

## Ceramica *made in Italy* si apre all'architettura e al design grazie ai *developers* e ai *contractors*

di Anna Savarese, Architetto di Legambiente Campania



L'industria ceramica del futuro *made in Italy*, fa leva sulla sostenibilità, sull'innovazione tecnologica e sulla creatività.

Per il rilancio di questo comparto produttivo è stato fondamentale il costante processo di riconversione ecologica del ciclo produttivo e di responsabilità sociale delle imprese, ma altrettanto importanti sono gli sforzi per dare valore aggiunto ai prodotti e aprire nuovi mercati con la creatività e l'uso intelligente dell'innovazione tecnologica e della rivoluzione digitale.

Un compendio di tali strategie si è visto a settembre al Cersaie, il Salone Internazionale della Ceramica per l'Architettura e dell'Arredobagno, manifestazione fieristica annuale promossa da Confindustria Ceramica in collaborazione con BolognaFiere spa e organizzata da Edi.Cer. SpA.

Anche quest'anno il Cersaie ha confermato la sua qualità di esposizione innovativa e il proprio respiro internazionale, registrando la presenza di tantissimi visitatori provenienti da tutto il mondo che hanno potuto prendere visione e "toccare con mano" le interessanti novità esposte dai produttori della ceramica e non solo, visti i vari innesti con altri materiali, quali legno, marmo, vetro, garantiti dall'ottima qualità del design con il suo ricco parterre di forme innovative, accostamenti cromatici e ottime soluzioni per specifiche esigenze progettuali.

Prescindendo dalle esposizioni delle produzioni artigianali di ceramica artistica di tradizione, lavorata a mano e *tailor made* che hanno la loro consolidata nicchia di mercato prevalentemente nazionale (ca. il 65% del fatturato), per gli sbocchi, soprattutto internazionali, della produzione ceramica industriale (ca. l'85% del fatturato), il Cersaie ha posto particolare attenzione ai settori immobiliare, dell'accoglienza turistica e delle infrastrutture, grazie alle sempre crescenti applicazioni in edilizia dovute anche alle innovazioni tecnologiche che hanno reso il materiale ceramico sempre più performante.

Da qui l'idea di aprire all'interno del Cersaie, una nuova sezione intitolata "Archincont(r)act", con l'obiettivo di favorire l'incontro e l'interlocuzione tra *developer*, *contractor* e studi di architettura, oltre che con le aziende produttrici presenti negli altri padiglioni.

Il *developer* è oggi un nuovo professionista che cerca di programmare e sviluppare soluzioni che diano vantaggio ai committenti, sia in termini di risparmio di tempo che di denaro; viene considerato un artigiano del terzo millennio perché con il sapiente uso dell'informatica supporta tante attività, agevolandone la realizzazione. Il *contractor* è una sorta di appaltatore che media tra produttore e committente; il *contract*, infatti nel contesto immobiliare e in particolare relativamente all'uso della ceramica, si riferisce a forniture di arredo destinate a grandi strutture immobiliari, sia pubbliche che private, o anche a forniture "chiavi in mano" da parte di aziende che realizzano interamente il progetto per conto del cliente, dai rivestimenti, agli arredi, alle finiture, agli impianti. In tal senso le forniture si aprono a uno scenario di progetti caratterizzati da adattamento su misura dei prodotti, flessibilità, funzionalità, garantiti da un'alta creatività e qualità del design.

Il *contract* è dunque una nuova frontiera commerciale per il comparto della ceramica italiana di qualità. Ecco perché le imprese maggiormente attive nell'export alle soluzioni di prodotto e di processo hanno nel tempo aggiunto una migliore organizzazione delle strategie commerciali, aprendosi a nuovi profili professionali e relazionandosi con il mondo dei *contractor* e dei *developer*, che fanno parte della fitta rete di studi di progettazione e di ingegneria, in grado di sviluppare e fornire risposte a richieste dei committenti, in maniera rapida e soprattutto compiuta.

L'industria della produzione ceramica per essere oggi competitiva sul mercato globale deve integrarsi con quella dei servizi, soprattutto se, come nel caso della ceramica, si sconta una concorrenza "sleale" con prodotti di scarsa qualità, ma di minor prezzo, quale anche il *luxury vinyl tile*, che sui nostri principali mercati di riferimento, Stati Uniti in testa, concorre con il gres porcellanato nella surroga di legno e pietre naturali. Al valore aggiunto dato dalla sostenibilità della produzione e dalla qualità dei prodotti della ceramica *made in italy* va affiancata dunque la leva del *contract* per unire committenti e produttori col supporto di una progettazione calibrata sul soddisfacimento delle specifiche richieste ed esigenze.

Le aziende devono dotarsi di figure professionali competenti per affrontare il *contract* che comporta il coordinamento tra i tanti soggetti coinvolti nella filiera, ma sconta altresì i rischi connessi alla competitività: sono i *contractor* che fanno ottenere le commesse e che nel loro ruolo di mediatori possono talora finire con l'assumere caratteristiche di mercenari, favorendo questa o quella impresa.

Appare chiaro che man mano che si complessifica il ruolo dell'intermediazione nel mercato globale occorre anche che il mondo della produzione si adegui alle nuove strategie ridefinendo opportunamente la propria struttura organizzativa e creando nuovi e più solidi ponti con l'architettura e il design. In tal modo si può sviluppare e rafforzare uno sbocco di mercato che ha tratto origine dall'innovazione di prodotto che ha interessato lo sviluppo della ceramica nel settore immobiliare sia per l'arredo che per l'*outdoor*, con la produzione delle grandi lastre su cui

l'Italia è leader nel rivestimento di facciate, pavimentazioni, ma anche con la produzione innovativa di rivestimenti per gallerie stradali con piastrelle che aiutano la luminosità dei tunnel.

Occorre puntare oggi sulla logistica, sull'area commerciale, sui servizi, sulla struttura organizzativa con la formazione non solo di nuovi talenti 4.0 da inserire nelle fabbriche, ma anche delle figure che operano al di fuori, soprattutto gli installatori, i posatori specializzati. Ciò comporta una sempre maggiore attenzione al consumatore e alla cosiddetta *commoditizzazione*. Tale termine attiene agli aspetti etici connessi alla produzione di cui sempre più tiene conto il consumatore: nel mercato saturo e globale con la sempre maggiore mercificazione di beni e servizi, la competizione tra i prodotti si sta spostando dal "cosa" al "come" si produce. Ciò significa che oltre ad esaltare il design dei prodotti ceramici occorre garantire con una posa in opera a regola d'arte la qualità dell'acquisto di un prodotto ceramico rispetto a materiali alternativi con riguardo alla compatibilità ambientale e sociale del ciclo produttivo, dalla materia prima allo smaltimento e con attenzione alla salute dei lavoratori e dei cittadini e agli incrementi occupazionali.

La fiera del settore, il Cersaie 2019, è stato dunque una vetrina delle potenzialità della lavorazione ceramica del terzo millennio che detta una luce chiara l'importanza di connettere tradizione e innovazione, vecchi saperi e nuove figure professionali. Il rilancio di un materiale da sempre usato dall'uomo ha avuto il suo compendio espositivo nelle tante sfaccettature della produzione ceramica, con tutte le interrelazioni con altri settori e servizi e con attenzione alle strategie innovative di marketing per il consolidamento e lo sviluppo del comparto. Il tutto anticipando anche la grande edizione del 2020 che vedrà un ampliamento degli spazi espositivi e l'introduzione di nuove aree tematiche come il *wellness* che arricchirà la ceramica sanitaria con quella di piscine e spa, a conferma della strada intrapresa che vede la ceramica sempre più grande alleata dell'architettura e del design.