ideale per chi cerca la perfetta mimesi della materia di ispirazione e allo stesso tempo non vuole rinunciare a resistenza, praticità e versatilità tipiche del gres porcellanato. È realizzato grazie ad una tecnologia produttiva di ultima generazione che diviene un autentico supporto creativo conducendo ad un risultato estetico sorprendente: l'utilizzo di inchiostri lucidi e opachi che seguono esattamente il pattern della struttura restituisce un prodotto dall'aspetto molto realistico, un gres perfetto per interni ed esterni, sia in ambito residenziale che contract grazie alle due varianti di superficie: "cerata" e "grip". La collezione è disponibile anche nella variante 2 cm nei formati 40x120 cm e 60x60 cm in tutte le colorazioni per una posa tradizionale a colla ma anche a secco.



# Limes: impatto visivo e nuovi pattern grafici per l'effetto pietra

A cura della redazione

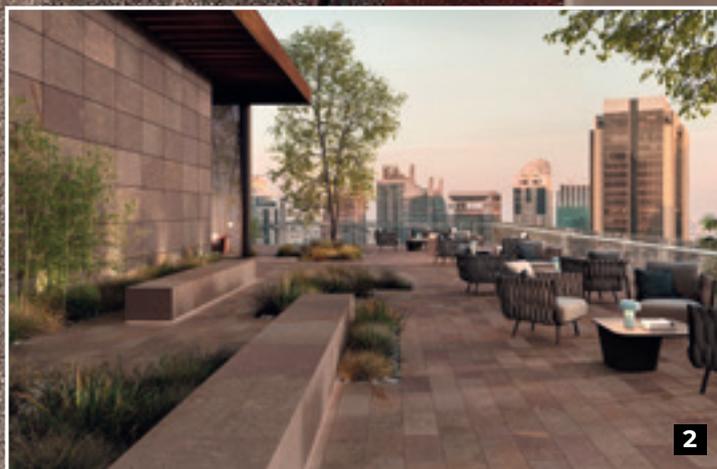
Ceramiche Keope presenta una nuova linea di pavimenti ispirata alle classiche pietre da esterno, declinata in una vasta gamma di soluzioni

La ricercatezza delle pietre naturali e le particolari striature dinamiche sulle superfici finali danno vita a un effetto inedito sul gres porcellanato, perfetto sia per ambienti dallo stile classico sia per quelli più contemporanei. I pattern della collezione cambiano personalità a seconda delle sfumature di tono in equilibrio tra rosso, marrone e grigio. Sono, infatti quattro le varianti cromatiche proposte per **Limes: Quartz White e Quartz Multicolor** sono caratterizzate da irregolari venature, mentre **Porfido - Cold e Warm** – si distinguono per la loro compattezza. Per offrire la soluzione più adatta ad ogni singolo

progetto, **Limes** si declina in una vasta gamma di soluzioni. Nell'ambito dei **piccoli formati Ceramiche Keope propone il 22.5x22.5 e il 22,5x45 cm**, entrambi disponibili in **9 mm di spessore**, ideali per soddisfare esigenze che necessitano performance antiscivolo elevate (coefficiente antiscivolo R11). Nel classico **formato 60x90 cm** il gres porcellanato effetto pietra esprime la massima performance del sistema **K2** che, grazie alla praticità e alla funzionalità dei 20mm di spessore, si inserisce nel segmento delle pavimentazioni outdoor con elevate performance antiscivolo.

1

Latin America in Construction  
Architettura 1955-1980



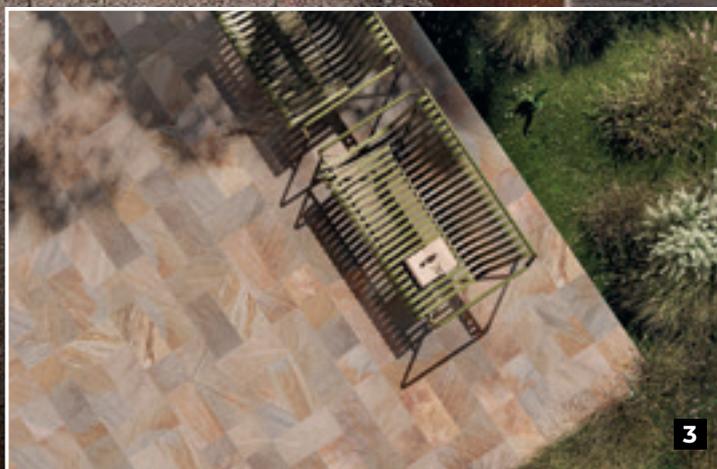
2

### 1. Limes Porfido Cold

pavimento, collezione Limes  
nel formato 22,5x22,5 cm,  
finitura Porfido Cold

**2. Limes Porfido Warm** rooftop,  
finitura Porfido Warm.  
Pavimentazione formato 22,5x45,  
muretti formato 60x90 cm K2,  
in 20 mm di spessore.

**3. Limes Quartz Multicolor**  
pavimento esterno, formati  
22,5x22,5 e 22,5x45 cm alternati,  
finitura Quartz Multicolor.



3

# Grand Resort Cyprus un contesto storico e artistico di valore per le soluzioni Caesar

A cura della redazione

Core, Life, Anima  
e Anima Select  
le collezioni che hanno  
arricchito e arredato  
gli ambienti  
del Grand Resort,  
coniugando estetica,  
tecnologia e funzionalità  
ai migliori livelli





Un contesto di grande valore storico e archeologico caratterizza il Grand Resort Cyprus, situato ad Amathus, a 11 km dal centro di Limassol, dove infinite spiagge sabbiose, calde acque cristalline, dolci colline e lussureggianti vallate si combinano creando uno scenario di estrema bellezza. Ceramiche Caesar ha preso parte alla realizzazione dell'hotel aggiungendo eleganza con le soluzioni in grès porcellanato made in Italy della propria gamma prodotti. Core, Life, Anima e Anima Select sono le collezioni che hanno arricchito e arredato gli

ambienti del Grand Resort, coniugando estetica, tecnologia e funzionalità ai migliori livelli. **Core** ha portato tutto il fascino della natura in un concentrato di forza e purezza che arriva direttamente dal centro della Terra per farsi pietra e avvolgere ogni ambiente. Il richiamo alla pietra lavica è stato declinato in cinque colorazioni e numerosi formati per dare la massima espressività agli spazi indoor e outdoor. Le aree della piscina ne sono un chiaro esempio, abbellite grazie alle nuances Island, Tephra e Soot declinate anche nei decori di









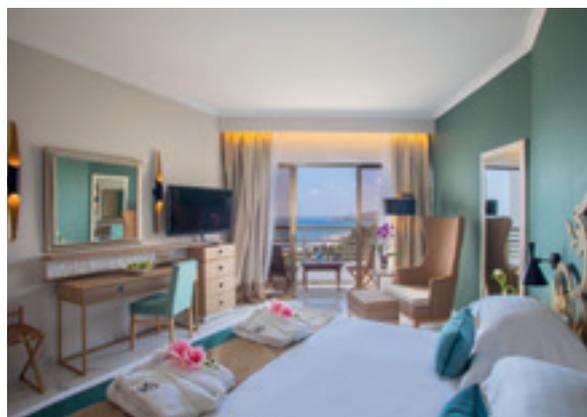
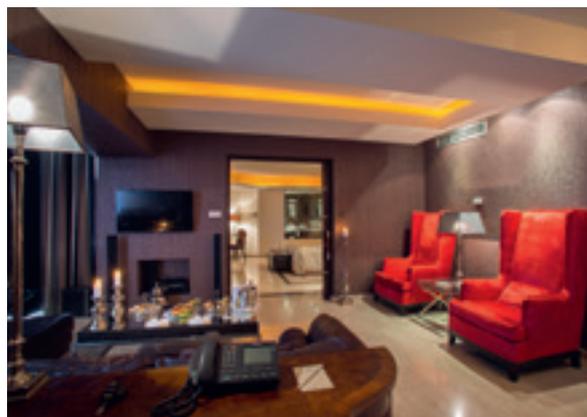
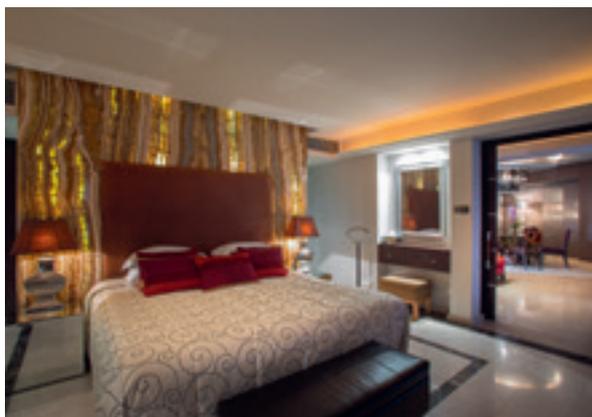
gamma Relief, Ars e Composizione N. A completamento, bordi e pezzi speciali della linea Aquae Wellness Project, il progetto in gres porcellanato a marchio Caesar dedicato alle zone con presenza d'acqua.

Le serie **Anima** e **Anima Select** completano la suggestione delle pietre con l'eleganza maestosa dei marmi più pregiati. Qui proposti nella variante dorata Marfil (Anima) e nell'intensità di Nero Atlante (Anima Select), le due serie portano tutta l'esclusività della pietra per eccellenza nella lobby lounge e nelle suites,

offrendo il massimo risalto nei grandi formati 160x320 cm.

La natura torna preponderante anche nella serie **Life**, proposta qui nella colorazione Oak e nel formato listellare 30x120 cm. Life coniuga design e armonia estetica per dare agli spazi tutto il senso di calore e benessere tipico del legno, che emerge nell'attenta ricerca alle caratteristiche tipiche di questa essenza e delle sue lavorazioni, per garantire un'interpretazione ceramica carica di tradizione artigianale e innovazione contemporanea.





## Grazie per averci scelto

pag.

ALE **26**

---

DEL CONCA **5**

---

GRANITIFIANDRE **52-53**

---

LITOKOL **46**

---

MAPEI **4° di cop.**

---

MEAD **14**

---

MIRAGE **54-55**

---

PORCELANOSA **8**

---

RONDINE **38**

---

TORRECID **20**

---

VERNIS **67**

---



# vernís

 walking together

[www.vernis.es](http://www.vernis.es)

[www.colorificiovernisitalia.com](http://www.colorificiovernisitalia.com)

Vernis Italia Srl  
Via Montegrappa 23  
41042 Fiorano Modenese (MO)  
Tel +390536920365  
Fax +390536920367