

Speciale Cersaie e Tecnargilla

Tecnargilla 2010, sotto il segno dell'energia Decorazione e flessibilità: parole d'ordine del futuro

Ha preso il via lunedì la 22esima edizione di Tecnargilla, la maggiore manifestazione mondiale dedicata alle tecnologie e alle forniture per l'industria ceramica e del laterizio, organizzata da Rimini Fiera, in collaborazione con Acimac (l'Associazione Costruttori Italiani Macchine Attrezzature per Ceramica).

Al taglio del nastro erano presenti Gian Carlo Muzzarelli, assessore regionale alle attività produttive della Regione Emilia Romagna, il presidente di Rimini Fiera, Lorenzo Cagnoni, il presidente di Acimac, Pietro Cassani, Jamil Sadegholvaad, assessore attività produttive provincia di Rimini, Paolo Gambuli, direttore Acimac, numerose autorità civili, militari e imprenditori.

Su 65mila metri quadrati di spazio espositivo hanno presentato in anteprima le loro innovazioni tecnologiche circa 450 aziende di cui un terzo provenienti dall'estero come tantissimi operatori.

Questi i dati evidenziati durante la conferenza stampa internazionale da Lorenzo Cagnoni, presidente di Rimini Fiera. «Il successo di Tecnargilla - ha commentato - indiscutibilmente la prima fiera al mondo del settore, è stato costruito insieme ad Acimac, con cui è stato svolto un prezioso lavoro di sinergie. Le diverse sezioni (*Kromatech, Claytech e Kermat*), ancora più ricche di novità, rappresentano la capacità di questa fiera di crescere e specializzarsi, mantenendo inalterato il suo ruolo di bussola orientata verso nuovi sviluppi dell'industria ceramica». Per il presidente di Acimac Pietro Cassani Tecnargilla è iniziato sotto i migliori auspici con una grossa commessa in Turchia appena siglata da un pull di aziende aderenti ad Acimac.

«Inauguriamo questa edizione - ha continuato - con l'entusiasmo di chi esce da una crisi mostruosa. È un anno, quello in corso, che ve-

diamo come una possibile ripresa, con numeri che si pongono a metà rispetto al miliardo e 300 mila euro del 2009 che per il nostro settore aveva segnato un passo indietro di 10 anni. Questo ci consente di guardare al futuro con maggiore ottimismo consapevoli che l'Asia è la finestra verso cui continuare a guardare».

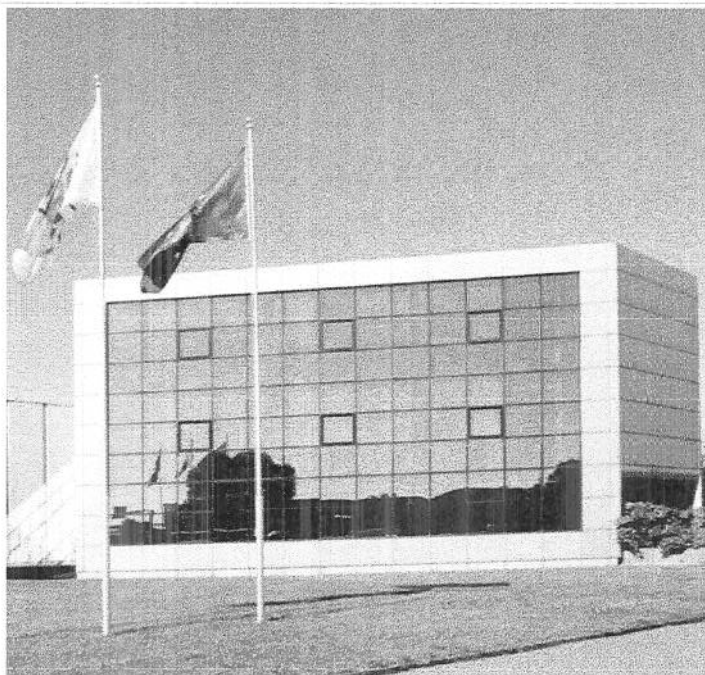
I temi di questa edizione di Tecnargilla si basano principalmente sul risparmio energetico (con l'obiettivo di ridurre i consumi), sulla decorazione in digitale, sul rinnovamento e sulla flessibilità. «C'è voglia di fare del nuovo - ha chiosato Paolo Gambuli, direttore di Acimac - siamo arrivati verso

la fine del 2010 con qualche azienda in meno ma con tanta energia in più. Da oltre 30 anni le nostre realtà producono innovazione di prodotto e di processo dando un segno tangibile della propria vitalità. Continuiamo a essere leader, il mondo nel 2009 in questo settore non si è fermato, e abbiamo intenzione di crescere ancora, partendo proprio da Tecnargilla». Per Gian Carlo Muzzarelli, assessore alle attività produttive della regione Emilia Romagna «dobbiamo capire che se il mondo è cambiato dobbiamo cambiare anche noi e cambiare vuol dire innovarsi profondamente. È importante sviluppare nuove idee per continuare a competere, dobbiamo avere radici profonde e uno sguardo lontano, cioè produrre nel nostro territorio, trovando da qui nuove alleanze internazionali per vincere le sfide future. Il Tecnargilla di quest'anno sarà una boccata di ossigeno per misurarci ancora nelle frontiere del mondo».

■ Chiara Dini



La Fiera nei suoi 65 mila metri quadrati ospita 450 aziende espositrici



Sopra la sede di I.R. società nata a Fiorano nel 1973, nel cuore del principale distretto ceramico italiano. Sotto il modello di punta portato al salone di Rimini (MRV)

La biografia

Ospita tre settori differenti la più prestigiosa vetrina internazionale per le innovazioni di processo e di prodotto: l'area espositiva di 65 mila metri quadrati ospita 450 aziende espositrici e operatori professionali da tutto il mondo.

In questo spazio **Kromatech** si conferma la vetrina più esclusiva sulle tendenze estetiche in ceramica grazie alla presenza delle maggiori e più innovative aziende del settore riunite sotto le sue insegne. Dalle materie prime agli smalti, dalla grafica ai prodotti per serigrafia, **Kromatech** propone al visitatore di **Tecnargilla** stimoli ed idee innovative in anteprima.

L'attenzione di **Tecnargilla** per le forniture per la produzione di laterizi, sarà declinata anche a **Tecnargilla 2010** con la quarta edizione di **Claytech**, sezione dedicata esclusivamente alle aziende fornitrici di macchine e attrezzature per il laterizio, sempre più accreditata tra gli operatori internazionali. La rassegna, che si svilupperà nella solita location delle Hall A5-C5 della Fiera di Rimini, è contraddistinta da un allestimento omogeneo e attrattivo.

In **Kermat 2010**, infine, saranno in esposizione: materie prime, componenti e prodotti semi-lavorati, manufatti in ceramica speciale, applicazioni dei materiali, processi tecnologici, strumenti per il controllo ed impianti per la produzione di materiali neoceramici. La sezione si rivolge ad un pubblico composto da: produttori di articoli in ceramica speciale, progettisti, designers, product manager e buyer dell'Industria Meccanica, Elettromeccanica, Elettronica, Automotive, Biomedicale, Chimica, Aerospaziale, delle Telecomunicazioni.

Il Re dei formaggi fa beneficenza «Una Fondazione per esportare il meglio del Parmigiano Reggiano»

Ha un sogno nel cassetto il Cavaliere del lavoro Elvetio Lugli. Lui che discende da una famiglia di «casari extra-super» come ci tiene a sottolineare, vorrebbe vendere uno dei prodotti di eccellenza della nostra regione, il **Parmigiano Reggiano**, valorizzandolo all'estero e donando il ricavato in beneficenza. Inoltre, più che venderlo in Italia, lui lo vorrebbe vendere e promuovere principalmente all'estero dove, secondo le sue aspettative, il re dei formaggi verrebbe apprezzato ancora maggiormente.

Il prodotto scelto dal Cavaliere Elvetio, non sarebbe un semplice **Parmigiano Reggiano**, ma come lo definisce lui «dovrebbe essere solo ed esclusivamente un prodotto extra-super». Che renda importante in tutto il mondo il nome e la fama del re dei formaggi ancor più di quanto lo è ora.



Nella foto da sinistra: il cavalier Elvetio Lugli con l'arciduca Martino d'Asburgo Este ad una cena di gala per il restauro di un'armatura antica al palazzo dei Musei di Modena

Una operazione di marketing importante che il Cavaliere Elvetio vorrebbe organizzare sotto la guida di una Fondazione da lui appositamente creata che, per amore e tenerezza dei ricordi, dovrebbe

portare il nome della moglie e della mamma dello stesso Cavaliere: «E' in memoria loro che voglio creare questo commercio - spiega il Cavaliere del lavoro - un'attività che, proprio perché fatta pensando a persone care avrebbe solo fini benefici».

«Voglio creare intorno a questo importante prodotto che ci caratterizza una operazione tanto semplice quanto virtuosa - spiega ancora Lugli -. Un'operazione fatta solo a scopo di beneficenza e non chiedo soldi a nessuno, perché, ringraziando il cielo, sto bene economicamente. Non ho potuto quantificare prima quanto si po-

trebbe realizzare, ma posso garantire che questa operazione porterebbe tanto beneficio a molte persone. Penso ai pensionati, ai precari, a tante persone che soffrono e alle quali gli introiti sarebbero devoluti. Sono già in contatto con diversi ospedali e appena l'Inps mi avrà corrisposto il dovuto darò il via a questa operazione».

Il cavalier Lugli è, infatti, in attesa di quello che definisce un «importante riconoscimento» da parte dell'Istituto pensionistico: una lunga querelle per ottenere il riconoscimento di un premio produzione che, a suo avviso, da «casaro extra super» avrebbe maturato dal 1986 al 1991.

Tornando al prodotto emiliano per eccellenza, però, il cavaliere si dimostra particolarmente ferreo: «Il vero **Parmigiano Reggiano** è quello che si produce a destra del Po e a sinistra del Reno - spiega - tutto il resto non ha le stesse meravigliose caratteristiche di sapore, gusto e qualità. Sono convinto, perché lo conosco bene, che noi, qui, abbiamo un prodotto unico al mondo, ma non lo sappiamo vendere e non lo sappiamo commercializzare a dovere».

Informazione pubblicitaria a pagamento



Dal tetto alle barriere: i mille modi di pensare la ceramica

In mostra le idee dei giovani designer dello Ied. Da tutto il mondo

Quale sarà l'impiego dei materiali ceramici nell'architettura urbana dei prossimi anni? Dodici giovani designer dello IED (Istituto Europeo del Design) provenienti da 11 diversi Paesi si sono interrogati sul tema e hanno realizzato degli interessanti progetti applicativi esposti in mostra alla 22esima edizione di Tecnargilla.

L'iniziativa, ormai giunta alla quinta edizione, conferma l'attenzione degli organizzatori della fiera agli sviluppi futuri del settore ceramico. Alcuni dei progetti presentati nelle precedenti edizioni, presto raccolti in un volume tecnico-divulgativo, hanno già trovato applicazione industriale.

I lavori, risultato di un corso tenu-

to a Milano dal professor Raoul Schoemaker, designer specializzato nel management di prodotti/progetti, inserito all'interno del percorso di studi per la laurea triennale di Industrial Design, spaziano dall'arredo urbano, allo sfruttamento delle energie rinnovabili, al campo stradale.

Ad accomunare tutti i progetti le qualità tecniche ed estetiche e la versatilità della ceramica, considerata un valido alleato per la progettazione e realizzazione di innovativi oggetti architettonici e di design.

Questi alcuni dei progetti in mostra a Tecnargilla:

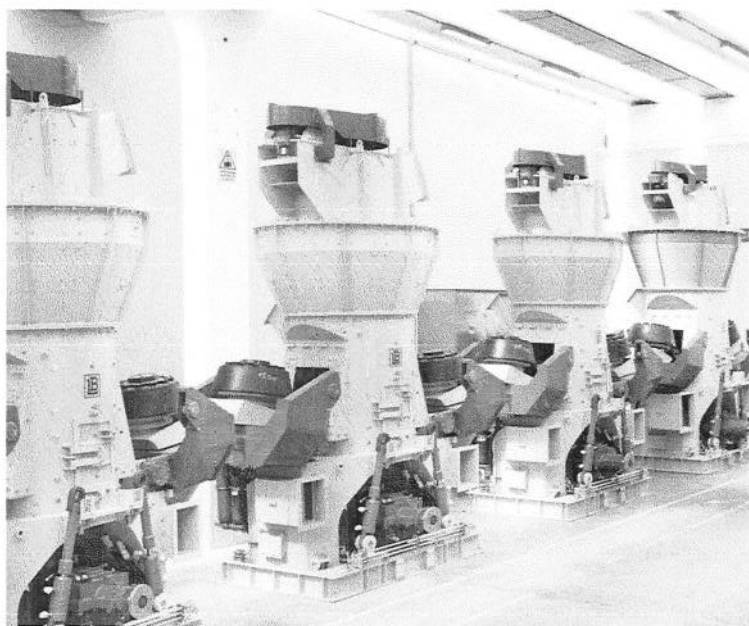
1) Nathalie BBek (Svezia) ha presentato le barriere anti-rumore au-

to-irriganti, una barriera anti-rumore modulare e autobloccante costituita da vasi da fiore in ceramica auto-irriganti grazie al meccanismo di caduta dell'acqua piovana. Le caratteristiche intrinseche della ceramica quali, la resistenza al fuoco, agli sbalzi termici e allo sporco, la rendono un arredo urbano ideale per spazi pubblici e privati.

2) Attila Veress (Romania) ha presentato un tetto verde modulare: Viridis, dal latino verde, è un'idea basata sulla realizzazione di tetti verdi grazie all'utilizzo di elementi modulari in ceramica, alcuni piani, altri contenitivi dove alloggiare le piante. Il sistema prevede inoltre un sistema di scolo dell'acqua in

eccesso da un elemento all'altro.

3) Pryank Sojatia (India) ha progettato delle barriere stradali para-urto: C3, Ceramic Crush Cushion è un'idea ispirata dalle barriere protettive della formula 1 che ipotizza l'utilizzo di pannelli modulari in ceramica estrusa per fermare la corsa delle vetture in difficoltà e attutirne l'impatto. L'urto della macchina sulla barriera romperebbe infatti le lastre di ceramica consentendone l'arresto all'interno della barriera riempita di sabbia, materiale inerte e scarti di ceramica riciclati da precedenti incidenti. Nel contesto urbano tali barriere potrebbero anche essere abbellite inserendovi, all'interno, vari motivi floreali.



Leader indiscussa nelle tecnologie per il gres porcellanato

LB nasce a Fiorano Modenese nel 1973, e muove i primi passi come fornitore di macchine e servizi per le aziende ceramiche locali, sviluppando un importante know-how relativo al trattamento delle materie prime e degli impasti ceramici proponendosi fin da subito come partner affidabile e attento alle esigenze del cliente. Nella seconda metà degli anni '80, intuendone l'enorme potenziale, LB crede ed investe nelle tecnologie per la produzione di gres porcellanato, il più nobile dei materiali ceramici, al quale sarà legato lo straordinario successo dell'industria ceramica italiana. LB, ancora oggi, è leader indiscussa nel campo delle tecnologie per il gres porcellanato, titolare di numerosi brevetti internazionali relativi ai processi produttivi che ne hanno determinato i moderni standard tecnico-estetici.

Lavorazione senz'acqua all'insegna dell'ecologia LB Officine Meccaniche presenta la 'Dry technology'

Estetica e risparmio energetico possono, anzi devono, andare a braccetto. Questa la filosofia su cui si basano le nuove tecnologie di **LB Officine Meccaniche Spa** che puntano tutto sul rispetto ambientale e una riduzione dei costi, eliminando l'acqua dai processi di tutti i prodotti ceramici.

Basta fumi bianchi che vanno verso il cielo, gli stessi risultati si possono ottenere con processi a secco. Ivano Ligabue, presidente di LB, ci ha spiegato come funzionano anticipandoci qualche novità.

In quale direzione si è mossa la ricerca di LB in questi ultimi anni?

«Abbiamo investito molto sulle tecnologie a risparmio energetico e idrico, orientandoci verso lo sviluppo industriale sostenibile. Troppo spesso l'acqua è un bene che viene abusato, nel nostro Paese ancora non è un problema, potrebbe diventarlo, mentre in altri che devono fare i conti con la sua scarsità, lo è. Sarebbe ora che l'acqua la tenessimo per bere, le nostre nuove tecnologie permettono di progettare e fornire impianti ceramici dove la preparazione degli impasti, la loro colorazione e decorazione, vengono realizzati con processi a secco. Al posto dell'acqua usiamo le polveri, con nuovi processi di macinazione; è un fatto innovativo che

può essere applicato a tutti i prodotti ceramici. Il risultato è quello di minori costi energetici, soprattutto di energia termica, minori costi di manutenzione degli impianti e minore impatto ambientale del processo produttivo; la tecnologia di preparazione a secco degli impasti garantisce un'elevata qualità del prodotto finito abbattendo i costi fino al 70% soprattutto quelli energetici. A Tecnargilla presenteremo anche il libro sulla preparazione a secco degli impasti

ceramici con la nostra Dry Technology».

Cosa portate al salone internazionale delle tecnologie per la ceramica di Rimini?

«Una delle nuove macchine che presentiamo quest'anno è la Liner design che permette la creazione di disegni fatti in linea in continuo con effetti diversi per ciascuna piastrella. Ce ne sono poi per ogni necessità, pilotando le polveri è possibile creare effetti diversi, come marmi, legni, pietre, metalli, prodotti con effetto tessuto sotto e stampe sopra e così via. Si possono imprimere colori da cima a fondo che non si consumano mai e possono essere levigati all'infinito, su piastrelle già finite può essere stampata un'immagine senza l'utilizzo di acqua e manodopera, ci sono poi le piastrelle luminose che se vengono investite di luce la trattengono per circa otto ore (anche il decoro può diventare fluorescente). Tutto, ribadisco, con l'utilizzo delle polveri. La tecnologia LB è oggi uno strumento indispensabile anche per la produzione di gres porcellanato di elevato valore tecnico ed estetico».

Si può dire che oggi per essere competitivi bisogna garantire una grandissima attenzione anche all'estetica?

«Sì, lavoriamo soprattutto sull'estetica, la gente non compra il dentro della piastrella, compra l'emozione. Approfondire questo campo ci ha permesso, credo, di sentire un po' meno la crisi».

Quali sono le aspettative che avete per questa edizione di Tecnargilla?

«Ne abbiamo molte di aspettative, abbiamo portato così tante novità che per forza dovrebbero interessare i clienti. Il nostro sforzo quest'anno è stato superiore, abbiamo lavorato su un contenuto tecnologico forse il più dispendioso degli ultimi 20 anni

anche per quanto riguarda i materiali. Se ci sono i clienti abbiamo tutti i motivi per fare un'ottima fiera».

Cos'è cambiato con il momento economico difficile che ha colpito tutto il mondo?

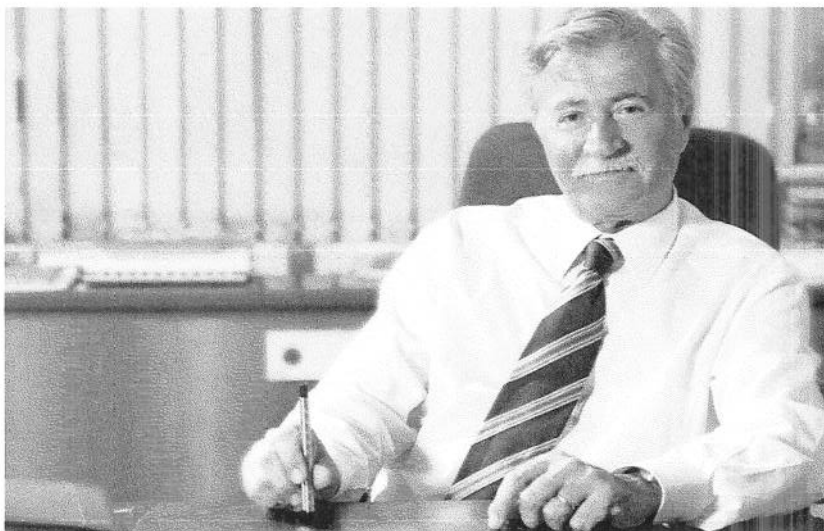
«Noi i volumi li abbiamo, sono i margini che non sono più quelli di un tempo. Siamo un'azienda che si compone di circa 100 persone, nel 2009 abbiamo fatturato 50 milio-

ni di euro e pensiamo di replicare il dato nel 2010. Non abbiamo fatto cassa integrazione, credo che, come dicevo prima, occupandoci della parte più estetica del lavoro, tutto il mondo continua a suonare al nostro campanello, anche se siamo in un momento particolare di crisi dell'edilizia. Il mondo procede più lentamente, però armati di idee e buona volontà si va avanti».

Ci sono dei Paesi che suonano più spesso alla porta di LB?

«Sono le aziende più che i Paesi e la volontà di chi ne è alla testa di puntare sull'eco sostenibilità. Certo abbiamo molte richieste dai paesi Arabi dove l'acqua è poca e i costi di gestione molto alti, ma abbiamo impianti un po' in tutto il mondo. In Europa (soprattutto in Francia, Germania, Polonia, Portogallo e Russia), Africa (Algeria, Egitto, Tunisia), Asia (principalmente in Turchia, Iran, Arabia Saudita, UAE, India, Cina, Taiwan, Malesia, Indonesia, Vietnam) e America (Argentina, Brasile, Messico e USA). Il mondo oggi gira a due velocità. Negli ultimi tempi l'Europa è leggermente ferma nel mondo ceramico, mentre dall'altra parte del globo il prodotto è in crescita e c'è molto entusiasmo; la parte asiatica è molto interessante, abbiamo ottime performance in Turchia, mentre l'Iran è fermo a causa dell'embargo».

■ Chiara Dini



Ivano Ligabue, presidente di LB, ha portato l'azienda all'edizione 2010 di Tecnargilla

E con un 'Cambio di clima' parte anche il salone del Cersaie «Economia, infrastrutture e competitività le sfide da affrontare»

Economia, infrastrutture e competitività al centro del convegno inaugurale, che si è tenuto ieri, del Salone Internazionale della Ceramica per l'Architettura e dell'Arredobagno.

All'orizzonte, le nuove sfide da affrontare per aprire una nuova fase di sviluppo (sostenibile) del settore. Un auspicio o un pericolo? Il riferimento alla necessità di una

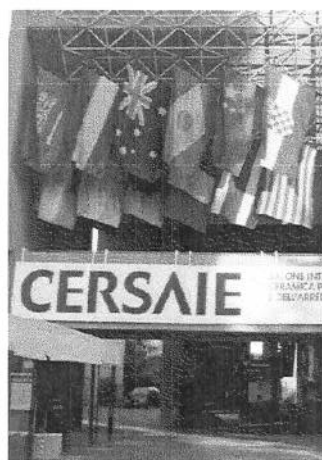
svolta ma anche la preoccupazione per uno scenario in rapido mutamento, le cui tendenze sono sempre più difficili da inquadrare e prevedere. E, sullo sfondo, un'unica certezza: niente sarà più come prima.

E' partito da un interrogativo il convegno inaugurale, a confrontarsi, moderati dal giornalista Maurizio Beretta, sono stati il vice-

ministro allo Sviluppo economico Stefano Saglia, il vicepresidente di Confindustria Alberto Bombassei, il presidente della Regione Emilia-Romagna Vasco Errani e Marco Fortis, ordinario alla Cattolica di Milano e vicepresidente della Fondazione Edison.

Un 'cambio di clima' letto dagli imprenditori anche sotto una luce positiva, con l'opportunità di recu-

perare quanto perduto e di tornare quindi a crescere senza più nemmeno l'ombra della speculazione finanziaria: «Dobbiamo far fronte a storiche carenze infrastrutturali, e finalmente vediamo una svolta sulla bretella Campogalliano-Sassuolo - ha specificato Manfredini chiamando in causa un tema caldo per la provincia di Modena - e non possiamo, infine, non continuare a batterci per una norma europea sulla tracciabilità delle merci».



Scaglia: «Difenderemo il made in Italy»

«Difenderemo la ceramica made in Italy anche in Europa contro l'aggressione dei mercati cinesi che sono sicuramente molto forti e anche molto scorretti». All'inaugurazione del salone Cersaie a Bologna c'era anche il sottosegretario allo Sviluppo economico Stefano Saglia.

E proprio Saglia ha sottolineato come nel settore ci sia qualche segnale positivo: «Il Governo nel comparto della ceramica ha lavorato soprattutto per ridurre i costi, in particolare quelli dell'energia, del gas e della luce per consentire a queste imprese di competere sul mercato globale». Però, ha rilevato, «l'edilizia e le costruzioni hanno bisogno di uno sforzo coordinato tra Governo e Regioni e purtroppo il piano-casa non è andato come doveva andare». Per questo, ha concluso Saglia, «spero che in un nuovo clima politico ci possa essere maggiore collaborazione».

Manfredini: «L'output sale del 5%»

Il settore della produzione di ceramiche ha registrato nel primo semestre di quest'anno una crescita del fatturato del 5% rispetto allo stesso periodo del 2009. Lo ha detto il presidente di Confindustria Ceramica, Franco Manfredini, a conclusione del convegno di apertura della 28esima edizione del Cersaie.

Si tratta di una crescita che deriva soprattutto dalle esportazioni, con situazioni differenti da area ad area. Il settore che sta meglio è quello dell'export, che ha trascinato verso il segno più la produzione. Le zone che acquistano di più, ha detto, «sono quelli dell'America del Nord, tutta l'Asia e i paesi del Bric». In sostanza, «i paesi fuori dalla Ue, perché questa ha ancora una economia stagnante. Ci sono segnali molto timidi su alcuni paesi, la Germania dà già segnali positivi e abbiamo una crescita in termini di valore, ma il resto registra una congiuntura che è poi la stessa che abbiamo anche nel mercato interno».

Errani: «Necessario un patto sociale»

«Dobbiamo ricostruire un patto sociale, è un elemento fondamentale: dobbiamo porci il problema di fare alcune scelte».

Sono le parole di Vasco Errani, presidente dell'Emilia-Romagna e della conferenza delle Regioni dal palco del dibattito inaugurale: «Il paese deve decidere su quali priorità investire: non mi interessa fare il sindacalista delle Regioni, ma voglio capire qual è il progetto per il paese».

Prima Errani aveva sottolineato che «non possiamo interpretare questa fase di ripresa, per quanto lenta, senza porci il problema della domanda interna, che è troppo bassa».

Per questo, ha aggiunto, «dobbiamo fare scelte strategiche». Come sulle infrastrutture. «Diciamoci quante risorse abbiamo. Ma quelle vere, non quelle riprogrammate ogni sei mesi», ha proposto Errani.



Ma la produzione mondiale di piastrelle porta il segno meno

«Si ferma la produzione ceramica mondiale: nel 2009, per la prima volta nella storia la produzione mondiale di piastrelle ceramiche interrompe la sua corsa. Ridotti anche il tasso di crescita del consumo. Crollano i flussi di import-export e a pesare sui risultati la battuta d'arresto registrata in Europa e Americhe. Il tutto mentre l'Asia continua la sua corsa». Questi i dati raccolti nello studio esclusivo realizzato dalla rivista Ceramic World Review, per la prima volta nella storia industriale del settore, la produzione mondiale di piastrelle ha fatto registrare un segno meno.

La produzione cala

L'output mondiale si è infatti fermato a 8.515 milioni di mq, arretrando del -0,1% rispetto agli 8.520 milioni di mq di fine 2008, contro un incremento medio annuo del 6-7% nel periodo 2004-2007 e del +3,2% nel 2008 - si legge nella relazione -. A limitare il calo complessivo, l'andamento rimasto positivo in Asia (+7,1%) e in Africa (+11,9%). L'Asia ha prodotto 5.542 milioni mq (366 milio-

ni mq in più rispetto al 2008), portando la sua quota sulla produzione globale al 65,1%.

...ma non in Asia

Gli incrementi maggiori nei due giganti asiatici: Cina (+200 milioni mq), India (+100). Opposto l'andamento nei continenti americano (-7 milioni di mq in Sud America e produzione stabile in Nord America) ed europeo, che ha visto sfumare ben 400 milioni di mq.

Nell'Unione Europea a 27 si sono avuti i cali più pesanti, -24,8% sul 2008, che hanno determinato un ridimensionamento della produzione a 1.076 milioni di mq.

Meno consumi

Un rallentamento si è verificato anche nel consumo mondiale di piastrelle ceramiche. Lo scorso anno la crescita è stata infatti contenuta ad un +1,3%, toccando gli 8.460 milioni di mq, contro un +3,6% del 2008 e un +8% medio annuo degli anni precedenti. Molto simile a quello della produzione è l'andamento dei consumi per area geografica.

...tranne che in Asia

La crescita più elevata della do-

manda si è registrata ancora in Asia: +8,2%, per un totale di 5.273 milioni mq. In crescita anche Africa, (+10,0%, salita a 472 milioni mq), e Centro-Sud America (+1% a 909 milioni mq). Europa e Nord

America, per contro, le aree in cui i consumi si sono contratti. In Nord America la domanda è scesa da 404 a 360 milioni mq (-10,9). In Unione Europea la domanda è crollata a 991 milioni mq risultato del calo generalizzato in tutti i paesi dell'area, con il picco negativo in Spagna (-84 milioni mq). In flessione (-11,1%) anche la domanda nell'area Europa extra-UE, pari a 418 milioni mq, dove però la contrazione è imputabile al crollo della domanda in Russia (50 milioni mq in meno).

Si produce laddove si consuma

Il confronto del contributo di ogni continente alla produzione e al consumo mondiali di piastrelle continua a mostrare le evidenze emerse in passato, ossia una sostanziale omogeneità dei due valori, a riprova che si tende a produrre laddove si consuma: l'Asia rap-

presenta il 65% della produzione e il 62% del consumo mondiali, l'Europa (UE + Extra-UE) rispettivamente il 17,2% e il 16,6%, le Americhe il 14% e il 15% e l'Africa il 4% e il 5,6%.

El'export come sta?

I flussi di import/export, che avevano già rallentato pesantemente la loro crescita nel 2007 (+2,4%) e nel 2008 (+0,47%), nel 2009 hanno perso il 9,6% scendendo da 1.919 a 1.735 milioni mq. (184 milioni mq in meno rispetto al 2008, -9,6%), un calo che riporta i flussi di commercio internazionale sui livelli del 2005.

La gelata sulle esportazioni mondiali ha coinvolto, seppure con diversa intensità, tutte le aree del pianeta, ad eccezione dell'Asia che, tuttavia, ha aumentato il proprio export in misura ben più contenuta che in passato.

L'export dell'Unione Europea è sceso a 660 milioni mq (-19,3%), 158 milioni mq in meno rispetto al 2008, di fatto la somma delle perdite italiana (-74 milioni mq) e spagnola (-70 milioni mq). L'Europa extra-UE è scesa da 128 a 96 milioni mq (-25%).

INCALO
Si è fermato
a livello mondiale
a 8.515 milioni di mq
arretrando dello -0,1% sul 2008

EQUILIBRI
In compenso l'Asia ha
prodotto 366 milioni mq in
più di piastrelle
rispetto al 2008

