

Cersaie

IL SALONE INTERNAZIONALE SI INAUGURA A BOLOGNA MARTEDÌ 28 SETTEMBRE

Un'edizione da record

Sarà una grande manifestazione che con tutta probabilità vedrà numeri da record. È il Cersaie - Salone Internazionale della Ceramica per l'Architettura e dell'Arredobagno, che si terrà dal 28 settembre al 2 ottobre presso il Quartiere Fieristico di Bologna. Cersaie rappresenta quindi l'occasione per fare il punto sull'andamento di un intero settore, che vede da sempre l'Italia protagonista indiscussa.

«Siamo la vetrina internazionale riconosciuta a livello mondiale - afferma Franco Manfredini, presidente di Confindustria Ceramica -. La manifestazione dà un segnale positivo per il settore: tutti gli spazi disponibili sono stati occupati. Una situazione in controtendenza rispetto a diverse altre manifestazioni fieristiche nel mondo. Non va poi dimenticato un fattore chiave, che per noi è vincente: Cersaie si svolge a Bologna e ha la caratteristica di essere legata, in modo anche fisico, col distretto di Sassuolo, creando una evidente sinergia. La manifestazione nel tempo ha confermato il suo carattere internazionale e di punto di riferimento del settore, crescendo sempre di qualità, in senso non solo commerciale, ma anche culturale. Da qualche anno abbiamo cercato di arricchirla con una serie di appuntamenti che interessano il mondo dell'architettura. Per esempio, mentre l'anno scorso si è tenuta la *lectio magistralis* di Renzo Piano, quest'anno avremo la presenza di David M. Childs, l'architetto dello studio SOM impegnato nella ricostruzione di Ground Zero a New York. Puntiamo quindi a un alto grado di coinvolgimento nel comparto dei grandi progetti affinché la ceramica diventi sempre più un materiale integrante dell'architettura. Grazie alle sue intrinseche peculiarità e alla versatilità, le possibilità di impiego si ampliano: non più solo per installazioni interne, ma anche esterne. In crescita di consensi è poi il suo lato "green". La ceramica è infatti un prodotto naturale, senza problemi di riciclo o smaltimento, frutto di una produzione che, almeno in Italia, ha emissione e scarti pari a zero perché la produzione si sviluppa a ciclo completo ed integrato».

Cersaie si carica, a ragione, di molte

aspettative. Specialmente in un momento di congiuntura particolare come quello che l'economia italiana, e l'industria ceramica in particolare, stanno vivendo. Anche per questo, come altre manifestazioni fieristiche, nel tempo ha modificato la sua funzione. Infatti, se una volta si trattava di eventi strettamente di mercato dove gli espositori andavano «a prendere ordini», oggi è più un momento di confronto e di contatto tra l'azienda e le varie realtà commerciali in giro per il mondo, che affluiscono alla manifestazione.

«Ci aspettiamo un'atmosfera di fiducia diffusa rispetto al prodotto e al mercato più in generale - continua Manfredini -, una conferma dei segnali di recupero che stanno arrivando da alcuni mercati. Miglioramento che è anche dimostrato dai primi dati statistici per il primo semestre 2010. Rileviamo un recupero complessivo di esportazioni di circa il 3,5% in volume, con alcuni mercati (USA, Canada e Paesi BRIC) con crescita a 2 cifre: dal 12 al 18%. Nei mercati dove la situazione economica locale migliora, migliora di conseguenza la situazione del comparto edilizia. Il nostro mercato segue questa ripresa. Ci aspettiamo quindi la conferma del recupero di tutto il settore, anche se sarà lento e problematico. In questo evolversi di una crisi internazionale, il nostro settore ha ancora la leadership mondiale delle esportazioni espresse in valore. Esiste certamente un'importante concorrenza da parte della Cina, che ci ha superato in metri quadrati, mentre a valore l'Italia vale attualmente 3 volte la produzione di Pechino. Riteniamo che la perdita dei volumi di vendita subita nel 2009 sia un fatto congiunturale, dovuto alla crisi internazionale dell'edilizia. Quest'ultima ha introdotto difficoltà maggiori per noi produttori fortemente vocati all'esportazione, e ci spinge ad agire più in fretta e a darci da fare per recuperare. Ma, nella dimensione in cui ci sarà la ripresa, noi prevediamo di recuperare i volumi perduti. Dobbiamo accelerare i processi di innovazione, sia di tecnologia sia di prodotti. La nostra leadership è il risultato anche di una eccellenza, peraltro universalmente riconosciuta, proprio in questi ambiti,



sui quali puntiamo per mantenere la posizione dell'industria ceramica italiana nel mondo. Con la ripresa ci sarà un parallelo recupero anche dei volumi produttivi e, di conseguenza, un progressivo minor ricorso agli ammortizzatori sociali richiesti dalle aziende del settore, una dinamica che comunque è già in atto».



Effetti della crisi e prospettive di ripresa: un ricco cartellone di seminari e dibattiti

Un auspicio o un pericolo? Il riferimento alla necessità di una svolta? Sì, ma anche la preoccupazione per uno scenario in rapido mutamento, le cui tendenze sono sempre più difficili da inquadrare e prevedere. E, sullo sfondo, un'unica certezza: niente sarà più come prima. Parte da un interrogativo, «scomodo» ma attuale, il convegno inaugurale di Cersaie 2010.

«Cambio di clima?» è infatti il titolo del

confronto di carattere economico istituzionale in programma per martedì 28 settembre alle 11 all'Europa Auditorium, Palazzo dei Congressi di Bologna, che dà il via a un ricco cartellone di eventi, seminari e incontri, organizzati in occasione della ventottesima edizione del salone internazionale della ceramica per l'architettura e dell'arredobagno.

Clima teso o clima di fiducia, clima burrascoso o clima di ripresa: le metafore climatiche sono in grado di dipingere in modo sintetico ed efficace lo stato di salute e le variazioni nella situazione socioeconomica del Paese. Ma al giorno d'oggi il riferimento ai cambiamenti climatici rimanda inevitabilmente anche alle tematiche ambientali e all'impegno, ormai non più rimandabile, di progettare uno sviluppo e un'economia sostenibile, in grado di stimolare la ripresa senza compromettere il benessere delle future generazioni.

Un convegno ricco di personalità illustri e nomi autorevoli del mondo economico e istituzionale che si riuniranno a Bologna per discutere delle principali dinamiche in atto nel sistema produttivo, approfondendo le maggiori questioni socioeconomiche oggi sul tappeto, con un occhio alla congiuntura e uno agli obiettivi e alle opportunità di sviluppo del mercato ceramico e del sistema produttivo nel suo complesso. Dopo l'introduzione del giornalista Maurizio

Beretta, chiamato a moderare l'incontro, sono previsti gli interventi del Sottosegretario al Ministero dello Sviluppo Economico, Stefano Saglia, del Presidente della Regione Emilia Romagna, Vasco Errani, del vice Presidente di Confindustria per le Relazioni Industriali, Alberto Bombassei, del Professor Marco Fortis dell'Università Cattolica di Milano e del Presidente di Confindustria Ceramica, Franco Manfredini. Un'occasione di confronto e di dialogo, a partire dai più recenti dati economici, per stimolare una riflessione comune su effetti della crisi, strategie in atto, progetti in cantiere. Con un'attenzione particolare al ruolo del distretto e delle infrastrutture connesse e, più in generale, alla competitività dei territori, sistemi produttivi d'eccellenza particolarmente esposti ai colpi della crisi internazionale, ma pronti ad accettare la sfida e a porsi ancora una volta come motore della ripresa.

Confindustria Ceramica premia la competenza e la professionalità

Durante la rassegna di Cersaie, tre saranno i momenti dedicati ai premi ideati da Confindustria Ceramica. Giunto alla quattordicesima edizione, il Ceramic Tiles of Italy Journalism Award 2010 è riservato al migliore reportage su Cersaie 2009 e sull'industria italiana delle piastrelle di ceramica pubblicato su testate straniere.

La giornalista bulgara Mariana Svetoslavova, direttore editoriale di *Idealen Dom*, verrà premiata durante la Conferenza Stampa Internazionale di martedì 28 settembre (ore 18) per «Ceramics: digital and nostalgic», articolo che «ha declinato il Cersaie 2009 attraverso significative immagini di ceramica e arredobagno, enfatizzando altresì il ruolo di designer protagonisti di alcuni prodotti realizzati dall'industria italiana». A quattro importatori-rivenditori di ceramica europei che si sono distinti nel rapporto con i produttori italiani è riservato invece il Confindustria Ceramica Distributor Award 2010. Selezionate da un'apposita

giuria di Confindustria Ceramica, le aziende sono state individuate per aver promosso e diffuso la cultura della piastrella italiana, in ottemperanza a specifici criteri quali la fedeltà nei confronti del prodotto, la competenza e la professionalità dimostrate nel tempo, l'attuazione di investimenti finalizzati ad aumentare la conoscenza e l'utilizzo delle piastrelle di ceramica Made in Italy.

La consegna del premio avrà luogo mercoledì 29 settembre 2010 dalle ore 20 nel corso della Serata Cersaie, presso Palazzo Re Enzo nel centro storico di Bologna. La stessa serata vedrà la cerimonia ufficiale di consegna di sei Cersaie Awards 2010 riservati ai migliori stand allestiti in fiera durante questa edizione. Il premio, che si articola nelle categorie «piastrelle di ceramica» e «arredobagno», è destinato a stand di dimensione piccola, media e grande per ciascuna categoria.

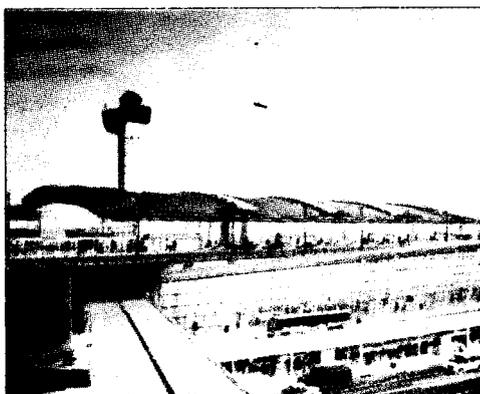
SPECIALE CERSAIE

GIOVEDÌ 30 SETTEMBRE LECTIO MAGISTRALIS CON CHILDS, PRESIDENTE EMERITO DI SOM

Allievi a scuola dagli archistar La parola chiave è “cambiamento”

Quale sarà il fil rouge che caratterizza la ventottesima edizione di Cersaie? Lo spiega Vittorio Borelli, presidente della Commissione Attività Promozionali e Fiere di Confindustria Ceramica: «Il ciclo di conferenze “Costruire, abitare, pensare” focalizza il tema del cambiamento di clima, in termini ambientali, sociali e architettonici. L'appuntamento più importante è sicuramente la Lectio Magistralis con David M. Childs, presidente emerito e tuttora designer di punta di SOM, uno dei più prestigiosi studi di architettura al mondo, in programma giovedì 30 settembre alle 11. Childs illustrerà, nella conferenza “Dopo l'11 settembre, Ground Zero: il progetto e la costruzione della torre più alta di New York”, gli elementi chiave della sua “visione” in architettura. Cersaie vedrà inoltre incontri con numerose “archistar” italiane, a partire da Enzo Mari, uno tra i più celebri designer italiani, già presidente dell'Associazione per il Disegno Industriale. Il 30 settembre alle 9,30, alla Galleria dell'Architettura, Mari terrà una “Lezione al contrario” in cui saranno gli allievi a interrogare il maestro, affiancato dal docente e artista imolese Rolando Giovannini, sulla filosofia concettuale alla base del design, sulla “coscienza etica” della missione che lo guida. Altra presenza importante è quella di Mario Botta, intervistato da Fulvio Irace in “Lasciar tracce”. Ogni incontro ha già fatto registrare centinaia di adesioni, e il calendario è veramente pieno di appuntamenti interessanti».

«Abbiamo cercato negli ultimi anni di rafforzare il ruolo di Cersaie anche come momento di confronto e di appuntamento con il mondo dei professionisti, degli architetti e dei designer. Una scelta detta-



JFK Terminal 4: SOM | © Jeff Goldberg | Esto

ta dal fatto che la ceramica ha allargato il suo bacino di utilizzo, con presenza nelle grandi committenze quali spazi direzioni ed uffici, centri commerciali, spa e centri per il benessere, luoghi del food e del tempo libero. In queste opere la figura del professionista orienta anche la scelta del materiale: da qui la necessità di far conoscere meglio la ceramica a questi opinion leader. La fiera ha anche un'altra importante funzione: quella di vedere le innovazioni e il progresso tecnologico che l'ha accompagnata. Lungo questo percorso si inserisce l'education a favore dei più giovani. Durante tutto l'anno accademico vengono realizzati corsi e seminari con scuole di design e facoltà di Architettura che, come nel caso della mostra Polidesign “Design Experience”, possono talvolta diventare esposizioni durante la fiera. Conoscere meglio il prodotto-ceramica, nei suoi risvolti tecnici e non solo artistici, è aspetto indispensabile per l'architettura moderna».

Fare Architettura, mostra per giovani progettisti “E’ a bottega che s’impara a far bene il mestiere”

Tante le mostre di Cersaie 2010. Duemila metri quadrati allestiti a verde fanno da sfondo alle tre mostre Saper fare, dedicate ai giovani progettisti. Filo conduttore: la «bottega», il saper fare bene il proprio mestiere. Promosse da Confindustria Ceramica e organizzate da Edi-Cer spa, le mostre Fare Architettura, Fare Design e Fare Grafica, sono allestite in container riadattati e immersi nel verde, collegati da percorsi con pavimentazioni in ceramica, tra produzioni vivaistiche e soluzioni innovative

in una sintesi tra naturale e artificiale, vera essenza della moderna architettura.

È una prima assoluta Fare architettura, organizzata con la Fondazione Renzo Piano, che illustra il progetto di Central Saint Giles realizzato da Renzo Piano Building Workshop a Londra. I visitatori possono muoversi tra imponenti mock-up di sezioni della struttura reale realizzati con lastre in ceramica, assistere a una proiezione video con un'intervista a Renzo Piano, ammirare disegni, modelli, plastici e campioni dei ma-

teriali utilizzati.

La mostra viene presentata il 1° ottobre 2010 con una visita guidata al termine della conferenza Saper Fare Architettura, in programma alle 11 presso il Palazzo dei Congressi. A dominare la scena nell'esposizione Fare Design - Ceramic Tiles of Italy Playground. Ispirazione Naturale sono invece i giovani designer, sul tema del gioco e del verde. E in tale sede trovano spazio le storiche illustrazioni di Emanuele Luzzati, mentre le installazioni sono posizionate in aree verdi realizzate da professionisti del settore.

Protagonisti di «Fare grafica - beautiful ideas» sono gli studenti di nove tra università di architettura e scuole di design italiane, con i 123 elaborati del concorso «Eden ceramico», per l'ideazione della pagina pubblicitaria di Cersaie 2010. Uno spazio specifico, insieme a due menzioni speciali, è dedicato alla vincitrice Alessandra Parodi, studentessa della Facoltà di Architettura di Genova. Presentazione il 1° ottobre, al termine della conferenza Beautiful Ideas in programma alle 15 presso il Palazzo dei Congressi. Emilia-Romagna, Urban Polis Future è la mostra realizzata con gli elaborati del concorso omonimo lanciato da Cersaie in collaborazione con il Resto del Carlino e il social network Zooppa, con l'obiettivo di immaginare soluzioni per migliorare Bologna, Modena, Reggio Emilia, Sassuolo e Imola. Al Centro Servizi di Cersaie è in mostra il frutto dei corsi di Alta Formazione di POLI.design, Consorzio del Politecnico di Milano, sul tema Design Experience (Bathroom & Spa Design, Hotel Experience Design, New Entertainment Design, Food Experience Design, Outdoor Experience Design), con la proiezione degli elaborati dei partecipanti ai corsi. Inaugurazione il 1° ottobre, con un evento rivolto ad aziende, media e operatori del progetto.

ARREDOBAGNO

Eleganza e forme senza tempo

L'ambiente-bagno, dove forma e funzione devono necessariamente coesistere, è terreno fertile per i progettisti che colgono la sfida di ottimizzare la funzione senza trascurare l'estetica.

Se fino a pochi anni fa il restyling del bagno era una prerogativa di vasi, bidet e lavabi, ora le aziende curano nei minimi particolari anche elementi puramente funzionali come miscelatori, sifoni, tappi per le colonne di scarico che diventano oggetti multitasking con cui poter interagire costantemente e stimolano i sensi.

La sperimentazione non ha limiti, variano le forme: si passa da quelle più naturali ed evocative a quelle più totemiche e razionali che conferiscono pulizia all'ambiente. Variano i materiali: alla ceramica si affiancano pietre e resine brillanti, ma il denominatore comune rimane la voglia di emozionare e di creare un ambiente etereo e leggero. Vasche e docce infatti, sempre più generose nelle dimensioni e confortevoli, poste a centro stanza come elemento di riferimento per l'ambiente bagno, tendono a scomparire nella loro semplicità. Anche l'arredobagno ha poi una corrente vintage: forme del passato vengono riprese e reinterpretate dai progettisti e possono trovare una collocazione stilistica anche accanto ad oggetti modernissimi. Ogni azienda propone a catalogo prodotti così detti «di tendenza» e prodotti retrò che reinterpretano in chiave più o meno moderna il bagno classico. Un filone che si ricollega idealmente all'altro leitmotiv più attuale, quello dell'attenzione alla sostenibilità ambientale. La tecnologia si mette al servizio dell'ecologia, non solo garantendo sempre maggiori risparmi energetici e idrici ma anche invitando a riflettere sui materiali scelti e sulla necessità di un'eleganza senza tempo, destinata a durare negli anni.

EXPO E MEDIA

Cersaie 2010 protagonista anche online

Il canale casa di www.lastampa.it è protagonista a Cersaie 2010. La rassegna internazionale di Bologna ha raddoppiato lo spazio al servizio degli operatori dei media attraverso il Tv and Web Village, un'esclusiva area di 1.000 metri quadrati appositamente allestita nella Galleria 15-20 dove trovano posto primarie testate televisive e del Web. Tra i canali televisivi e Web sono presenti, tra gli altri, Rai Internazionale, Class Life TV, www.atcasa.corriere.it, www.casa.repubblica.it, www.edilio.it, www.archinfo.it, www.architecturalfeed.it, www.infoweb.it, www.edilportale.it, www.archiportale.com. L'allestimento, curato da BF Servizi di concerto con la segreteria organizzativa di Cersaie, prevede la connessione Internet ad alta velocità presso ciascuno stand, da dove è possibile produrre e vedere una diretta live di Cersaie 2010 lungo i cinque giorni della manifestazione. Uno spazio che idealmente completa l'Agorà della Stampa, il padiglione collocato per il secondo anno consecutivo all'interno del Centro Servizi, che ospita gli operatori della carta stampata con oltre 50 case editrici di riviste specializzate in architettura, interior design e di media professionali. Internazionale, come Cersaie, è la rappresentanza di editori che provengono da nove diversi Paesi: Italia, Australia, Francia, Germania, Inghilterra, Olanda, Russia, Spagna, Usa. Tv and Web Village e Agorà della Stampa sono i due spazi funzionali agli operatori dell'informazione che si affiancano all'Ufficio Stampa di Cersaie, la cui localizzazione rimane al primo piano del Blocco B del Centro Servizi, e che si conferma il punto di incontro privilegiato per i giornalisti di tutto il mondo e per la distribuzione del Cersaie 2010 Press Kit e delle pubblicazioni.

GLI ESPOSITORI

Oltre mille per una fiera specializzata

Per una fiera specializzata e non generalista i numeri sono indicatori essenziali per caratterizzarne l'importanza. E quelli di Cersaie 2010, decisamente imponenti, rilevano come quella bolognese sia il più importante e prestigioso appuntamento del settore a livello mondiale. Infatti, si articola su una superficie lorda di 176.000 metri quadrati, e anche quest'anno vedrà il tutto esaurito a livello di espositori, con un totale di 1012. Di questi, 739 provengono dall'Italia, mentre 263 dal resto del mondo: poco più di uno su quattro non è italiano. La parte del leone la fa, naturalmente, il settore delle piastrelle di ceramica, con 495 espositori (297 dall'Italia e 198 dall'estero), con una superficie espositiva di quasi 100.000 metri quadri, pari quasi al 49% del totale. A breve distanza numerica vi è il settore che raggruppa le apparecchiature igienico-sanitarie, arredi per ambiente bagno, arredoceramica e caminetti. Qui gli espositori italiani sono la stragrande maggioranza con 338 presenze contro le 31 straniere, mentre la superficie espositiva attrezzata è di 58.000mq, il 36,5% del totale. Oltre 15 mila metri quadrati sono a disposizione per il comparto delle attrezzature e materiali per la posa e l'esposizione di prodotti ceramici, che vede la partecipazione di 37 espositori italiani e 16 dall'estero. Un altro settore ad alta partecipazione è quello relativo alle materie prime e alle attrezzature per i prodotti ceramici: 23 espositori di cui 15 dall'Italia e 8 dall'estero, distribuiti su una superficie di 2.500 metri quadri. Infine, gli stand dei media (stampa, televisione e web) presenti alla manifestazione: ben 72, di cui il 15% esteri.

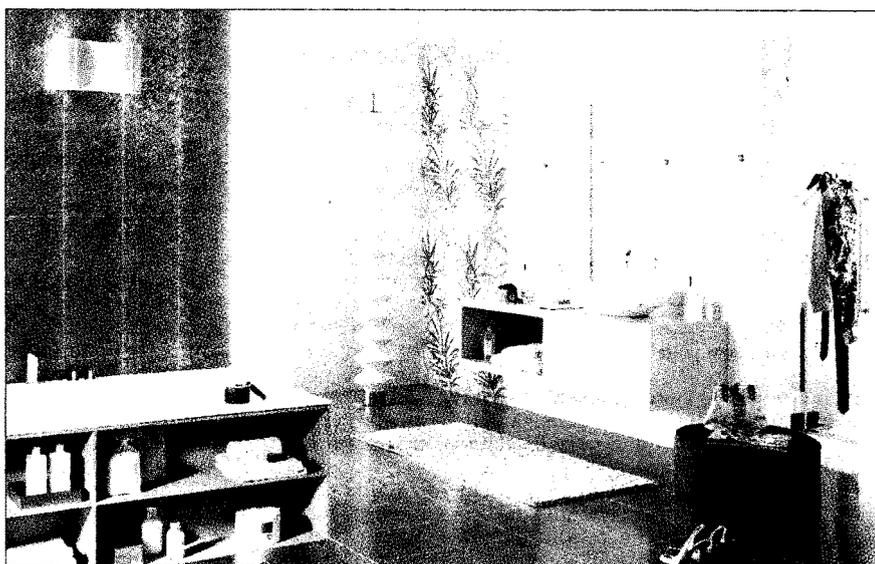
IN ESPOSIZIONE UN'INFINITA VARIETÀ DI PRODOTTI "MADE IN ITALY"

Funzionalità e design così cambia l'architettura

Sempre più attente al design e alla funzionalità, le aziende italiane della ceramica propongono a Cersaie una infinita varietà di prodotti, colori, formati, spessori che architetti e progettisti possono combinare per rivestire superfici non ancora esplorate: piastrelle che rivestono camini, quinte mobili, addirittura soffitti per un effetto materico omogeneo. Pose sfalsate, piastrelle trapezoidali non rettificata, tasselli piccoli e grandi che si incastrano formando geometrie grafiche che movimentano la superficie. Si passa dai maxi formati, in grado di ricreare grandi superfici senza interruzioni con effetto continuo, ai piccoli formati dove le fughe, sempre più sottili e quasi impercettibili, sembrano segni di matita leggera che formano un disegno su un foglio di carta bianco; anche lo schema di posa può diventare un elemento progettuale perché crea dinamismo.

Il movimento si genera anche dall'accostamento di cromie diverse: spesso uno stesso prodotto viene declinato in decine di colori, alcuni dei quali sono fatti apposta per essere composti fra loro. Dei veri e propri «sistemi cromatici» studiati dagli architetti per gli architetti, per fornire una tavolozza di possibilità. Le nuances possono avvicinarsi molto le une alle altre così da creare, una volta accostate, un effetto tridimensionale; viceversa, possono essere a contrasto, nei toni del bianco e del nero, per un effetto optical anni '60. La luce, combinata a una finitura superficiale metallizzata, è in grado di creare effetti dinamici sorprendenti: piastrelle che rivestono in maniera apparentemente uniforme lo spazio, ma che in realtà sono cangianti a seconda di come la luce le sfiora e del punto di vista dell'osservatore.

Attraverso le moderne tecnologie di stampa digitale, fotografica o serigrafica, le textu-



re diventano materiche, tattili, non omogenee, il disegno acquista volume e diventa struttura; la profondità dell'incisione o dell'estrusione viene enfatizzata dall'accostamento di inchiostri lucidi e opachi a contrasto o attraverso l'introduzione di inserti preziosi veri e propri in pasta o in superficie che conferiscono luminosità e ricchezza: si parla di touch trend, decori materici belli da toccare. Da una decorazione quasi esclusivamente bidimensionale si è passati in breve tempo a una dimensione tattile e visiva al tempo stesso dove la profondità delle superfici diventa protagonista. Da parte dei progettisti c'è la volontà di individuare un linguaggio contemporaneo per un prodotto che affonda le proprie

radici nella tradizione: una ricerca costante di soluzioni in linea con gli ambienti e gli arredamenti contemporanei. Così come succede nell'arredamento, il vero stile non si manifesta nell'innovazione a tutti i costi, ma nel mix & match di tradizione, avanguardia tecnologica e tendenza. Effetto legno, effetto pietra, resina, cemento: ci sono materiali ceramici di nuova concezione, dalle caratteristiche tecniche e funzionali altissime, ma che non stravolgono l'estetica di un ambiente perché non si pongono l'obiettivo di sposarsi con ogni genere di situazione. Proposti da un grande numero di aziende, variano leggermente le tonalità, la ruvidità, la levigatura, il tipo di graniglia utilizzata, in un gioco voluto di sartorializzazione dell'offerta.

L'ANALISI DEL PRESIDENTE DEL CET

Panzani: "Bene il mercato aperto ma serve un marchio di origine"

La crescita cinese nella produzione e commercializzazione su scala internazionale dei prodotti cinesi, di qualsiasi forma e natura questi siano, sembra inarrestabile. E ogni anno che passa la Cina conquista nuove quote di mercato: a livello mondiale, se nel 1993 la produzione cinese si attestava al 3% del globale, nel 2008 - secondo gli ultimi dati disponibili - è arrivata al 21%. Anche in Europa negli ultimi 5 anni l'import di ceramica dalla Cina ha subito una forte accelerazione, con valori che attualmente sono pari al 6% dei consumi comunitari in volume.

«Abbiamo situazioni analoghe in settori contigui alla piastrella di ceramica, come sanitari e stoviglie - afferma Alfonso Panzani, presidente CET (European Ceramic Tiles, l'associazione europea che riunisce le Associazioni dei produttori di ceramiche per pavimenti e rivestimenti), e membro del Consiglio Direttivo di Confindustria Ceramica -. Si tratta di comparti fortemente penalizzati dalle importazioni cinesi per le quali, diverse volte, abbiamo avuto la netta sensazione che venissero poste in essere politiche di dumping di tipo economico, sociale ed ambientale. Questo,

a nostro giudizio, è stato reso possibile anche dal fatto che all'interno della Comunità Europea non è tuttora obbligatorio apporre sui prodotti il marchio di origine del prodotto, a differenza di altri Paesi come gli USA, il Giappone e la stessa Cina. Noi siamo per i mercati aperti e trasparenti, ma vogliamo che il consumatore sia consapevole di chi è il produttore e da dove provengono le merci. Non va dimenticato poi che il rapporto di cambio del renminbi con il dollaro, e quindi con l'euro, è tenuto volutamente svalutato per favorire surrettiziamente le esportazioni cinesi. Tutto questo avviene in un momento di grave crisi finanziaria e immobiliare che ha finito per colpire gravemente i commerci internazionali del nostro materiale. L'industria europea della ceramica per pavimenti e rivestimenti, di cui l'Italia è leader indiscusso per quote di mercato, qualità di prodotto e innovazione, viene oggi minacciata da questa pesante forma di concorrenza sleale. Anche questa situazione ha concorso al calo della produzione e, con essa, al fortissimo ricorso - su base continentale - delle diverse forme di ammortizzatori sociali volti a tutelare al massimo l'occupazione. Da qui nasce l'esigenza di un intervento comune a livello europeo, articolato su più versanti. In primo luogo, la CET ha più volte sollecitato l'introduzione della obbligatorietà del marchio di origine sulle piastrelle di ceramica importate nella UE: in questa battaglia siamo insieme alle eccellenze del

Made in Italy, come oreficeria, pelletteria, tessile, calzaturiero. A fianco di questa istanza, abbiamo avanzato richiesta di apertura di una procedura antidumping sulle importazioni cinesi, che la Commissione Europea ha recepito lo scorso 19 giugno, notificando alla controparte la contestazione. La partecipazione a questa azione antidumping è per le aziende europee uno sforzo notevole, ma che le nostre imprese hanno affrontato con il massimo impegno perché siamo convinti di essere nel giusto. Oggi la procedura è nel pieno dell'attività, e si concluderà entro marzo del 2011, quando auspichiamo che il recepimento positivo della nostra istanza possa portare a misure compensative sulle importazioni di piastrelle cinesi in Europa. In quel contesto, l'autorità preposta potrà adottare diverse misure volte a riequilibrare la situazione, tra le quali sono possibili anche l'imposizione di dazi che potrebbero configurarsi sulle quantità, sul valore, una tantum o misti. L'autorità determinerà il tipo di sanzioni e vigilerà affinché queste misure non vengano aggirate con finte importazioni da Paesi terzi. Una iniziativa importante, che viene fatta anche al fine di tutelare i consumatori, consentendo loro di poter fare acquisti consapevoli, oltre che quale tutela e difesa delle aziende europee della ceramica, delle loro produzioni e dei loro dipendenti».

Cresciuti nel primo semestre 2010 i volumi delle esportazioni "Aumentate le quote di mercato, restiamo leader per la qualità"

La ceramica è uno dei principali settori storicamente trainanti l'export del nostro Paese, con un saldo della bilancia commerciale sul prodotto finito superiore ai 3 miliardi di euro. Gli ultimi dati forniti da Confindustria Ceramica indicano infatti che le esportazioni nel primo semestre 2010 hanno registrato un aumento del +3,47% a volume e del +5,23% a valore, grazie a un secondo trimestre 2010 che ha messo a segno incrementi del +5,09% a volume e del +8,28% a valore.

Aumenta anche la variazione percentuale del prezzo medio, che nei primi 6 mesi dell'anno registra un incremento del +1,70% (era +0,22% nei primi tre mesi). Le vendite nell'UE, pari a 80,8 milioni di mq, hanno registrato una flessione a volume del -2,98% rispetto ai primi sei mesi 2009, migliorando quindi il dato risultante dalla rilevazione del trimestre precedente (-4,26%).

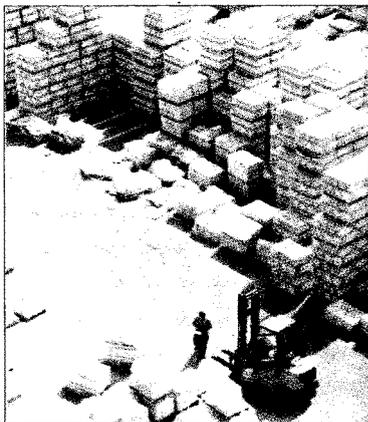
Notizie più confortanti arrivano dalle

vendite Extra UE, in cui tutti i mercati presentano profili di ulteriore crescita. Le vendite infatti, dopo che nel primo trimestre erano cresciute in doppia cifra sia nei volumi che quasi nei valori, confermano l'ulteriore miglioramento con un +12,58% in volume e del +15,55% in valore.

In questo aggregato, da segnalare il trend positivo delle esportazioni verso la Russia, +6,35% in quantità e +9,05% a valore. E' proseguita la dinamica positiva nel mercato statunitense, dove le esportazioni italiane confermano gli incrementi registrati nel primo trimestre (+18,17% in mq), con la variazione del prezzo medio in miglioramento rispetto alla rilevazione del precedente, principalmente per gli effetti del cambio euro/dollaro. Crescite a doppia cifra anche per le esportazioni in Asia (+21,86%) e aumenti più contenuti in Australia e Oceania (+7,80%) e in Africa (+4,58%).

Secondo Giorgio Romani, presidente della Commissione Relazioni Commerciali di Confindustria Ceramica, «il comparto continua a registrare un andamento non ottimale, se si pensa che seppur in presenza di segnali di recupero, rimaniamo ancora molto al di sotto dei valori 2008. Analizzando alcuni dei paesi più significativi riscontriamo che mentre il mercato americano mostra segnali di ripresa pur senza aver completamente superato la crisi immobiliare, per la Russia siano in presenza di un mercato in crescita e che generata notevoli marginalità ma dove la nostra quota è ancora bassa. Al di fuori dell'Unione Europea, la buona performance dell'Asia è dovuta alla forte dinamica economica già in atto. Alla luce di questi risultati, si può denotare un discreto dinamismo del distretto ceramico di Sassuolo, che è stato capace di cogliere buoni risultati dove si sono verificati segnali di ri-

presa. Abbiamo aumentato quote di mercato, rimanendo leader per la qualità se non per la quantità, operando bene nei Paesi che si aprono all'importazione. Purtroppo, abbiamo problemi di concorrenza nei confronti dei Paesi emergenti, quelli caratterizzati da bassi costi di produzione e dell'energia, che talvolta competono non sempre rispettando le regole. La concorrenza di produttori "low cost", grazie al loro sistema-paese, è certamente sentita, ma il vero nodo che ci porta il maggior danno è la concorrenza sleale aggravata dalla scarsa competitività del sistema Italia. Il prodotto "low cost" finisce per causare nel pubblico un'aspettativa di rapporto qualità/prezzo livellato verso il basso aumentando il gap di competitività che possiamo colmare solo con una grande qualità dei prodotti ed un eccelso design, che in una parola sono il made in Italy».



Raddoppia la produzione, si dimezzano i consumi Confindustria Ceramica punta sui nuovi impianti

Complessivamente, l'industria italiana delle piastrelle di ceramica ha consumato nel 2009 circa 1,1 Mm³ di gas naturale, ai quali si aggiungono i consumi elettrici. Complessivamente il costo settoriale per gli approvvigionamenti energetici è stato di circa 480 milioni di euro, necessari per produrre lo scorso anno 368 milioni di metri quadrati di piastrelle di ceramica da parte di 181 imprese, attive in 273 stabilimenti di produzione.

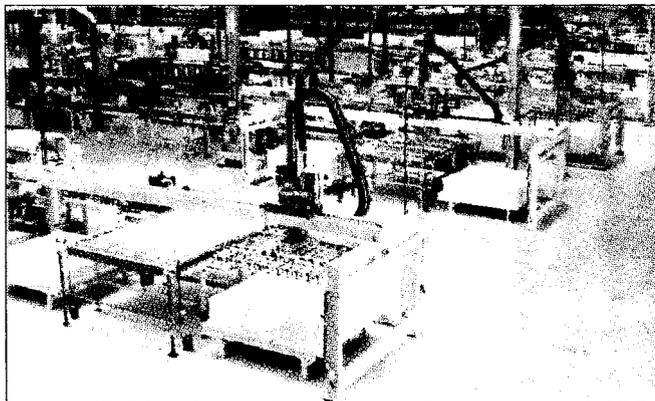
Il fabbisogno elettrico annuo del comparto è di 1400 Gigawatt/ora, coperto per 950 di questi dalla rete elettrica mentre i restanti 450 GW/h sono forniti dalla cogenerazione, grazie ai 29 impianti installati. I consumi energetici indicati sono concentrati per l'80% nel comprensorio di Modena e Reggio Emilia. Il settore è completamente metanizzato; la stragrande maggioranza delle imprese è allacciata direttamente alla rete di Snam Rete Gas. Per il settore ceramico, energivoro per sua natura, i costi energetici sono molto alti: l'incidenza media sul costo di fabbricazione è superiore al 20%, una percentuale che nel caso di alcune tipologie produttive risulta es-

sere addirittura superiore.

Risulta quindi evidente l'importanza dell'impegno di Confindustria Ceramica per l'attuazione di politiche di ottimizzazione energetica e per una costante innovazione degli impianti. Come confermato da un rilevamento ed analisi su un campione rappresentativo di imprese, negli anni Novanta i consumi energetici del settore sono stati pari alla metà di quelli registrati negli anni Settanta, pur avendo più che raddoppiato la produzione.

Strumento per il calmieramento dei costi è il Consorzio Cer-Energia che opera dal 2000 sia sul mercato elettrico sia su quello del gas. L'aggrega-

zione dei consumi e le conseguenti compensazioni che si realizzano internamente al consorzio hanno consentito in questi anni di concludere contratti estremamente flessibili, privi di vincoli di prelievo e di richieste di garanzie e con la possibilità per i singoli soci di attivare autonomamente opzioni contrattuali diverse in corso di contratto. Il Consorzio sta ora approntando un'evoluzione delle consuete modalità di acquisto che consenta di superare l'operazione di acquisto annuale, per cogliere opportunità legate ad un approvvigionamento «continuativo», attento all'andamento delle quotazioni nel corso dell'anno di fornitura.



“Ceramic Tiles of Italy” La piastrella di ceramica adesso ha il marchio doc

I valori che appartengono all'industria delle piastrelle di ceramica italiana fin dagli anni Settanta sono sintetizzati nel marchio Ceramic Tiles of Italy, che accompagna le aziende associate a Confindustria Ceramica su tutti i mercati. Con l'introduzione del nuovo disciplinare d'uso del marchio, entrato in vigore all'inizio del 2009, l'Associazione ha voluto circoscrivere l'ambito di tutela alle sole piastrelle di ceramica prodotte nelle fabbriche localizzate sul territorio italiano. Un percorso di ammodernamento e di adeguamento alle nuove e mutate esigenze di commercio internazionale dei prodotti che ha nella dichiarazione d'origine un elemento strategico.

Il percorso prevede l'impegno volontario da parte delle imprese a definire l'origine

dei prodotti messi in commercio, aderendo così alla Raccomandazione, un documento che rappresenta un presupposto indispensabile per l'utilizzo da parte degli associati a Confindustria Ceramica del marchio Ceramic Tiles of Italy. Tali aziende devono inoltre aderire al Regolamento d'uso del marchio: un passo in avanti decisivo per promuovere la logica della trasparenza nell'azione commerciale e una scelta consapevole da parte del consumatore. Con questa iniziativa, Confindustria Ceramica ha anticipato provvedimenti legislativi nazionali e comunitari in materia, colmando in particolare la lacuna dell'Unione Europea riguardante l'assenza di norme dettagliate sulla tracciabilità delle merci.