

# ITALICA BELLEZZA

Al Cersaie di Bologna  
l'eccellenza della ceramica  
tutta Made in Italy

di Marco Luraschi



**CERSAIE**

La bellezza italiana ha una lunga storia, una tradizione millenaria che risale addirittura al tempo degli Etruschi. Lo abbiamo piacevolmente scoperto durante la nostra visita al Cersaie di Bologna, la più importante fiera mondiale della ceramica e della ceramica d'arredo bagno ("il campionato mondiale della ceramica", definizione di Gianfranco Sassi di Graniti-fiandre), che attira ogni anno più di 100.000 visitatori in 5 giorni in Fiera. Come avrete capito quando parliamo di bellezza non ci riferiamo a quella del gentil sesso tricolore ma in questo caso alla ceramica e a tutti i suoi derivati che in Italia hanno la culla dell'innovazione e della tecnologia. La 24ma edizione del Cersaie è stata aperta da una *lectio magistralis* di Lord Norman Foster a testimoniare il peso internazionale della manifestazione anche nell'ambito dell'architettura: l'affluenza è stata elevata e qualitativamente importante in tutti i giorni di fiera, soprattutto dall'estero con grande attenzione dai mercati emergenti. Dicevamo della nostra tradizione, se nella ceramica (piastrelle o meglio oggi si parla di lastre) ben sappiamo del distretto emiliano romagnolo che ha in Reggio Emilia, Scandiano e Sassuolo le sue radici più importanti, poco conoscevamo invece del distretto della ceramica sanitaria che ha nel laziale, nel viterbese, nella Tuscia più precisamente, le sue

**Testata: Il Settimanale ilQI**

**Data: 1 ottobre 2016**

lontane origini, grazie al popolo etrusco che insieme ai greci era leader del vecchio mondo nella produzione di questo materiale. Ecco tutto si può far risalire alla nostra storia, che le nostre aziende hanno saputo tramandare e riproporre con grande ricerca e innovazione all'avanguardia, una peculiarità che ne fa ancora oggi il punto di riferimento a livello internazionale. Società che hanno nei mercati internazionali uno sbocco naturale che nei momenti di grande crisi dell'edilizia in Italia ha permesso di sopravvivere ma anche di prosperare e ingrandirsi, creando gruppi che oggi fatturano centinaia di milioni di euro o che sono diventati dei veri colossi attivi in tutti i comparti dell'edilizia, come la Mapei che fattura oltre 2 mld di euro e che ha la maggior parte degli stabilimenti all'estero pur essendo italianissima, di Sassuolo. Mapei, che abbiamo incontrato e di cui raccontiamo le ultime esperienze per voce della dott.ssa Adriana Spazzoli la quale ci ha illustrato le ultime tendenze che l'azienda sta portando avanti anche nel campo del colore e del design, senza dimenticare l'impegno nello sport e nella comunicazione creando il "miracolo simpatia" del Sassuolo nel difficile mondo del calcio in Italia. Importante, come ha sottolineato l'imprenditrice, che si instauri da subito una forte collaborazione con chi sviluppa i grandi progetti immobiliari, i grandi cantieri, dove il rapporto tra chi fornisce materiali e tecnologia e chi investe è fondamentale per ottenere un prodotto di altissima qualità. Anche in questo settore, la ceramica e l'arredo bagno, l'Italia riesce a essere leader nel mondo grazie alla capacità di stare al top di gamma, alla capacità di proporre prodotti per l'edilizia che non hanno pari nel mondo in termini di qualità e design, una strada obbligata che il mondo manifatturiero ha imparato a percorrere da decenni, investendo anche negli anni

**Testata: Il Settimanale ilQI**

**Data: 1 ottobre 2016**

bui nella ricerca. Cosa che non sempre è avvenuta in ambito immobiliare, dove l'innovazione vera è arrivata spesso direttamente dal prodotto, dall'industria, più che dalla struttura stessa delle operazioni immobiliari. Il futuro del mondo della ceramica è la produzione in lastra, oggi di dimensioni sempre più grandi, con effetti e sensazioni sempre più somiglianti e veritiere a quelle dei prodotti più pregiati come il marmo: prodotti che hanno conquistato i più grandi industriali italiani (pensiamo a Fiandre con Lamborghini e Maserati o Ferrari) e che hanno successo da tempo nel mondo dei centri commerciali, tanto per fare un esempio. Il segreto in questo campo (l'uovo di Colombo per l'immobiliare) è l'integrazione, più che la competizione che peraltro è naturale in un ambito come questo dove sono presenti tutti i più grandi produttori del materiale. La presenza di un professionista del colore come Oikos è per esempio una nuova frontiera della sinergia tra le eccellenze italiane, il successo trentennale di una ditta veneta come la Progress Profiles (leader nel settore profilati da oltre 30 anni ed oggi pronta allo sbarco pure in Australia) che vende insieme ai produttori di ceramica, ma non solo, è la sintesi del Made in Italy. Ecco, questo è un altro aspetto molto importante: aziende che sono note e attirano investitori da tutto il mondo

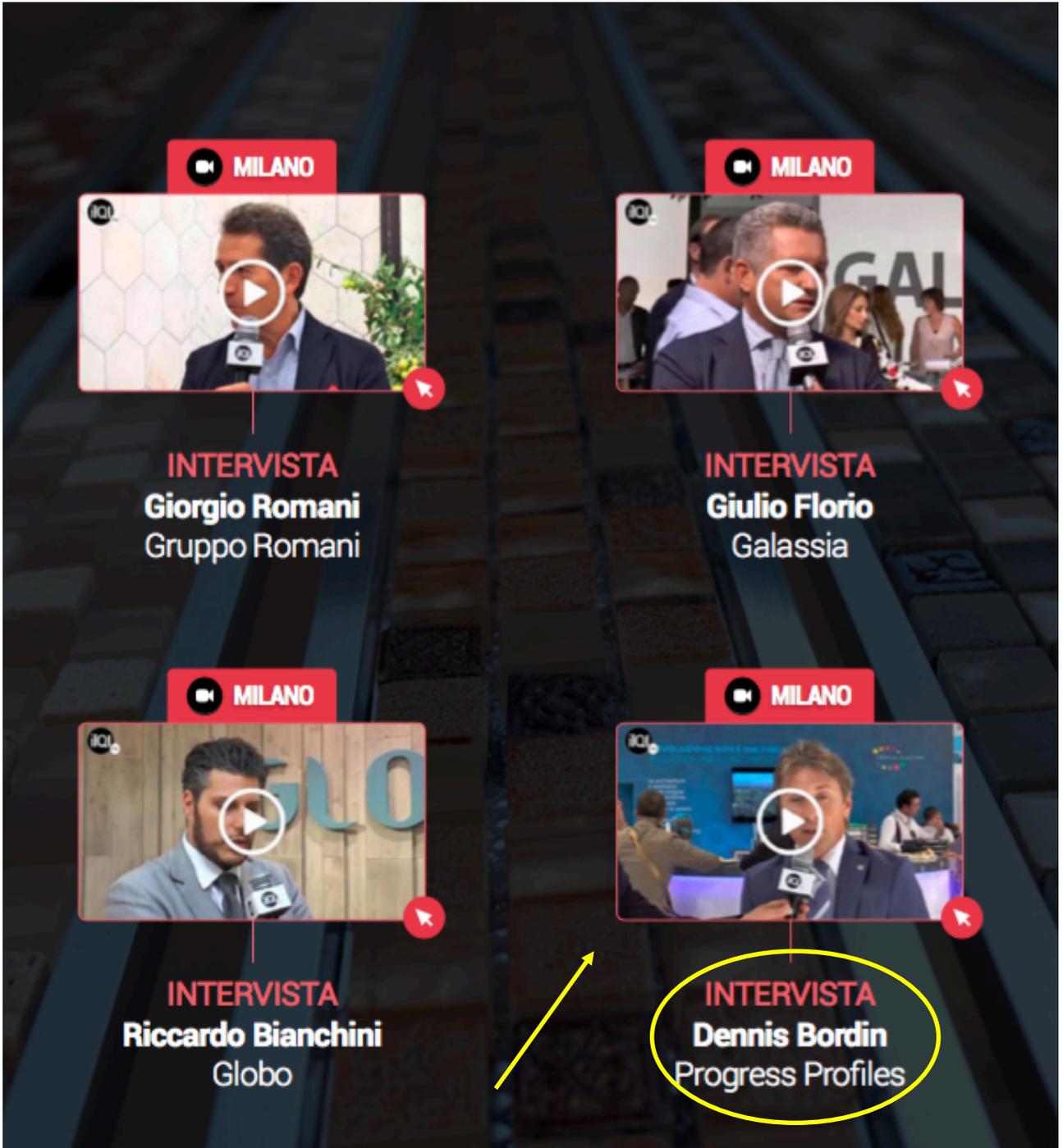
**Testata: Il Settimanale ilQI**

**Data: 1 ottobre 2016**

sono interamente e orgogliosamente Made in Italy da decenni. Aziende legate a imprenditori (spesso fondatori) con radici indissolubili sul territorio che con grande costanza operano su tutti i mercati: Medio Oriente, Asia Pacifico, fortissimamente gli Stati Uniti che sono un mercato di riferimento, ma anche Russia e Golfo Persico. Notizia positiva, il mercato italiano sta lentamente tornando, molte società ci segnalano una attività in aumento proprio all'interno dei nostri confini, è questa è davvero una bella novità. Torniamo quindi da questa nostra visita al Cersaie di Bologna con grande ottimismo e positività. Innanzitutto non è semplice in Italia avere una manifestazione che attiri più di 100.000 visitatori, quasi 900 espositori, più di 40 nazioni da tutto il mondo presenti. In secondo luogo non è scontato essere leader di un settore così importante e magari così poco conosciuto dagli addetti ai lavori per la sua incredibile evoluzione nel corso degli ultimi 15-20 anni. E qui l'ultimo aspetto da evidenziare: serve cultura, formazione, sia tra chi utilizza (e posa) i materiali ma anche tra chi li disegna (architetti e progettisti), e tra chi sviluppa e costruisce l'immobiliare. Questo grande know-how che le aziende hanno faticosamente aggregato è un grandissimo patrimonio tutto Made in Italy che il mondo dell'immobiliare deve capire e sfruttare appieno per crescere e realizzare il nuovo real estate integrato con la manifattura d'eccellenza.

**Testata: Il Settimanale ilQI**

**Data: 1 ottobre 2016**



**Testata: Il Settimanale ilQI**

**Data: 1 ottobre 2016**