

PAOLO SGHEDONI  
Area Manager

commerce@  
costruzionigeneraliabasso.it

+39 345 79 64 018

► **Intervista**

## Romano Prodi tra industria e politica

«Ci sono troppe norme quando bisognerebbe invece semplificare»

pagina 3



► **Personaggi**

## Caso-Castiglioni: tra dieci giorni la prima udienza

L'amministratrice davanti al giudice il prossimo 22 ottobre

pagina 18

Basso Cav. Angelo  
COSTRUZIONI GENERALI

# Il Distretto 323

by Ceramicanda

Il giornale di tendenza che non grava sulle casse dello stato

anno 16 numero 323 • 12 Ottobre 2024 • euro 1,00



## Tutti presenti, elezioni in vista

Di Roberto Caroli

Sono state le elezioni amministrative per il rinnovo del parlamento dell'Emilia Romagna, previste i prossimi 17 e 18 novembre, ad aver spinto politici e amministratori locali a non perdersi il taglio del nastro della quarantunesima edizione di Cersaie? La domanda è legittima, anche perché mai mi era capitato di contarne così tanti, chi con la fascia tricolore al collo, taluni in abiti borghesi, altri in esclusiva rappresentanza del loro movimento politico, tutti all'inaugurazione della kermesse bolognese delle superfici ceramiche, dell'arredo bagno e della posa. Mi risulta che non sia stato diverso anche al Tecna, la fiera di Rimini delle macchine e tecnologia per il settore ceramico. Si sa, in quei frangenti le telecamere non mancano e chissà che tra i tanti giornalisti presenti, qualcuno non si accorga di loro, non dia loro visibilità, non presti attenzione alle loro dichiarazioni; anche perché il carrozzone della campagna elettorale è già partito, e con esso la caccia al voto.

segue a pag. 2

DSTRISCIO

# Ceramica e politica unite in un abbraccio pericoloso

**INWECOTEK**

Azienda nata nel 2021 produttrice di inchiostri e relativi macchinari per il cartonbox, già affermata nel settore ceramico, farmaceutico, alimentare e altri.

348.25.35.311

**INWECOTEK**



a pagina 2 e 3

BAR DELLE VERGINI



## Vietata ai minori

Facce lunghe e pensose al Bar delle vergini... Dopo due settimane di feste e bagordi per Cersaie e Tecna il distretto è tornato alla normalità. Dai fuochi d'artificio durante le cene eleganti si è passati al brodino sul divano, coperti dal plaid. E via alla scorpacciata di serie su Netflix, in attesa che ne arrivi una dedicata al distretto... Abbiamo già il titolo: 'Tile are sexy'!!!! Sarà vietata ai minori???

IL DEBITO PUBBLICO ITALIANO OGGI

€ 2.944.654.922.892

IL DEBITO PUBBLICO PER CITTADINO

€ 44.480,69

Ds ceramico

► **Speciale Cersaie**

La 41<sup>ma</sup> edizione conferma la sua centralità a livello internazionale

► **Speciale Tecna**

Il made in Italy della tecnologia mostra i muscoli in quel di Rimini

► **La novità**

Ceramicanda al CERSAIE tra ceramica e motori

► **Il riconoscimento**

Il XIX Premio Villa a Giovanni Savorani, a Mario Roncaglia il TecnaAwards

pagine 5-17

► **Almanacco**

Il Pronto Soccorso di Scandiano chiude. Anzi, no...

pagina 18

► **Il Dspetto**

L'Emilia Romagna di nuovo sott'acqua: altro che 'isola felice'

pagina 19

CONTINUA+ Activate VELOCE mode

UP TO 12 LINEAR METERS PER MINUTE

SACMI

SACMI SPEED

SACMI

ENDLESS INNOVATION SINCE 1919

# Se la politica ha la verità in tasca...

*Il convegno inaugurale di Cersaie, e più in generale la settimana bolognese, fotografano una contingenza tutt'altro che semplice, che ripropone tra l'altro un tema caro a noi del 'Dstretto' ovvero i 'nuovi' bisogni di un sistema di imprese che si scopre sempre più dipendente dalla politica, stretto tra leggi, scadenze e regolamenti, proprio in un momento in cui la contrazione della domanda e la concorrenza estera imporrebbero più libertà di movimento...*

La domanda, come noto, è in calo. Il mercato, circostanza altrettanto nota, non sorride più di tanto al settore ceramico. E, al netto di timidi segnali di risveglio (arrivano dal mercato USA, ma non solo) i numeri con i quali, a 2024 ampiamente in corso, si misura il made in Italy della ceramica sono sempre quelli di fine 2023, con cali vistosi sia a livello di fatturato e volumi solo in parte mitigati da qualche timido raggio di sole che ha illuminato, ma non a giorno, la prima metà del 2024. Molteplici, ovviamente, i fattori che dipingono un contesto all'interno del quale, tra impresa e mercato, il convitato di pietra è la politica. Sempre più invadente e, ammettiamolo, sempre più condizionante. Ma andiamo con ordine...

## Il mercato

«Il problema non è il mercato, perché quello c'è, il problema è la transizione». A suggerire come i tre temi, a loro modo distinti, di cui diamo conto in questa sede siano necessariamente connessi tra di loro riportiamo, come prima parere, quelle del Presidente di Casalgrande Padana **Franco Manfredini**. A suo avviso il made in Italy della ceramica le qualità per farsi valere, anche in presenza di un momento di difficoltà diffuse, che la ha, ma non se la possibilità di combattere ad armi pari con gli altri competitori lo azzoppa. Così, alle superfici ceramiche di casa nostra resta solo una strada da percorrere, ovvero eccellere, «e - dice il Presidente di Cooperativa Ceramica d'Imola **Stefano Bolognesi** - dobbiamo traghettare que-



Franco Manfredini

*«Il problema non è il mercato, perché quello c'è, il problema è, piuttosto, la transizione»*



Stefano Bolognesi

*«L'agenda delle innovazioni non la dettano le scadenze, ma la ricerca, e per quella servono risorse»*

sto periodo attraverso il miglioramento delle nostre produzioni, per mantenerne e consolidarne la leadership sulla fascia più remunerativa del mercato». Più facile a dirsi che a farsi, tuttavia, soprattutto in assenza di debita assistenza e di misure di sostegno che possano stimolare una domanda tiepida sui mercati tradizionali, e di nuovo debole sul mercato interno. Cui, spiega l'AD di Orsolini Spa, **Rino Orsolini**, «il 110% aveva in un certo senso restituito vivacità, ma adesso la parentesi è chiusa,

con quel che ne consegue». E quel che ne consegue è che la ceramica italiana deve far da sé, sperando magari, come da saggezza popolare, di fare per tre. A conti fatti, per dirla con **Alberto Fortis**, Vicepresidente della Fondazione Edison, «parliamo di una punta di diamante del made in Italy, e sono certo saprà reagire ad una fase non semplice». Magari avvantaggiandosi, suggerisce il Responsabile Istituzionale Enti e Terzo Settore di Banco BPM **Stefano Bolis**, «di una solidità che gli garantirà la

possibilità di intercettare sia le opportunità che derivano dal progressivo abbassamento dei tassi che dai provvedimenti sul 5.0 che il Governo sta mettendo a terra». E qui sta il punto: abbiamo cominciato parlando di mercato, chiudiamo parlando di Governo. 'Qui non si parla di politica, qui si lavora', recitava un vecchio luogo comune, e invece di politica si parla eccome.

## La politica

«Preoccupati dalla politica? Non dovremmo, perché noi

facciamo un altro mestiere, ma il moltiplicarsi di norme, leggi e regolamenti, le continue scadenze che ci vengono imposte fanno della politica un tema del quale l'impresa non può non occuparsi, anche perché obblighi e diktat hanno impatti ragguardevoli sulle nostre attività». Lo dice Stefano Bolognesi, cui non sfugge quanto le cose siano cambiate di recente, complice un universo cui il mondo dell'impresa deve essere giocoforza in grado di muoversi con una sua efficacia.

*continua a pag. 3*



## Tutti presenti, elezioni in vista

*segue dalla prima pagina*

Nessuno di loro osava negarsi ai cronisti, bastava avvicinarli e mostrare il microfono ed era come invitare le oche a bere: soltanto davanti alle telecamere di Ceramicanda sono arrivati un Ministro, due parlamentari europei, due parlamentari della Repubblica italiana, e altri ancora se solo avessimo avuto più tempo e altro spazio a disposizione. Superfluo sottolineare il contenuto

delle loro dichiarazioni, tutte in linea con le aspettative degli imprenditori dell'industria ceramica, potenziali influencer del voto all'interno delle loro fabbriche, possibili sostenitori economici di campagne elettorali. Quindi sul green deal "maggiori risorse per le industrie e tempi dilatati"; sui tempi lunghi della politica "occorre sburocratizzare per rendere immediatamente attuabili le normative pro imprese, per esempio il Fac-

tory 5.0". D'altra parte la vicinanza dell'industria alla politica o, se preferite, della politica all'industria, non la scopriamo soltanto ora, negli ultimi anni ha raggiunto livelli mai toccati: "mai come negli ultimi 8/10 anni si è sentito il bisogno per il nostro settore di stare vicino alla politica, perché le scelte non sono più locali, non sono più personali, non è più sufficiente l'intuito dell'imprenditore ma c'è qualcuno dall'alto che muove i fili...", ha sottolineato un capitano d'industria ai nostri microfoni, e chi scrive non sa se questo sia un bene o un male. Negli anni abbiamo vergato fiumi di parole di elogio ai capitani delle nostre aziende, altrettante

per encomiare i lavoratori del settore, nella stessa misura per sottolineare i ritardi e la lentezza della nostra politica; il fatto che le carte si mescolino sempre più non ci lascia presagire, obbiettivamente, orizzonti stupefacenti! Perché il rischio è che non siano i politici a seguire il bellissimo esempio degli imprenditori, ma l'esatto contrario, e non sia mai che la piccola e media impresa che incarna il manufatturiero, fino ad oggi la colonna vertebrale del sistema produttivo ed economico del nostro Paese, si lasci invece contagiare. Al contrario, c'è chi nel lobbismo individualmente un pericolo per le libere scelte politiche, identificando l'attività di lobby come



l'insieme delle tattiche e strategie con le quali i rappresentanti dei gruppi d'interesse cercano di influenzare a beneficio dei gruppi rappresentati la formazione e attuazione delle politiche pubbliche. Il tema è delicato e credo che nel prossimo futuro non se ne discuterà soltanto sul nostro giornale. L'auspicio è che gli imprenditori non perdano la

consapevolezza della loro importanza, sia per quanto riguarda il generare posti di lavoro e benessere, sia per il prezioso sostegno economico che danno in campagna elettorale. E qui si aprirebbe un altro tema, che certo non fa onore al nostro Paese, che chiamerebbe in causa le tristi vicende avvenute in Liguria e in Calabria.

*(Roberto Caroli)*

# ...questo potrebbe danneggiare le imprese



Giorgio Romani

*«Mai come nell'ultimo decennio il nostro settore ha avuto bisogno di guardare alla politica»*



Alberto Fortis



Stefano Bolis



Stefano Bonaccini



Elisabetta Gualmini



Emanuele Orsini



Rino Orsolini

*«Obblighi, diktat e scadenze hanno impatti sempre più ragguardevoli sulle nostre attività»*



Augusto Ciarrocchi

*«I costi vanno facendosi insostenibili: il rischio è quello di mettere il settore fuori mercato»*

continua da pag. 2

««Mai come nell'ultimo decennio – dice **Giorgio Romani**, Presidente di Gruppo Romani e della Commissione Sindacale di Confindustria Ceramica- il nostro settore ha avuto necessità di guardare anche alla politica. Il mercato si è fatto globale, i diversi sistemi regolamentari e legislativi impattano su realtà che non sono più

locali e non basta più che a guidarle ci siano l'istinto o la competenza dell'imprenditore, ma devono confrontarsi con qualcuno, in alto, che regola e decide per loro». E i politici? Ne convengono, con le perplessità degli imprenditori, spiegando come «la politica, quando vuole insegnare agli imprenditori come si fa, sbaglia perché – spiega l'eurodeputato **Stefano Bonaccini** - il me-

stiere della politica è mettere a disposizione delle imprese gli strumenti perché facciano al meglio quello che sanno fare». Ovvero produrre e vendere, e invece... «Invece – ammette **Elisabetta Gualmini**, eurodeputata e presidente del Forum Europeo della Ceramica - UE e stati nazionali esagerano, non c'è dubbio, quando invece servirebbe un approccio più accoglien-

te nei confronti dei sistemi industriali, soprattutto quelli di qualità come il settore ceramico». Che andrebbe accompagnato, non penalizzato, ed i temi sui quali ragionare sono due. Il primo attiene «alla necessità di accompagnare le imprese», spiega **Andrea Rossi**, ieri Sindaco di Casalgrande e oggi Senatore, il secondo ad una sostenibilità che, aggiunge un altro senato-

re come **Matteo Richetti**, «non si ottiene mettendo scadenze e date, ma con risorse. Diversamente come le accompagni le imprese senza azzopparle?»

### Il Green Deal

O meglio, la sostenibilità insostenibile, il sistema di obblighi e scadenze con le quali il settore ceramico fa i conti da solo, cercando appigli che non trova. «Quan-

do la politica ragiona come se avesse la verità in tasca danneggia le attività di impresa», tuona Manfredini e a fargli eco, con toni forse più 'confindustriali' ma che esprimono lo stesso disagio, è il Presidente di Confindustria Ceramica **Augusto Ciarrocchi**. «Temi come ETS, Green Deal, sostenibilità hanno un'importanza tale che se non gestiti e regolati a dovere rischiano di mettere il settore fuori dal mercato complice un aumento di costi che va facendosi insostenibile», la sintesi del numero uno di via Monte Santo, che fa da sponda a quanto sostengono, con voce univoca ma ancora inascoltata dalle 'stanze dei bottoni', gli imprenditori. «L'agenda delle innovazioni non la dettano le scadenze, ma la ricerca. E per quella servono risorse, ok, ma anche tempo», dice ancora Stefano Bolognesi, cui fa eco l'Amministratore Delegato di Marazzi Group **Mauro Vandini**. «I tempi imposti non sono coerenti con le attuali tecnologie e credo nemmeno sostenibili a livello sociale. Servono investimenti, certo, ma anche tempi in grado di venire incontro alle necessità delle imprese». Che in Italia rischiano, nonostante investimenti cospicui, «di essere penalizzate in ordine ad una competitività che andrebbe invece – conclude il Presidente di Confindustria **Emanuele Orsini** – salvaguardata».

(R.D.)

## Romano Prodi: «troppe norme, e troppo stringenti»

*Il Professore non ha dubbi: «tra UE e singoli stati c'è una rincorsa a prendere sempre più potere complicando progressivamente le cose: sarebbe invece importante regolare, ma senza bloccare o condizionare»*

A parlare dei famosi 'lacci e laccioli' che richiamano a Tommaso Campanella e, più di recente, a Guido Carli si rischia di scivolare nel luogo comune. Resta vero, tuttavia, che la proliferazione legislativa ha fatto crescere, attorno alla cittadinanza e alle attività d'impresa un'autentica giungla. Che non fissa più solo i confini del lecito, statuendo quanto non si può fare, ma sconfinando più spesso nell'indicare 'come fare cosa', vincolando a precetti, procedimenti e procedure spesso privi di logica quella che il diritto chiama 'la generalità dei consociati'. Regole sempre più strette, a proposito delle quali chiediamo un parere al Professor **Romano Prodi**, incontrato dal 'Dstretto' a margine degli eventi che hanno punteggiato



Roberto Caroli e Romano Prodi

la settimana del Cersaie e che non si formalizza a dire come «le cose si complicano sempre di più, quando invece la strada da percorrere sarebbe quella di semplificare, come peraltro già indicato, con estrema chiarezza, da Mario Draghi»  
**Invece l'Europa e i singoli Stati sembrano percorrere altre strade...**  
«Indubbiamente. Basti dire che in Europa, negli ultimi

cinque anni, sono state fatte 13mila nuove leggi, negli Stati Uniti 3mila. La domanda che è giusto porsi è: a chi, e a cosa servono tutte queste regole?»  
**Ce lo chiediamo anche noi, in effetti...**  
«La verità è che assistiamo, nostro malgrado, ad una sorta di rincorsa tra Unione Europea e i diversi Stati nazionali a chi prende più potere complicando sempre di più le

cose. L'auspicio è che un contesto del genere si possa superare, e anche rapidamente, anche perché non vi è dubbio che norme meno stringenti permetterebbero di liberare risorse che oggi restano invece imbrigliate in un sistema eccessivamente rigido»  
**E' vero tuttavia che i sistemi industriali guardano sempre di più alla politica, chiedendo agevolazioni o strumenti di tutela: penso, per restare a casa nostra, al made in Italy della ceramica e ai dazi...**  
«Il problema è complesso, perché implica dinamiche altrettanto complesse, che coinvolgono realtà profondamente differenti tra di loro per cultura, dinamiche e modi di vivere. Ma è e resta vero che anche nella concorrenza ci deve essere trasparenza, e se

quest'ultima viene meno un intervento che la ripristini o il 'blocco' di attività eccessivamente spregiudicate diventano legittimi, perché non si concorre con chi non rispetta le regole. Se invece i dazi si traducono in 'chiusure', che a loro volta limitano le attività di impresa, ci rimettiamo tutti...»  
**In che senso?**  
«Nel senso che la globalizzazione ha avuto momenti di esasperazione, e non si può dire sia stata governata e disciplinata a dovere, ma ha permesso all'umanità di fare un salto in avanti di notevoli proporzioni, cambiando indubbiamente in meglio lo scenario mondiale e favorendo una reciprocità che prima non c'era. Per come la penso io, quindi, va regolata, non limitata». (R.C.)

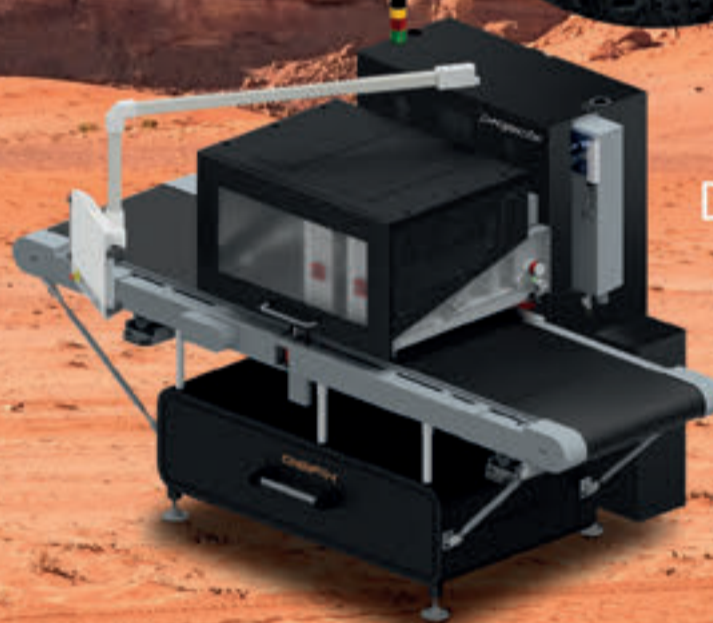
# DRYFIX DIGIFIX

**Le stampanti digitali leader a livello mondiale  
per strutture ed effetti**

DRYFIX



DIGIFIX



GRUPPO  
**b&t**

*projecta*

# Cersaie conferma la sua centralità

*Oltre 95mila visitatori e un'importante presenza internazionale confermano, ad avviso del Presidente di Confindustria Ceramica Augusto Ciarrocchi, «la grande capacità di attrazione dell'appuntamento bolognese, pur in presenza di un contesto internazionale caratterizzato da forti criticità»*

«Pur in un contesto internazionale caratterizzato da situazioni di forte criticità, la grande capacità di attrazione di Cersaie ha consentito alle aziende espositrici di valorizzare al meglio gli investimenti fatti». Archivia con soddisfazione il suo primo Cersaie da Presidente di Confindustria Ceramica, Augusto Ciarrocchi, misurando con soddisfazione numeri che confermano la centralità dell'appuntamento bolognese. A dispetto della complessa situazione di mercato che si sta vivendo con il perdurare delle gravi crisi internazionali, la 41ma edizione del Salone internazionale della ceramica per l'architettura e dell'arredobagno ha infatti risposto alle aspettative delle imprese che hanno investito in fiera per creare una vetrina internazionale, unica al mondo. Quindici padiglioni interamente occupati - pari a 145mila metri quadrati di superficie complessiva - dove hanno esposto 606 aziende, di cui 332 del comparto piastrelle di ceramica, 91 dell'arredobagno, 183 appartenenti ai settori della posa, delle materie prime, delle nuove superfici, delle attività di servizio. Una rassegna che ha confermato la sua connotazione internazionale con 230 espositori esteri - pari al 38% del totale - e con 25 paesi rappresentati e ha registrato, in cinque giorni, 95.321 presenze (-4% rispetto all'edizione



dello scorso anno) come conseguenza di una sostanziale tenuta degli operatori internazionali (47.095 rispetto a 47.634 nel 2023, -1%) e una diminuzione del 6,7% degli operatori italiani, passati da 51685

dell'anno scorso ai 48.226 del 2024. «La ceramica italiana - ha detto ancora Ciarrocchi - resta leader sui mercati mondiali grazie al valore assoluto del proprio design e a caratteristiche distintive quali so-

stenibilità e rispetto dei diritti delle persone, anche se dobbiamo confrontarci con un dumping sempre più aggressivo di alcuni Paesi e con la perdita di competitività per le nostre imprese che deriva dall'applicazio-

ne ideologica di normative, come l'ETS, che pure mirano a obiettivi ambientali UE condivisibili». La soddisfazione di Ciarrocchi è condivisa anche dall'AD di BolognaFiere Antonio Bruzzone, che con il Presidente di Confindustria Ceramica condivide anche il disappunto «per gli scioperi dei taxi e degli operatori aeroportuali di Bologna che hanno condizionato i primi due giorni di fiera». Passati a loro modo in cavalleria («ma l'auspicio è che episodi del genere non si ripetano») alla luce di un bilancio tutto sommato positivo, stanti riscontri di cui fa sintesi Emilio Mussini, Presidente della Commissione Fiere di Confindustria Ceramica, fornendo altri numeri. «I 1200 partecipanti alla Lectio Magistralis di Riken Yamamoto, le centinaia di architetti che hanno partecipato a 'Costruire, Abitare, Pensare', i 150 giornalisti che hanno preso parte alla Conferenza Stampa Internazionale, i 18 Cafè della stampa tenutisi in presenza e trasmessi in streaming, il grande interesse e afflusso registrato alla Città della Posa si aggiungono agli oltre 240 operatori provenienti da Europa, Nord America, area del Golfo ed Africa che hanno composto la delegazione del Cersaie Business, con una forte presenza di operatori dei media da tutto il mondo - ha detto - parlano di un'edizione perfettamente riuscita». (S.F.)

## Il XIX premio 'Aldo Villa' a Giovanni Savorani

*«Un'emozione grandissima», il commento del past president di Confindustria Ceramica*

«Per un ragazzino che ha fatto la scuola di ceramica, ha sempre vissuto nell'area Sacmi e ha avuto la fortuna di conoscere l'ingegnere ricevere questo riconoscimento è un onore grandissimo. E vedere il mio nome accanto a personalità, che ho sempre ammirato, e lo hanno ricevuto prima di me è un'emozione fortissima». Quasi si commuove, il Presidente e fondatore di Gigacer e past president di Confindustria Ceramica Giovanni Savorani. E' a lui che Società Ceramica Italiana ha



scelto di assegnare il XIX 'Premio internazionale ing. Aldo Villa' che ricorda il pri-

mo Presidente di SACMI e viene consegnato, dal 1988, a personalità di primo piano

per i contributi eccezionali e i risultati significativi apportati nel campo ceramico. La giuria, composta dal Presidente di Confindustria Emanuele Orsini, dal Presidente di ACIMAC Paolo Lamberti, dal Rettore dell'Università di Modena e Reggio Emilia prof. Carlo Adolfo Porro, dal Presidente di SACMI Paolo Mongardi e dalla presidente di Società Ceramica Italiana prof.ssa Cristina Siligardi, ha scelto Savorani 'per il suo impegno e dedizione - si legge sulla motivazione - nel promuovere l'innovazione

tecnologica e la sostenibilità ambientale e sociale della industria ceramica italiana, in un periodo particolarmente difficile caratterizzato dalla pandemia, dall'invasione russa all'Ucraina, dal blocco delle esportazioni di argille ucraine, dalla crisi energetica determinata da quotazioni fuori mercato nei prezzi del gas metano, dal rallentamento della congiuntura su molti mercati del mondo'. La cerimonia di consegna è andata in scena presso 'The Square', in occasione dell'edizione numero 41 di Cersaie. (S.F.)

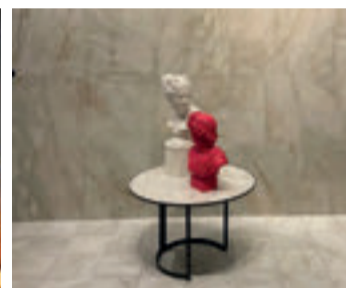
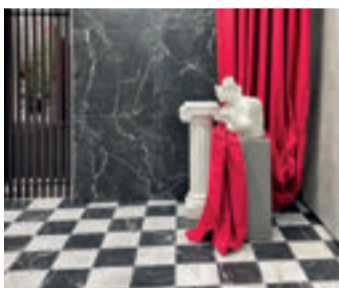
# Antique Aurea, Pietra de' Medici, Briccole La Fenice si ispira alla 'grande bellezza'



Zoello Cavazzuti

*Marmi, pietre, legni integrano una proposta completa tanto evoluta dal punto di vista tecnologico quanto suggestiva ed efficace nel richiamare estetiche senza tempo*

Le tappe di una crescita che ne accompagnano il divenire sono diverse, per La Fenice, azienda nata come realtà commerciale e oggi anche produttrice in grado di proporre al mercato un'ampia gamma di soluzioni capaci di intercettare le tendenze dell'abitare contemporaneo. Ma il Cersaie, per l'azienda, è un punto fermo che da una parte ne esalta il dinamismo commerciale, dall'altra ne consolida il ruolo nel panorama del made in Italy della ceramica al cospetto di una clientela esigente e qualificata. Il punto lo fa **Zoello Cavazzuti**, Direttore Generale de La Fenice, presentando alcune delle nuove collezioni nate dalla ricerca tecnologica ed estetica dell'azienda reggiana, che danno piena dimensione alle strategie di crescita di questa realtà a suo modo nuova – presente sul mercato da 25 anni – diventata il punto di riferimento di una nuova generazione di realtà che abbinano flessibilità, qualità e servizio ad una



gamma produttiva tanto evoluta nelle tecnologie quanto efficace nell'estetica. «Tra i progetti che presentiamo – spiega Cavazzuti – uno tra i più riusciti è senza dubbio 'Antique Aurea', già presentata con successo al Co-

verings». Si parla di marmi, o meglio di effetto marmo declinato secondo una nuova sensibilità che interpreta uno stile senza tempo in chiave contemporanea, con una proposta che, anche a livello di formati (90x90, 60x120,

60x60, i sottoformati in 30x60 e 30x30 realizzati sulla nuova linea di squadratura recentemente installata presso lo stabilimento di Bonfè di Gonzaga e un'ampia gamma di mosaici che impreziosiscono la collezione)

intercetta le necessità suggerite dal mercato contemporaneo. Richiama, 'Antique Aurea', la bellezza italiana, che ispira anche 'Pietra De' Medici' e 'Briccole'. Nel primo caso parliamo di gres porcellanato di ultima generazione, «la cui superficie – spiega Cavazzuti – è impreziosita dall'utilizzo dell'innovativa tecnologia DG-Shape che aggiunge effetti inediti restituendo ai materiali una trama grafica di grande effetto». Nel secondo caso ci si sposta invece dalla pietra al legno, dai palazzi fiorentini raccontati dalla 'Pietra De' Medici' a Venezia, dove i caratteristici pali in legno che spuntano dalla laguna vengono rievocati, nel loro effetto, da una collezione proposta in tre differenti finiture il cui denominatore comune è la ricerca di una superficie ricca di suggestione. «E' un'altra collezione che ci sta dando grandi soddisfazioni e che – conclude Cavazzuti – presto integreremo con altre colorazioni». (R.D.)

## Tra superfici ceramiche ed eccellenze motoristiche

*A Viva Cersaie il Direttore di Ceramicanda Roberto Caroli ha affrontato il tema delle sponsorizzazioni nel mondo delle due e quattro ruote insieme a piloti ed imprenditori*

Non è stata una gara, ma piuttosto un percorso, quello che Ceramicanda ha scelto di tracciare con 'Viva Cersaie', il talk affidato dagli organizzatori al 'nostro' Direttore Roberto Caroli in occasione dell'edizione 41 della fiera bolognese. Insieme a lui, oltre ad **Andrea Porello** di 'La F1 Dimenticata', il giornalista e scrittore **Leo Turrini** ed i piloti **Riccardo Patrese** e **Marco Lucchinelli**. In platea numerosi imprenditori – tra cui **Stefania Leardini Mularoni**, presidente della Fondazione Cino Mularoni e **Franco Romani**, già azionista di Ceramiche della Robbia - ad affollare la platea di 'The Square'. 'Ceramica e motori, una lunga



ga storia d'amore', il titolo dell'appuntamento che attraverso il format del talk show, senza venire meno alla cifra stilistica che contraddistingue il gruppo editoriale fondato da Roberto Caroli, ha

indagato un tema fondamentale per le aziende ceramiche, ovvero il marketing, o meglio un certo modo di fare marketing, veicolando, fuori di metafora, marchi e brand su palcoscenici, come quelli

motoristici, planetari. Attraverso aneddoti del passato e riflessioni sul presente e sul futuro, Turrini, Lucchinelli e Patrese hanno raccontato le 'magnifiche sorti e progressive' di quel lungo decennio dentro il quale i marchi delle aziende di casa nostra campeggiavano sulle livree che incendiavano l'immaginario collettivo di un mondo che scopriva la velocità, tra il boom di fine anni Settanta e l'ubriacatura del decennio che aveva fatto della 'capitale morale' d'Italia la 'Milano da bere'. «E per me, che di Patrese e Lucchinelli sono coetaneo e li ho visti vincere, è stato un piacere rievocare quei tempi meravigliosi», ha detto Turrini, mentre i due

piloti non hanno avuto difficoltà a raccontare quanto sia stato a suo modo 'speciale' il rapporto che li legava ai loro sponsor. Da Patrese, che ricorda con affetto «la signora Giacobazzi, incontrata in più volte presso il palazzo della Ragnò a Modena Nord ma anche presso i box dei Gran Premi, e con la quale si era creato un rapporto di amicizia», a Lucchinelli. Il motociclista andava in pista con la carena 'addobbata' dal marchio di Ceramiche Della Robbia e ricorda benissimo quel periodo «che mi vedeva arrivare, dalla Liguria, a Reggio Emilia. L'Emilia è diventata la mia seconda casa». Altri tempi, vero, ma perché non ricordarli? (R.D.)

esmalglass.itaca

#Think water

Water as an element of life, beauty and communication: always changing, always in motion.



water connections  
new paths, new opportunities

# Materia ed effetti: il Cersaie di Sicer



*Gianfranco Padovani, Presidente del colorificio fioranese, registra «un sentiment più positivo rispetto a qualche mese fa: le aziende italiane confermano una grande resilienza rispetto ad un contesto comunque non semplicissimo»*

«Diciamo che il *sentiment* che si registra è più positivo di quanto non fosse qualche mese fa». Dal vertice di Sicer, il Presidente **Gianfranco Padovani** si guarda attorno «con cauto ottimismo, lo stesso che mi sembra di cogliere qui a Cersaie da parte di operatori e clienti». Non che il 2024, aggiunge, verrà ricordato «come il miglior anno di sempre per il made in Italy della ceramica, ma l'impressione è che la situazione stia migliorando. C'è stata una partenza non semplice, con rallentamenti che hanno condizionato il contesto fino a marzo e una diffusa preoccupazione, ma da maggio le cose sembrano andare meglio». Vero che i problemi restano e che le difficoltà non mancano, «altrettanto vero che gli imprenditori, e in particolare gli imprenditori italiani, si sono ormai abituati ad affrontare i problemi e risolverli, e le aziende di casa nostra



stanno dimostrando grande resilienza, e una capacità di reagire non comune». Incontriamo Padovani presso lo stand di Sicer al Cersaie: diverse le novità messe a punto dai laboratori dell'azienda fioranese attraverso formule in grado

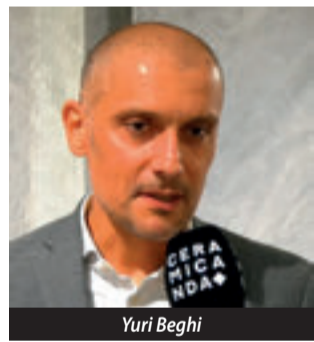
di mettere in condizioni i produttori di superfici ceramiche di aggiungere valore alla superficie per rinnovarsi ed emergere sul mercato. «Da sempre – aggiunge Padovani – la ceramica italiana esprime la propria eccellenza attraverso



quelle nicchie di mercato capaci di riconoscere questa eccellenza, ed è sicuramente la strada giusta da percorrere». Inutile, se non dannoso, «fare la corsa sul prezzo, o rincorrere produttori esteri che fanno valere, sul mercato mondiale,

vantaggi in termini di costi di cui le nostre aziende non godono. La strada da percorrere per l'Italia delle superfici ceramiche è quella dell'innovazione, del valore, della capacità di arrivare prima dove gli altri arriveranno dopo». Ecco allora, per usare una perifrasi cara a Padovani, 'la ceramica che torna a fare la ceramica'. Effetti, materia, colore: questo chiede il mercato al made in Italy, questo il made in Italy deve garantire al mercato: «non una stampa su un supporto, magari bella ma facilmente replicabile, ma materie e colori che nobilitino quel supporto, facendone un oggetto a suo modo unico e riconoscibile da un mercato sempre più selettivo, che oggi premia, ad esempio, quegli effetti matt morbidi che oggi intercettano tendenze assai diffuse. Sui quali, tra l'altro, noi italiani siamo arrivati per primi e che – conclude Padovani - ci stanno dando buone soddisfazioni?». (R.D.)

# Ceramiche Keope guarda al futuro



*L'Azienda reggiana vive una fase di rinnovamento*

Negli anni Keope ha costruito la propria leadership sull'innovazione e sull'avanguardia tecnologica, grazie ad ingenti investimenti che le hanno consentito di distinguersi sul mercato. «È un'azienda che ha la sua tradizione e cultura di prodotto nella ricerca materica, soprattutto di pietre e marmi, e nell'incessante studio di questi materiali», dice **Yuri Beghi**, AD dell'azienda reggiana, il cui arrivo in Ceramiche Keope si inserisce in una fase di rinnovamento, finalizzata alla crescita e allo sviluppo. Vanno in questa direzione sia la nuova sede di Casalgrande, progettata dall'architetto Guglielmo Renzi, «una prestigiosa architettura che si inserisce perfettamente nel contesto, unisce il nostro sito produttivo alle



campagne circostanti e - dice Beghi- ci proietta nel futuro», sia le nuove collezioni che Keope ha presentato a Cersaie, dando concretezza «alle proprie competenze di prodotto, di ricerca del dettaglio e miglioramento tecnologico». Tra queste "Lavica", attraverso cui Ceramiche Keope "rilegge" le superfici naturali delle pietre laviche attraverso texture e tonalità che conferiscono al gres porcellanato un'indole moderna per esigenze di arredo classico o contemporaneo, o la "Versilia", «frutto - spiega l'AD - della ricerca che il nostro R&D ha effettuato sui marmi bardiglio di una cava toscana ottenendone un prodotto di grande pregio, offerto ai nostri clienti in una grande varietà di formati, dal 30x60 alla lastra in 120x278». (R.D.)

**ELLEK** AUTOMAZIONI



# Non solo 'green': la 'svolta' di Litokol



Luca Romani

*Nuovi prodotti e governance rinnovata per l'azienda di Rubiera*

«Con il Cersaie 2024 inizia un nuovo corso per l'azienda». L'annuncio arriva da **Luca Romani**, Responsabile R&D di Litokol, e racconta l'evoluzione di un'azienda «che volta pagina, guardando al futuro con una nuova vision e una nuova direzione aziendale». Resta fedele a se stessa, l'azienda reggiana, agli skills e ai know how che ne hanno fatto una protagonista a livello internazionale, ma guarda avanti. Rivoluziona la gamma senza 'lasciare indietro' nulla di quanto, a livello di ricerca e competenze, l'hanno fatta grande, ma studia e propone «prodotti profondamente cambiati, frutto di una ricerca che non smette di gettare basi per quanto verrà: l'obiettivo – aggiunge Romani – è diventare, nel giro dei prossimi tre, cinque anni al massimo, l'azienda più innovativa del settore, portando nuove idee e sperimentando soluzioni fortemente innovative». C'è un rebranding non privo di efficienza, nel 2024 di Litokol, espresso da uno stand



che, al Cersaie, da' dimensione compiuta alle volontà

di una governance arricchita dall'ingresso di Gian Luca

Sghedoni nella compagine societaria di imprimere una

svolta. A livello di prodotti, ricerca, e anche nel presentarsi sul mercato, «con packaging rivoluzionati che sottolineano da una parte la forza del brand, dall'altra la volontà di rivendicare i crescenti investimenti in tema di sostenibilità». C'è un 'puntino' verde, nei nuovi pack studiati dall'azienda rubierese, e c'è un semaforo altrettanto verde che la riaccompagna al cospetto di mercati che rifiatano, ma restano ricettivi nei confronti di quell'innovazione di cui Litokol fa mission. «Lavoriamo – dice Romani – in oltre cento paesi nel mondo, ma siamo un'azienda che ha voglia di crescere e guarda al mercato con il giusto ottimismo e una grande voglia di realizzarsi, perseguendo obiettivi particolarmente ambiziosi. Siamo certi che, al netto di una fase non priva di difficoltà legati al calo globale della domanda, i mercati, tanto quello italiano quanto quelli internazionali, saranno in grado di recepire l'uno e l'altra».

(R.D.)

**IBATICI**

**LA SCELTA  
SICURA  
PER OGNI  
COPERTURA**

info@ibatici.it - 0598677161



# Il viaggio sensoriale di Refin

*Diverse le novità presentate a Cersaie dall'azienda reggiana, tra upgrade tecnologici e uno stile sempre riconoscibile, che studia, rielabora e crea estetiche di grande impatto*



Uno spazio allestito per accompagnare il visitatore lungo un autentico viaggio sensoriale, fatto di suggestioni che spaziano attraverso le traiettorie che Refin disegna quasi rivendicando l'unicità delle sue collezioni in gres porcellanato. Diverse le novità presentate dall'azienda reggiana in occasione dell'edizione 2024 del Cersaie, frutto di percorsi di ricerca diversi, «che rielaborano, come nella moda e nell'abbigliamento, stili differenti oggetto di una rilettura costante, resa possibile – spiega **Rino Bedogni**, Responsabile Marketing di Refin - da un'evoluzione tecnologica che garantisce infinite possibilità di sperimentazione». E' il caso di una delle collezioni più iconiche presentate dall'azienda reggiana, ovvero **Upside**, «che riprende – spiega Bedogni - una collezione realizzata a suo tempo da Massimiliano Adamo e con la quale abbiamo voluto legare simbolicamente il presente al passato,



mantenendone i motivi estetici ottenuti da una doppia lavorazione artigianale cui è aggiunta una smaltatura superficiale molto ricca in colori brillanti e proponendo in nuove dimensioni che

vanno dal brick al 30x60 fino al 60x120». Altro, la ricerca di Refin ha prodotto affrontando le ispirazioni urbane e postindustriali del cemento e muovendo da materiali già presenti nella gamma

dell'azienda reggiana per arricchirli ulteriormente. E' il caso della collezione **Grayn**, «dove un trattamento superficiale ricco di dettagli visivi e tattili si aggiunge alla naturale eleganza di

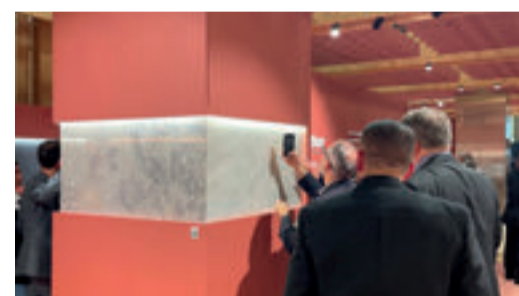
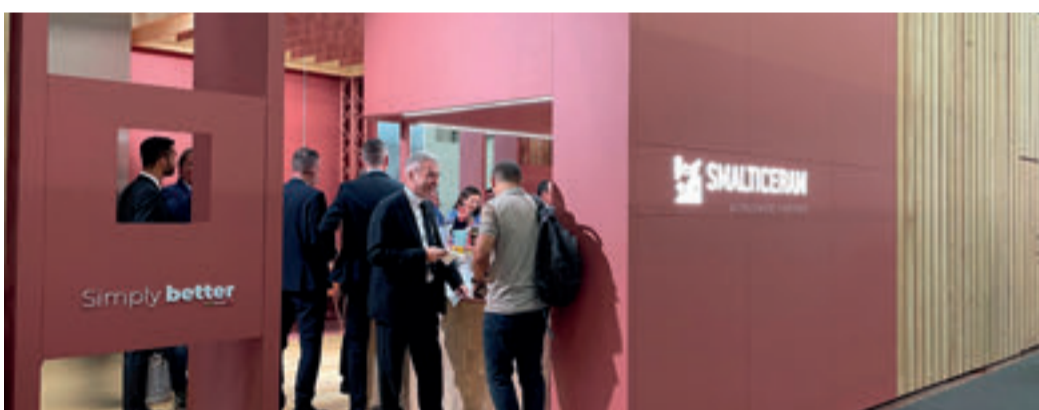
una superficie garantendo un effetto di sicuro impatto: la collezione – aggiunge Bedogni – è completata da un rivestimento strutturato in formato 60x120 ispirato ai tessuti, ovvero Tweed, che completa una proposta che va oltre il minimalismo della materia elaborando una proposta a suo modo completa che rivede e integra una proposta già consolidata». Il grande impatto estetico e funzionale delle collezioni Refin trova poi ideale sintesi in **Reliefs**: «tutte le novità che abbiamo presentato quest'anno – spiega ancora Bedogni – si compongono di strutture differenti: abbiamo scelto di fare confluire in un raccoglitore tematico declinato in 12 collezioni e 46 articoli che interpretano gusti differenti per dare una scelta stilistica e di palette cromatica completa per chi vuole fare boiserie e/o rivestimenti al di fuori di una collezione monolitica mixata con altri effetti ceramici».

(R.D.)

# Smalticeram: tra innovazione ed autenticità

*Ad avviso di Carlo Alberto Ovi «il made in Italy è obbligato ancora una volta ad alzare il livello, rendendo le superfici sempre più qualificate e identificabili»*

«Simply better». Questo il claim da cui Smalticeram ha scelto di farsi accompagnare lungo la settimana del Cersaie, questo lo slogan che, dice il Direttore Commerciale dell'azienda reggiana **Carlo Alberto Ovi**, «racconta quello che facciamo ogni giorno e proponiamo al mercato, lavorando al meglio delle nostre possibilità». Elaborando superfici che riflettono l'eleganza del made in Italy ma anche e soprattutto quell'autenticità che è la cifra del fare impresa di Smalticeram. Design, prestazioni e rispetto per l'ambiente le traiettorie che disegnano il percorso dell'azienda reggiana, che rincorre un momento «che vede il mercato condizionato da una contrazione che credo si protrarrà per tutto il 2024, cui il made in Italy sta reagendo elaborando soluzioni



in grado di alzare comunque il livello delle produzioni ceramiche di casa nostra». Distinguersi, creare prodotti che nessuno è in grado di replicare la mission di azien-

de che, come Smalticeram, sono ben consapevoli di come «i prodotti, ancorché già qualificati e riconosciuti, devono comunque con-

fermarsi i migliori dal punto di vista estetico e delle performances per mantenere il vantaggio di cui la creatività e la ricerca italiana godono rispetto ad altri paesi». Ovi, in questo senso, ritrova in

molte collezioni presentate al Cersaie «un prepotente ritorno della materia, combinato ad un'evoluzione della ricerca e ad una crescente attenzione alla sostenibilità che sono driver imprescindibili, rispetto ai quali tuttavia Smalticeram è allineata da tempo». E' il valore della superficie che fa la differenza, è il dettaglio che restituisce alle produzioni più evolute quella cifra distintiva sulla quale Smalticeram ha impostato la propria ricerca, «lavorando su effetti in grado di fare la differenza. Molte delle collezioni che abbiamo visto in questa settimana di fiera – conferma Michele Tommasini, Area Manager e Responsabile Sviluppo Prodotto dell'azienda reggiana – recepiscono appieno questa necessità di distinguersi».

(R.D.)

Simply **better**

**SMALTICERAM**  
WORLDWIDE PARTNER

# CCI: passato, presente e futuro



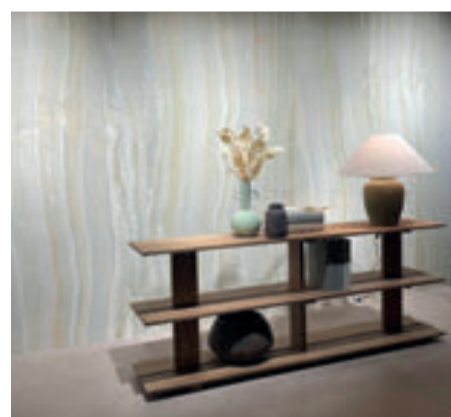
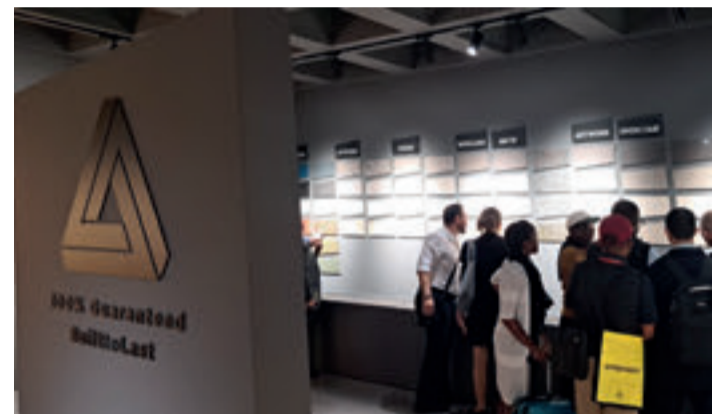
Stefano Giordani

Mentre presso l'headquarter di Imola si celebra, complice i 150 anni di attività, la storia di Cooperativa Ceramica d'Imola, a Bologna, al Cersaie, la holding romagnola celebra il proprio presente, gettando un ponte verso il futuro. La manciata di chilometri che separa le due location racconta tuttavia una storia unica, fatta di tradizione e di eccellenza, che si riflette sulle superfici che i diversi brand del Gruppo hanno presentato ai clienti nel corso di una settimana che Stefano Giordani, Direttore Marketing di Cooperativa Ceramica d'Imola, definisce «ricchissima di novità». Lo spazio espositivo allestito in occasione dell'edizione 2024 di Cersaie racconta, tra tradizione e innovazione, la vocazione del Gruppo, presentando, dice ancora Giordani, «una selezione di prodotti che rispondono alle esigenze estetiche e di utilizzo richieste dal mercato». Il resto lo fa la forte riconoscibilità di tre differenti anime legate tra di loro da quel saper fare che fa dell'azienda imolese uno dei player di riferimento del made in Italy della ceramica.

*I brand del Gruppo celebrano 150 anni di storia con una proposta oltremodo articolata che risponde alle esigenze estetiche e di utilizzo richieste da un mercato in continua evoluzione. Imola, LaFaenza e Leonardo interpretano sensibilità differenti, accomunate dal denominatore dell'eccellenza*

## Imola Ceramica

Marmi e pietre, ma non solo. «La proposta di Imola spazia dalla gamma di 'The Room', il marchio che abbiamo depositato e che identifica la nostra gamma di marmi, arricchita da quattro nuove essenze, fino all'Azuma Rock, una sorta di ibrido tra il 'nostro' cemento e una pietra slate di sicuro effetto», spiega Giordani, che mette l'accento anche su 'The Rock', a suo modo speculare, nella ricerca e negli esiti, sull'effetto pietra, «ideale alter ego di 'The Room', risultato di una ricerca ad hoc sulle superfici». Un'altra novità è Crew, «un prodotto progetto che mescola tra di loro prodotti effetto pietra, legno e terracotta e



vuole richiamare il passato, glorioso, di un'azienda che compie 150 anni. E, se strizza l'occhio al passato, non rinuncia a guardare avanti: in questa prospettiva, spiega Giordani, va letto il rilancio di 'Hyper', con cui Imola si riaffaccia al mondo della grande progettazione.

## LaFaenza

E' il brand che declina la sensibilità del Gruppo in

tema di interior design: fascino ed eleganza integrano una proposta che muove non solo da progetti singoli, «ma da una serie di proposte articolate e abbinabili tra di loro in grado di creare, anche grazie all'esaltazione delle loro differenze, soluzioni personalizzate e personalizzabili». Una sorta di look book cui ognuno può affacciarsi alla ricerca di quelle che sono le proprie inclinazioni, le proprie

ispirazioni e un gusto in costante evoluzione, non necessariamente riconducibili ad un unico stile quanto ad uno stile che la combinazione di più soluzioni fa diventare unico.

## Leonardo

Legge la grande architettura, Leonardo: prodotti a tutta massa che esaltano tecnica e prestazioni ma che quest'anno, spiega ancora Giordani, «abbiamo

legato ad una sperimentazione estetica espressa da due differenti progetti, che mi piace definire 'gemelli' anche se gemelli non sono. Si tratta di Artwork e Motif: studiati per essere presentati insieme, sono la summa della ricerca Leonardo sui materiali attraverso i quali Cooperativa Ceramica d'Imola interpreta il mondo della grande progettazione».

(R.D.)

# DAXEL

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



# La 'sinfonia' di Iris Ceramica Group

*Lo spazio espositivo diventa Foyer di un "teatro delle innovazioni" all'interno del quale risuona la Sinfonia di un complesso di strumenti, in questo caso, persone e soluzioni tecnologiche applicate alla ceramica, allineate alla mission di Iris Ceramica Group: "reingegnerizzare la ceramica per migliorare l'interazione uomo-ambiente"*

Non nuova rispetto a interpretazioni inedite delle superfici ceramiche, Iris Ceramica Group ha scelto, per l'edizione 2024 di Cersaie, un concept fortemente innovativo, facendo metafora di una narrazione sviluppata su più piani. Una 'Sinfonia', appunto, che vede lo spazio espositivo assumere il ruolo di Foyer per ospitare il "teatro delle innovazioni" sviluppate dal Gruppo e raccogliere attorno a sé tutto il mondo di persone, tecnologie e brand che insieme costituiscono un unicum, quella 'ICG orchestra' che interpreta uno spartito di eccellenza. Letteralmente, il termine 'Sinfonia' richiama un accordo, una concordanza di suoni che dà vita a una forma armonica in perfetto equilibrio tra le parti di cui è composta. Da qui il concept di Iris Ceramica Group per Cersaie 2024: molteplici elementi che interpretano la stessa partitura, una metafora umana, tecnologica e materiale che rende il Gruppo "one of a kind" anche attraverso tecnologie innovative applicate alla ceramica da Iris Ceramica Group che interpreta con grande efficacia la mission che fa da guida all'ICG Orchestra, ovvero 'reingegnerizzare la ceramica per migliorare la qualità di vita in rapporto con l'ambiente'. Paradigmatico, in questo senso, il succedersi



delle quattro 'stanze sonore' all'interno delle quali le tante voci che compongono ICG Orchestra diventano quella 'Sinfonia' che combina l'innovazione all'estetica. A partire da MOONLIGHT, la lastra ceramica retroilluminata, nuova tecnologia presentata in anteprima a

Cersaie 2024, proseguendo con HYPERTOUCH®, la lastra ceramica intelligente in grado di reagire al contatto con la mano dell'uomo, e ATTRACT®, la soluzione di posa magnetica a secco sviluppata dalla Business Unit Granitech. Ogni tecnologia suona da sola, ma è quando

si unisce alle altre che nasce la vera magia, ovvero quella 'Sinfonia' cui partecipa anche la quarta stanza sonora allestita presso il 'foyer' di Iris Ceramica Group, ovvero DESIGN YOUR SLABS, la tecnologia di personalizzazione delle superfici ceramiche che, attraverso la stampa

di elementi decorativi, permette di progredire verso rese cromatiche e figure in tridimensionalità ancora inesplorate creando sulla superficie movimento e struttura che riproducono un sorprendente senso di profondità.

FOCUS

## MOONLIGHT, la ceramica retroilluminata

*Una composizione di materie prime naturali particolarmente raffinata da' vita ad una lastra ceramica di minimo spessore (6mm) più sensibile alle fonti luminose*

Iris Ceramica Group mette in luce – fuor di metafora - un'altra proprietà inedita della ceramica: la capacità di diffondere la luce in modo uniforme. Una luce morbida e accogliente, delicata come un chiaro di luna, che emerge dal corpo della lastra ceramica grazie alla sua qualità di trasparenza, amplificando la bellezza del decoro superficiale anche al buio. La ceramica viene studiata e osservata sotto una nuova luce: un materiale altamente performante, tanto da potersi illuminare al buio grazie ad una composizione delle materie prime particolarmente raffinata, in grado di dare vita a una lastra ceramica di minimo spessore (6mm) più sensibile alle fonti luminose. Accoppiata sul retro a uno speciale pannello luminoso a led, le grandi superfici dall'estetica naturale, come i marmi, i graniti e gli onici dei Brand del Gruppo, danno vita ad ambienti indoor raffinati in cui sentirsi subito a casa. L'inedita soluzione è il risultato di un'approfondita ricerca volta a perfezionare sempre più il processo produttivo e l'altissima definizione estetica delle superfici, elevandole a vere e proprie opere d'arte. Le superfici retroilluminate fino a 300x150cm sono pensate per i rivestimenti indoor, anche in continuità, e per rivestire elementi d'arredo di particolare pregio. Moonlight rende omaggio e valorizza l'identità del Gruppo: innovazione, eccellenza nella qualità e sostenibilità sono infatti i valori che guidano il processo di ricerca tecnologica di Iris Ceramica Group.



CERAMICA  
NDA TV

LA STAGIONE TV 2024-2025

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

www.ceramicanda.com

CERAMICA  
NDA TV

# FILA Solutions con il vento in poppa grazie alla fretta del Superbonus



Francesco Pettenon

**F**ILA Solutions, azienda chimica fondata nel 1943 dalla famiglia Pettenon, si avvia a chiudere il 2024 in controtendenza rispetto al settore dell'edilizia con una crescita a doppia cifra, così come era già avvenuto nel 2023. Un risultato eccellente, frutto dell'impegno profuso dall'azienda negli ultimi anni per migliorare prodotti e servizio, ma anche di una congiuntura di mercato favorevole, figlia dell'iper sviluppo edilizio derivato nell'ultimo biennio dal Superbonus. La conferma arriva dal Ceo di Fila Solutions **Francesco Pettenon**: "Molti dei cantieri realizzati in fretta e furia durante il Superbonus, a volte anche con materiale scadenti a causa della difficile reperibilità per la grande richiesta, mostrano già diverse problematiche, e questa è una grande opportunità per chi come noi si occupa di antimuffa, sistemi di prevenzione e protezione, idrorepellenti e detergenti specifici". L'azienda padovana è sommersa da richieste di consulenza tecnica per materiali posati male.

*I tanti cantieri da chiudere in poco tempo e la scarsità di materiale hanno portato una serie di problematiche che sono "la fortuna" dell'azienda padovana che da sempre si occupa delle problematiche più comuni dell'edilizia: infiltrazioni, muffe ed errori di posa*

Ma, come sempre accade, i buoni risultati di un'azienda non arrivano solo da fortunati momenti di mercato, a sostenere la crescita sono



Innovation Center FILA Solutions San Martino di Lupari



gli investimenti, la ricerca e l'innovazione, un quadro che ben si sposa con la realtà di FILA Solutions: "La nostra azienda è profondamente cambiata negli ultimi anni, abbiamo fatto e facciamo molta formazione perché crediamo che l'elemento umano sia imprescindibile, abbiamo tecnici preparati senza i quali non potremmo fare quotidianamente la ricerca che poi mettiamo al servizio dei nostri clienti. I nostri prodotti sono come dei software che aggiorniamo costantemente, perché stiano al passo con le innovazioni dei prodotti sui quali devono

essere utilizzati, siano essi superfici ceramiche o pietre naturali". La sfida arriva anche dalle tensioni geopolitiche che, lo sa bene il settore ceramico, modificano repentinamente le catene di approvvigionamento delle materie prime: "Le materie prime spariscono di punto in bianco, quando accade devi sapere a cosa serve quell'elemento per poterlo sostituire quanto prima e nel miglior modo possibile, per questo servono tecnici preparati, è un know-how che non puoi rubare e replicare. I nostri prodotti sono il frutto di una ricerca e di una innovazione continue".

Un tema che si intreccia a doppio filo con quello della sostenibilità, oggi sempre più necessaria, soprattutto per un'azienda chimica che da sempre ne ha fatto una propria bandiera: "Negli anni '70 mio padre si dotò di un depuratore quando tutti scaricavano i propri residui nei fossati accanto alle aziende, FILA Solutions viene da questa cultura di rispetto del territorio, significa garantire salute per noi e per i nostri lavoratori e stakeholders". Di fondo poi la stessa missione dell'azienda è a basso impatto ambientale "perché da sempre realizziamo prodotti di pre-

venzione e protezione, che evitano problematiche profonde che portano alla demolizione di manufatti, noi li recuperiamo ed evitiamo che finiscano in discarica". Il mercato di FILA è trasversale, va dalla grande multinazionale al consumatore che acquista un detergente nella grande distribuzione, ed ora si è allargato anche alla vendita online realizzata non con un e-commerce proprietario ma con i marketplace come Amazon. Resta comunque il forte legame con il distretto ceramico: "Abbiamo partner importantissimi che raccomandano i nostri prodotti tutti i giorni, siamo partner per la formazione anche nelle loro aziende, parlo di realtà come Atlas Concorde, Gruppo Italcer e Gruppo Iris. Sicuramente è un settore importante in cui abbiamo ottime relazioni, stanno facendo molta innovazione e questo ci chiama in causa direttamente perché i prodotti innovativi dimostrano la loro reazione dopo la posa sul lungo periodo e noi li interveniamo". Facile immaginare che le superfici viste all'ultimo Cersaie, molto materiche, matt e tridimensionali, porranno ulteriori sfide all'innovation center di FILA Solutions.

(R.D.)

## Problemi di infiltrazioni? Usa SALVATERRAZZA® ECO

Il nuovo **anti infiltrazione**, consolidante e traspirante a **basso impatto ambientale**, totalmente inodore, che **protegge e ripara fessure e crepe** di pavimenti e rivestimenti **fino a 1 mm**.

Impedisce l'assorbimento di acqua, causa dei principali danni alla struttura della tua casa, e ostacola la crescita di alghe, muffe e licheni.

**Tecnologia e ricerca per la cura del tuo rivestimento esterno.**

Scopri come funziona

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

# Tecnologie di qualità contro il dumping cinese



Paolo Lamberti

«Un'edizione particolarmente vivace, con molte, moltissime novità sviluppate dalle aziende in tema di tecnologia, logistica ed efficienza energetica». Il Presidente ACIMAC Paolo Lamberti archivia con soddisfazione l'edizione 2024 di TECNA che, dice, «ha restituito alla fiera la sua centralità»

**Tra i diversi temi emersi il nucleare: la posizione di ACIMAC in proposito?**

«C'è in atto, a livello associativo, un percorso di sviluppo ipotetico su una soluzione a mio avviso futuribile, ma che va necessariamente analizzata e approfondita a più livelli. Ho parlato di ipotesi, ma è necessario, da parte nostra, prepararsi al domani e percorrere strade nuove»

**Della tecnologia per ceramica e della sua evoluzione si sa tutto, come delle eccellenze italiane che a lungo hanno mantenuto una leadership oggi messa in discussione dai produttori asiatici: a che punto siamo?**

«C'è ovvia preoccupazione in questo senso, perché il nostro settore, come molti altri comparti dell'industria italiana, vede overproduzioni estere, cinesi in particolare, particolarmente aggressive rispetto a quelli che sono i nostri mercati di riferimento. Il tema c'è, e merita grande attenzione: abbiamo, in questa ottica, presentato il marchio 'we



**I produttori di superfici ceramiche hanno azionato le leve dell'antidumping: la tecnologia che tipo di misure può assumere in questo senso?**

«Le regole ci sono, e dicono cosa si può fare e cosa non quando si importa tecnologia, ma credo andrebbero riviste perché un conto è produrre in Italia, un altro comprare e assemblare in Italia. E' un altro tema che va affrontato, anche a livello governativo: dobbiamo essere presenti e consapevoli che quella di difendere le nostre eccellenze è una necessità»

**Alla politica cosa chiedete?**

«Non miracoli, ma che ci lasci lavorare e protegga da una parte la qualità e l'innovazione, dall'altra i costi. Da questo punto di vista siamo fragili: non si può avere un territorio altamente produttivo se non c'è una protezione adeguata: le competenze continuano a far grande il nostro settore, che produce innovazione, ma l'innovazione non è un ombrello sufficiente a garantirci, soprattutto se i costi continuano a crescere»

**Il tema del domani, per la tecnologia per ceramica?**

«L'efficienza e il risparmio energetico, ma non solo. Penso all'evoluzione del digitale e anche alla logistica perché le lastre impongono soluzioni ad hoc».

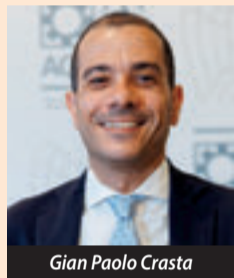
(R.C.)

Paolo Lamberti, Presidente ACIMAC, traccia un bilancio positivo rispetto all'edizione 2024 di TECNA, che ha confermato la leadership del made in Italy della tecnologia

INUMERI

## Visitatori da 100 paesi diversi

«Bilancio positivo, e non solo per il riscontro di pubblico, che ha registrato un flusso di visitatori analogo alla precedente edizione, ma anche per il livello delle proposte, che conferma come TECNA sia appuntamento molto atteso dalle aziende». Gian Paolo Crasta, Direttore Generale di ACIMAC, non ha dubbi. «Da un lato TECNA si conferma come la fiera internazionale col più alto tasso di innovazione del settore, dall'altro misura il suo successo con la soddisfazione dei 350 brand espositori». Che presso i loro stand hanno accolto operatori e buyer qualificati da oltre 100 paesi, tra cui Spagna, Turchia, India, Brasile, Algeria, Egitto, Messico, Polonia, Iran, Indonesia, Argentina, Russia, Marocco e Vietnam. I giorni di fiera sono stati animati anche dal ricco panel di eventi, tra cui il convegno inaugurale e i TecnaAwards. Il primo ha proposto un importante momento di approfondimento sulle dinamiche geopolitiche che condizionano l'export delle aziende italiane del settore, con le analisi degli esperti Paolo Magri e Marco Taisch, mentre i TecnaAwards hanno portato a Rimini il gotha della ceramica mondiale. (S.F.)



Gian Paolo Crasta

are acimac' che contraddistingue quanto viene prodotto in Italia. Questo impone prese di posizione anche rispetto ad aziende che sono nel nostro territorio, con la consapevolezza che la que-

stione va affrontata in chiave confindustriale, avendo ben presente necessità di tutela oggettiva. Noi non vendiamo solo macchine in Italia, dove il made in Italy ha una sua rendita di posizio-

ne, ma anche nel resto del mondo, e qui bisogna agire rispetto alle aziende di casa che fanno dell'innovazione e delle competenze dei nostri territori il loro punto di forza»

# Mario Roncaglia 'Campione del Made in Italy'

Assegnato al Presidente di Novabell il premio speciale della Giuria dei TecnaAwards 2024

È andato a Mario Roncaglia, Presidente di Novabell, il premio speciale 'Campione del Made in Italy' di TecnaAwards 2024 assegnato nel corso di Tecna. «E' un premio - ha detto Roncaglia - che in una certa misura sorprende ma fa un bell'effetto e credo riconosca soprattutto il grande lavoro fatto dalla squadra Novabell in questi

anni non solo a livello di prodotto, ma anche di rinnovamento dell'immagine dell'azienda, che ha sempre sottolineato la sua matrice profondamente italiana». Come si legge nella motivazione della Giuria, il riconoscimento viene conferito ad 'un'azienda che, sotto la guida del suo patron, è riuscita negli anni a rinnovarsi costantemente, rappresen-

tando al meglio l'eccellenza del Made in Italy nel settore ceramico. Grazie all'innovazione nei processi produttivi e nell'estetica dei prodotti - si legge ancora - l'azienda ha saputo conquistare i mercati migliorando progressivamente il proprio posizionamento e rinnovandosi continuamente, sia in termini di visibilità esterna che di welfare aziendale'.



MINERAL

Dal 1988 tradizione e innovazione

Materie prime per ceramica:

Ricerca e sviluppo

Controllo Qualità

Logistica

Stoccaggio



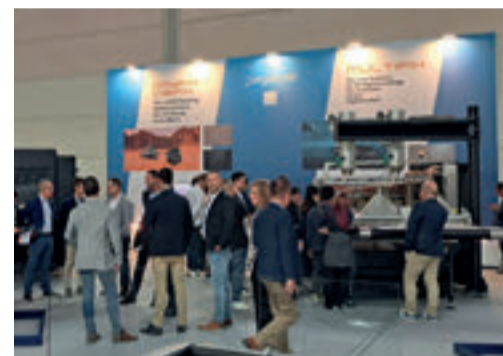
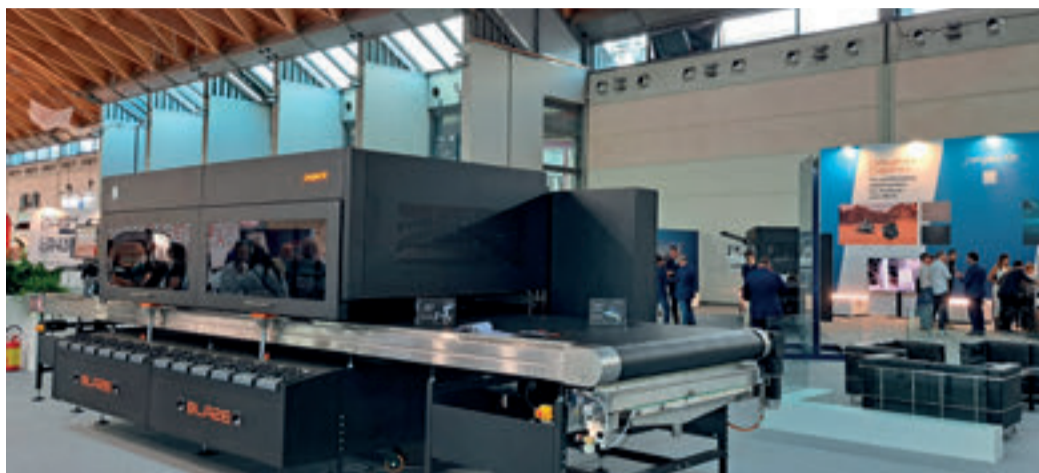
Mineral s.r.l.

Via Aldo Moro 20, 41043 Formigine (Modena) - Italia - Tel. (+39) 059 578911 - Fax (+39) 059 578991 http://www.mineral.it - E-mail: info@mineral.it

# La ricerca di Projecta ridefinisce i confini della stampa digitale

*Il brand di Gruppo B&T si impone come uno dei top player mondiale grazie a soluzioni su misura, affidabilità e qualità elevatissime*

«La nostra crescita si esprime anche e soprattutto nella capacità di proporre nuove tecnologie, con un'attenzione particolare alle necessità del settore ceramico, ma anche di altri comparti quali quarzo agglomerato, marmo, legno, vetro». Un home made rigorosamente italiano e una ricerca costante nel campo della decorazione in 3D scandiscono il percorso di crescita di Projecta, di cui fa sintesi **Luca Fanara**, Amministratore Delegato dell'azienda che fa capo a Gruppo B&T. «La nostra mission è quella di garantire ai nostri clienti la possibilità di aggiungere valore alle loro produzioni, traducendo questo valore in un'opportunità da capitalizzare su un mercato sempre più evoluto e selettivo che chiede, come sappiamo, qualità e innovazione». In questo senso, Projecta rivendica



la sua leadership attraverso le diverse novità presentate in occasione dell'edizione 2024 di TECNA. «Abbiamo

introdotto alcuni upgrade sulla consolidata tecnologia Dryfix e su quella, più recente, di Digifix per gli

effetti post essiccatoio, e presentiamo un concetto che crediamo possa riscrivere il futuro della decorazione 3D,

ovvero Multifix, che unisce Dryfix e Digifix combinandone le tecnologie con ulteriori sviluppi di prodotto», spiega ancora Fanara, aggiungendo come, in tema di ricerca, sia fondamentale la sinergia tra il team di Projecta ed i colorifici. Affidabilità e qualità elevatissime caratterizzano la gamma Projecta, arricchita peraltro, di recente, da Blaze, una stampante a 12 barre «completamente nuova nell'elettronica, nella meccanica e nel software che – aggiunge l'AD di Projecta – ci sta dando grandi soddisfazioni con un installato di 50 unità. Tra i plus di questa macchina, che è l'ultima nata in casa Projecta, la velocità, i sistemi di visione ed i sincronismi tra macchina e macchina: si tratta di un progetto pensato, ingegnerizzato e realizzato internamente, con testine FD1 sviluppate con Seiko che completano la nostra offerta».

## LA TUA ESIGENZA. IL TUO CARRELLO.

Carrelli retrattili Jungheinrich.  
Tutta la potenza di cui avete bisogno.

I nuovi ETV 214i/216i di Jungheinrich sono stati concepiti per un utilizzo flessibile e per garantire la massima produttività. Sono adatti allo stoccaggio e al prelievo di merci fino a 10.700 mm in totale efficienza. Da oggi ancora più ergonomici, più sicuri, dall'utilizzo intuitivo e dotati della più recente tecnologia agli ioni di litio. Il carrello retrattile dalla comprovata qualità Jungheinrich è ideale per ogni tipo di applicazione.

Scoprite di più: [www.jungheinrich.it/ETV](http://www.jungheinrich.it/ETV)



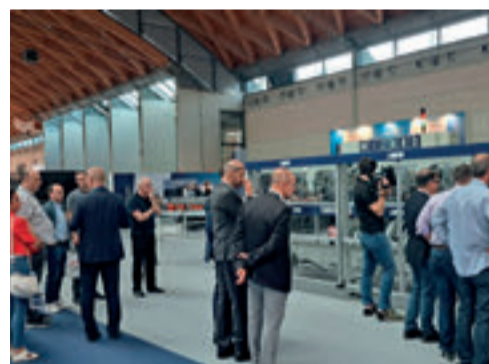
**JUNGHEINRICH**

# Gruppo B&T protagonista a Tecna: oltre 20 le innovazioni presentate

*Quattromila metri quadrati dedicati ai brand del Gruppo: proposte tecnologiche fortemente innovative orientate alla massima produttività e al contenimento dei costi operativi, connotate da una forte attenzione ai temi della sostenibilità*

«Qualcuno ha detto che abbiamo fatto una fiera nella fiera. In realtà l'intento era portare qui tutte le tecnologie che il nostro team di ingegneri ha sviluppato negli ultimi due anni. Sono tante e chiedevano uno spazio adeguato, da qui la nostra scelta». Un intero padiglione che raccoglie oltre 20 innovazioni per Gruppo B&T a Tecna, uno spazio dedicato ai diversi brand (SITI, Ancora, Projecta, Digital Design, Diatex e Mec Abrasives) attraverso i quali il Gruppo articola la sua proposta. L'Amministratore Delegato **Fabio Tarozzi** (sua la dichiarazione di apertura) rivendica la necessità «di innovare per differenziare, perché è l'innovazione che crea domanda di tecnologia» non senza sottolineare come «il B2B, nel nostro campo, richiede anche che la macchina si veda, e a questa volontà abbiamo dato concretezza con questo spazio». Quattromila metri quadrati di spazio espositivo hanno raccolto proposte tecnologiche, fortemente innovative, orientate alla massima produttività e al contenimento dei costi operativi, connotate da una forte attenzione ai temi della sostenibilità – con un

corner dedicato all'evoluzione green dell'industria ceramica - che resta un tema chiave con il quale il comparto fa i conti. Le macchine termiche SITI, inclusi un essiccatoio a zero emissioni CO<sub>2</sub> e un modulo Titanium H<sub>2</sub> alimentato ad idrogeno, entrambi disponibili anche nella versione elettrica, le tecnologie Venus, Lapis e Dune per la full body decoration, il sistema di visione Lynx di Projecta, le linee di scelta Wizard e Magister sono solo alcune delle novità proposte dal Gruppo B&T nel corso della



settimana riminese, cui si aggiungono le tecnologie di pressatura senza stampo Supera® Rapida, già installate in oltre 10 Paesi, con la sua grande flessibilità di formati grazie al taglio in crudo, le evoluzioni in tema di decorazione digitale con le stampanti Ikon Plus e Blaze e le strutture 3D con Dryfix, Digifix e Multifix di Projecta e la novità Vortex, una nuova turbo lappatrice presentata da Ancora accanto alla tecnologia di grande successo Tornado, cui si ricollegano le novità delle consociate Diatex e Mec Abrasives,

con i loro utensili e trattamenti. «Il mercato chiede di differenziare il prodotto, e la differenziazione passa necessariamente dalla tecnologia. In un momento in cui il mercato, al di là di segnali positivi che preludono ad una fase di ritrovato dinamismo, appare debole, volevamo proporre idee e stimoli e credo che quanto abbiamo portato in fiera – conclude Tarozzi – abbia dato corso alle nostre aspettative». Confermando la dimensione di Gruppo B&T come impiantista completo in grado di offrire

innovazione dalla preparazione delle materie prime fino al confezionamento, passando per decorazione a tutta massa, pressatura e cottura: un know how a 360° «che ci permette – argomenta il Consigliere Delegato **Marco Tarozzi** – di coprire in toto i fabbisogni dei nostri clienti. Stiamo completando un percorso ambizioso, anche attraverso acquisizioni che ci hanno permesso di crescere ed espanderci: la volontà è perseguire una strategia di innovazione che possa creare valore aggiunto e contribuisca alla differenziazione dei prodotti». (R.D.)

**il Dstretto** by Ceramicanda

**DIRETTORE RESPONSABILE**  
**ROBERTO CAROLI**  
carocaroli@ceramicanda.com

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

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

**REDATTORI**  
Stefano Fogliani, Daniela D'Angeli

**COLLABORATORI**  
Edda Ansaloni, Enrico Bertoni, Paolo Ruini, Massimo Bassi

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

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

**IMPAGINAZIONE**  
gilbertorighi.com

**STAMPA**  
Centro Stampa Quotidiani SPA

**PEFC**  
Certificato prodotto e gestito secondo standard PEFC

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

**G.P. SERVICE**  
ITALIAN CERAMIC TECHNOLOGY

**PERFETTI MECCANISMI DI ASSISTENZA**

**MACCHINE, IMPIANTI E RICAMBI PER INDUSTRIE CERAMICHE**

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

[www.gpserviceitaly.com](http://www.gpserviceitaly.com)  
info@gpserviceitaly.com

**MCP** **ModenaCentroProve**  
Laboratorio Multidisciplinare

- Analisi chimiche su materie prime e semilavorati
- Prove tecnologiche varie su superfici ceramiche, lapidei, adesivi, laterizi e sanitari
- Prove in situ, Strumenti di misura, Corsi di formazione

**ECOLOGIA** **AUTOMOTIVE** **CERAMICA** **MECCANICA E METALLURGIA**

[ceramica@modenacentroprove.it](mailto:ceramica@modenacentroprove.it) - via Sallustio, 78 - 41123 MODENA - 059 82.24.17 - [www.modenacentroprove.it](http://www.modenacentroprove.it)



**ALE SpA Building and Consulting** è un'azienda che si occupa di edilizia industriale, specializzata nella costruzione di capannoni in calcestruzzo e in opere edili complementari. Nelle proprie realizzazioni si avvale di tecnologie all'avanguardia, di professionisti esperti e delle migliori soluzioni per rispondere alle istanze di un mercato in costante evoluzione. Per avvicinarsi ulteriormente alle esigenze dei propri clienti, ALE SpA è costantemente alla ricerca di sistemi innovativi, efficaci e sostenibili dal punto di vista ambientale, strutturale e finanziario: tra questi un sistema di copertura metallica di nuova generazione che permette di massimizzare la superficie fotovoltaica, ottenendo la copertura totale di tetti industriali piani, curvi o di qualsiasi forma.



**ALE SpA Building & Consulting**  
SASSUOLO (MO) - TRAVERSETOLO (PR)  
Tel. 0536.882774 - info@alespa.net  
[www.alespa.net](http://www.alespa.net)



PARTNERSHIP





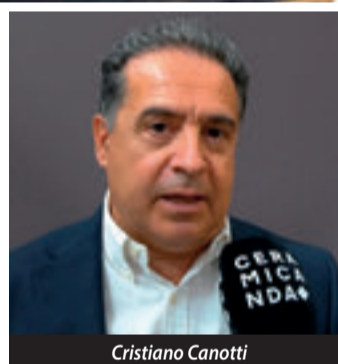
# Da ACIMAC un 'cartellino giallo' all'indirizzo di ICF & Welko

*Tensione tra ACIMAC e l'azienda di Maranello, controllata dal colosso cinese Keda*

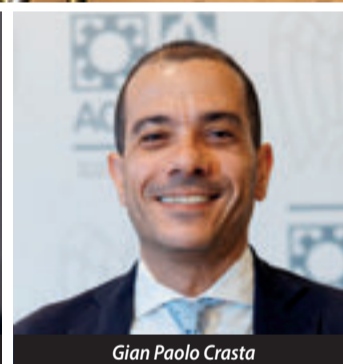
La notizia, il cui contorno era fino ad un mesetto fa inevitabilmente indefinito, ci aveva parecchio incuriositi, qui in redazione. Quindi l'abbiamo rincorsa proprio mentre presso i padiglioni della Fiera di Rimini il gotha della tecnologia per ceramica allestiva i propri stand, trovando conferma proprio nel corso della settimana del Tecna. Quando quello che prima si era solo sussurrato ha trovato i riscontri del caso. Parla, la notizia, di una frizione (che minaccia di avere un seguito) tra Acimac, ovvero l'associazione che raggruppa i costruttori italiani di macchine per ceramica, e un'azienda associata, ovvero la ICF & Welko, storica sigla con sede a Maranello, acquisita ormai un lustro fa - marzo 2019 - dal colosso cinese Keda e da quel gruppo controllata. Ebbene, da Villa Marchetti, sede di ACIMAC, è partita una lettera il cui contenuto non ci è noto, ma che 'avvertirebbe' ICF & Welko riguardo il rispetto delle regole imposte dalla leale concorrenza e della correttezza commerciale, come noto non certo la specialità della casa quando si parla di Cina, minacciandone l'esclusione dall'associazione stessa. Senza voler affrontare la questione dal punto di vista giuridico, e lungi dall'esprimere opinioni in merito, non si può comunque, da parte de 'Il Distretto', non dare conto della vicenda, che tra l'altro è un 'unicum' a memoria di cronista, e non interrogarsi e interrogare alcuni protagonisti più o meno interessati. Come il Direttore Generale di Acimac Gian Paolo Crasta, che sceglie metafora sportiva e parla di 'cartellino giallo' che risponde alla necessità, aggiunge Crasta, «di verificare che si seguano le giuste regole della concorrenza, anche per fuggire,



Roberto Magnani



Cristiano Canotti



Gian Paolo Crasta

e questo è un compito specifico cui credo l'associazione debba svolgere, ogni dubbio degli altri associati in proposito. Quello del distretto ceramico è un territorio che

**«Giusto, da parte di ACIMAC, verificare che vengano seguite le giuste regole della concorrenza, anche per fuggire ogni dubbio degli altri associati in proposito»**

vede una forte concentrazione di aziende che lavorano su costanti innovazioni: doveroso appurare che ognuno si comporti nel modo appropriato». La risposta arriva

a stretto giro: Roberto Magnani, AD di ICF & Welko, non nasconde il disappunto ma prende atto. «Abbiamo ricevuto una comunicazione della quale prendiamo atto. Non ne condividiamo i contenuti, anche perché mi sento di rivendicare la nostra correttezza rispetto a considerazioni fuori luogo da parte dell'associazione, ma a quanto ci viene contestato risponderemo per le rime: poi è ovvio - conclude Magnani - che se siamo membri di un club che non ci vuole tra gli iscritti, faremo in modo di non farne più parte e sarà il mercato a dire chi ha ragione e chi ha torto». Siamo solo ai primi fuochi, cui chissà se e quali incendi seguiranno, ma vale la

pena tenerla d'occhio, questa fronda al contrario in ordine alla quale le perplessità si sprecano. Acimac da una parte, un associato dall'altra: non sappiamo se c'è ma-

**«Dentro ogni piccola multinazionale di casa nostra forse non tutti, ma moltissimi, intermediano e assemblano quanto nel distretto arriva da ogni parte del mondo»**

teria per avvocati, di sicuro ci sono pareri discordanti tra di loro, come si conviene a dialettica non meno dinamica di un settore che dinamismo fa la sua cifra distintiva.

«Non sono al corrente degli esatti contorni della questione, ma - dice Cristiano Canotti, consulente d'impresa che le dinamiche che sottendono al distretto ceramico le conosce bene - registro che il controllo da parte di società estere è fenomeno ragionevolmente diffuso in molte realtà italiane e dico che un conto, a mio avviso, è verificare se ci sono contraffazioni o inganni relativi a promesse commerciali in tema di 'made in', con prodotti realizzati in un luogo e fabbricati invece altrove. Un altro è contestare quanto è in atto da sempre dentro ogni piccola multinazionale di casa nostra, dove non tutti ma moltissimi intermediano e assemblano quanto arriva da ogni parte del mondo». Il confine dov'è? Lecito chiederselo, dentro un mondo sempre più globalizzato, altrettanto giusto, evidentemente, mettere paletti dove dovessero servire. «Preciserei che non si parla di espulsioni, ma di una semplice diffida, e che siamo di fronte ad una situazione nuova a livello associativo, che va comunque affrontata», dice Fabio Tarozzi, AD di Gruppo B&T, ad avviso del quale «parliamo di una società che è italiana come entità giuridica, ma completamente controllata da quello che è il numero uno del settore in Cina, che a sua volta ha caratteristiche molto particolari perché fa business sia con la tecnologia che con la produzione di superfici ceramiche, e ha fabbriche ovunque». La sintesi? «I cinesi, lo sappiamo, fanno dumping, quindi dico che nei confronti di chi si sospetta non rispetti le regole è giusto un'associazione che si rifà al made in Italy indagini». E, qui si torna alla metafora sportiva, «avverta ed estraiga il cartellino giallo, prima del rosso».

(R.D.)



# Il Pronto Soccorso chiude, anzi no...

*Polemiche senza fine attorno al 'Magati' di Scandiano: il caso lo fa scoppiare una dirigente dell'AUSL di Reggio, che ipotizza la sostituzione del Pronto Soccorso con un CAU, poi tutto rientra. Sul tema, come prevedibile e previsto, polemiche a non finire...*

Tirano un sospiro di sollievo gli scandianesi, e più in generale i residenti della sponda reggiana del Secchia. E tirano un sospiro di sollievo anche a Sassuolo, perché l'ipotesi di una chiusura



del pronto Soccorso del Magati (1), che ha suscitato tanto allarme e altrettante polemiche una decina di giorni fa, avrebbe impattato anche sul Pronto Soccorso dell'ospedale sassolese. Andiamo con ordine, tuttavia, e ricordiamo come un quindicina di giorni fa, intervistata da Telereggio, la responsabile del Dipartimento cure primarie dell'Ausl reggiana Marina Greci aveva ventilato l'ipotesi di una chiusura del Pronto Soccorso di Scandiano, che sarebbe stato sostituito da un Cau. Apriti cielo: gli scandianesi – e il Sindaco Nasciuti – subito

sulle barricate, con scenario che si è invece schiarito una settimana fa, a seguito della riunione dell'ufficio di presidenza della Conferenza territoriale sociale e sanitaria (Ctss) che ha fatto chiarezza. «Chiarito con le scuse del caso da parte dell'Ausl lo spiacevole episodio dei giorni scorsi, l'Ausl conferma l'apertura per i primi giorni di dicembre del Cau di Scandiano, che affiancherà in orario 20-24 il Punto di primo intervento operativo dalle 8 alle 20», l'annuncio, che fa rientrare una vicenda che ha tenuto i più con il fiato sospeso.

## Ladri di rame in azione a Castellaranò

Furto aggravato in concorso l'accusa mossa a due minorenni di 17 anni ed un 30enne dai Carabinieri di Castellaranò. I tre sono stati visti, mentre smontavano delle grondaie da un condominio, da un cittadino che ha allertato i Carabinieri che, giunti sul posto, li hanno fermati rinvenendo a bordo del loro furgone sei grondaie di rame di lunghezza totale di circa 10 metri.

## Restaurata la torre dell'acquedotto di Formigine

Chiusa dagli anni '80, è stata ristrutturata grazie ad un milione di euro di fondi PNRR e restituita ai cittadini la Torre dell'acquedotto (2). La torre e il parco circostante, luoghi-simbolo per la comunità formiginese. Il progetto di recupero ha migliorato le condizioni statiche dei corpi di fabbrica, restaurato i ma-



nufatti e dato nuova vita al cortile e al patrimonio arboreo presente.

## Fiorano: un esposto alla magistratura su Villa Menotti

«Villa Menotti, classificata 'bene culturale di interesse particolarmente importante' dalla Soprintendenza, versa nel più desolante degrado». Il comitato Modna As Pol Fer, con gli attivisti Sabina Piccini e Nino D'Eugenio, presenta un esposto alla Procura di Modena in ordine allo stato in cui versa la casa natale del patriota (3), situata a Spezzano di Fiorano. «La

villa – scrivono – è esposta al pericolo di crollo e nulla è cambiato dopo l'acquisto, nel novembre 2021, da parte di una nuova proprietà. La memoria del Patriota continua ad essere offesa». I due attivisti citano il Codice dei Beni Culturali, «che dice che i proprietari, possessori o detentori di Beni Culturali sono tenuti a garantirne la conservazione assicurata da una coerente, coordinata e programmata attività di studio, prevenzione, manutenzione e restauro».

(Paolo Ruini-Stefano Fogliani)



## L'APPUNTAMENTO

# Caso-Castiglioni: tra 10 giorni la prima udienza

*L'amministratrice scandianese dovrà rispondere del reato di appropriazione indebita aggravata*



Vi dobbiamo un aggiornamento sul caso-Castiglioni, e l'aggiornamento dice che è cominciato il count-down. Tempo 10 giorni – segnatamente il 22 ottobre – Graziella Castiglioni comparirà infatti davanti al giudice. La vicenda è nota, e riguarda ammanchi patrimoniali sui conti correnti di diversi condomini amministrati dallo studio Castiglioni, alcuni dei quali hanno sporto denuncia nei confronti della professionista, difesa dall'avvocato Carmine Migale. L'avvio del

processo nasce dalla denuncia presentata da un condominio di Casalgrande («ma – dice il legale – probabilmente ne arriveranno altre») che vedrà appunto la 67enne amministratrice difendersi dall'accusa di appropriazione indebita, aggravata dall'abuso di prestazioni d'opera. «Parliamo di una somma di 54mila euro e una prima udienza pre-dibattimentale in cui la signora deciderà quale strada giudiziaria intraprendere», ha detto ancora Migale al portale Reggionline, ag-



Graziella Castiglioni

giungendo di sapere per certo che Castiglioni sia decisa a difendersi nel processo, «accettando il rischio, ma avendo la possibilità di far valere

le sue prerogative». Quanto alla linea difensiva, detto che per averne piena contezza occorrerà aspettare una decina di giorni, il legale anticipa come «lo studio della Signora Castiglioni si avvaleva di numerosi collaboratori e non escludo che la Signora qualche responsabilità possa imputarla a loro». Vedremo, insomma: quello che preme riassumere, qui, è come il caso lo facemmo scoppiare, a inizio 2024, proprio noi de *il Distretto*, dando conto dei parecchi lati oscuri che

circondavano la vicenda e che il reato di cui l'amministratrice è accusata è quello di cui all'art.646 del c.p. relativo all'appropriazione indebita, che dice che 'Chiunque, per procurare a sé o ad altri un ingiusto profitto, si appropria il denaro o la cosa mobile altrui di cui abbia, a qualsiasi titolo, il possesso, è punito, a querela della persona offesa, con la reclusione da due a cinque anni e con la multa da euro 1.000 a euro 3.000'. (R.C.)

IL TG QUOTIDIANO DI CERAMICANDA

CERAMICA NDA  
5 proposte tecnologiche

ARCHI NEWS 24  
5 le nuove collezioni ceramiche

il Distretto

CERAMICANDA Magazine

ALL FOR TILES & eventi

Andam foto...

**SCARICA SUBITO LA NOSTRA APP!**

Download on the **App Store**

GET IT ON **Google Play**

# Di nuovo sommersi dall'acqua: così, come se non ci fosse un ieri

*Inutili, com'era prevedibile, gli aiuti di stato per la prevenzione idrogeologica: siamo nell'isola felice fino al collo. Nella nuova esondazione c'erano dei dispersi: i soldi che avrebbero dovuto essere usati per evitarla*

Interessante il film "Come un gatto in tangenziale", uno spaccato di vita dei nuovi capi di Hezbollah.

La Russa: "E' ora che gli animali domestici entrino in Senato". Can didato?

La Cina comunista protesta contro il nuovo dazifascismo.

Anche in Liguria il campo largo perde i suoi originari contorni, nonostante che un sarto lo stesse Orlando.

I sacrifici chiesti da Giorgetti non saranno per tutti, ma per molti. Almeno un campo largo la politica l'ha realizzato.

Voce grossa a San Siro, scena muta a San Vittore: San il fatto loro.



Introdotta dal Governo Meloni la patente nell'edilizia. La novità principale è che i morti sul lavoro continueranno a esserci come prima ma ai funerali la richiesta sarà "non fiori ma punti".

Melania Trump fa irruzione in campagna elettorale e sorprende tutti: "Sostengo il diritto all'aborto". Ha capito che di Trump ce ne sono già troppi.

La 'ndrangheta s'è presa la curva dell'Inter, anche se Calabria gioca nel Milan.

Avevano bisogno di leccare ancora qualcosa a Berlusconi. Non restava che il lato di un francobollo.

I nemici di Netanyahu vivono in rifugi sotterranei a prova di bomba israeliana, ma non americana.

L'Italia e i richiami di Giorgetti e Piantedosi: qui gli unici disposti a fare dei sacrifici sembrano essere i fondamentalisti pronti a farsi esplodere.

Il 17enne di Viadana: "Volevo ve-

dere cosa si prova a uccidere una persona". La Wada: "Vorremmo vedere cosa si prova a uccidere uno sport".

Sinistra ligure, il lavaggio ad alta temperatura ha smacchiato Renzi e ristretto il campo.

Il governo chiarisce: non ci sono teoretici. Tutt'al più modiche quantità per uso personale.

Meloni all'Onu: "Non si creino stati di serie A e di serie B".

Tranquilla, Giorgia, tra clima, terrorismo e guerre presto ci ritroveremo tutti in C.

Cinque donne su sette nella presidenza dell'Unione Europea.

Se tagliano anche quei famosi due è castrazione politica.

Elena Ugolini punta sugli indecisi, che crescono in maniera molto decisa.

"Non mi arrenderò mai. Io vado avanti".

A Trump le pallottole fanno molta meno paura dei confronti tv con Kamala Harris.

Libano-Israele, indetto il concorso di bruttezza per il titolo di Miss Illistico.

Trenitalia. Passeggeri che salgono e scendono. E morti che salgono...

(Massimo Bassi)



Gli è andato a fare le condor gliazze

powered by CERAMICANDA



## ECCE TILE.COM

il portale dedicato alle superfici ceramiche italiane



per informazioni:  
[marketing@ceramicanda.com](mailto:marketing@ceramicanda.com)



# MACCHINE PER LA PULIZIA INDUSTRIALE



## C'E' SEMPRE UNA **ROSSA** FATTA APPOSTA PER TE, ANCHE **USATA!**

Da cinquant'anni, in tutto il mondo le macchine RCM sono conosciute per essere molto robuste, efficienti, facili da riparare e... facili da riproporre anche USATE ma RICONDIZIONATE COME NUOVE E GARANTITE e lo sono per tre motivi:

- nascono da RCM SpA che nel 1967 (quando "inventò" la prima motoscopa italiana) aveva già alle spalle cinquant'anni di esperienza nella meccanica di alta qualità.
- RCM, situata a Casinalbo e dovendosi confrontare con l'impegnativa pulizia degli stabilimenti del più grande Distretto ceramico del mondo, non poteva certo proporre... giocattoli.
- nel Distretto Ceramico poi, da trentacinque anni ASSMO Srl del Gruppo RCM, LE VENDE, LE NOLEGGIA E LE RICONDIZIONA COME NUOVE E GARANTITE.

# ASSMO®

**NUOVE, A NOLEGGIO, RICONDIZIONATE**

Tel. 059 740 5260 - Casinalbo - [informazioni@assmo.it](mailto:informazioni@assmo.it)