

# A Sassuolo la piastrella scampa al suo funerale

## Il settore supera la picchiata del 2009 e riprende a crescere

**il caso**  
FABIO POZZO

**S**embrava un settore condannato. Tanto che qualcuno si era già organizzato per celebrare il funerale di Sassuolo, la capitale italiana della piastrella. Gli stessi che, ora, dovranno adeguarsi alla ventata di cauto ottimismo che - per la prima volta dal periodo buio - riprende a soffiare da queste terre tra Modena e Reggio, che restano nonostante tutto l'epicentro del business delle ceramica di qualità.

È un settore tutto da raccontare, quello della piastrella e affini. L'intuizione della produzione, che ha superato la semplice disponibilità della materia prima. La ricerca, l'innovazione, il design. Sudore e immagine, che hanno proiettato il prodotto made in Italy, e made in Emilia soprattutto, nel mondo. Un'eccezione che in passato ha avuto quasi il monopolio del mercato e che successivamente si è liberata del prodotto base, a basso prezzo, diventato locale (turco, brasiliano, etc.) per inseguire il target medio alto. Un target che ha tirato, oh se ha tirato, fino al 2007, per poi flettersi nel 2008 e precipitare nel 2009. L'anno nero, buio, terribile.

Forni chiusi, or-

dini in picchiata, il fatturato aggregato per la prima volta chiuso in perdita, crollo occupazionale e cassa integrazione. Qualcuno ci avrà anche marciato, ma la verità è che da queste parti, tra Modena e Reggio, la crisi ha picchiato duro.

Adesso, però, Sassuolo rialza - pure timidamente - la testa. Ieri, con un convegno, Confindustria Ceramica ha cercato di guardare al bicchiere mezzo pieno: i consumi di piastrelle nel mondo sono aumentati nel 2010 del 5,5% sul 2009, con una contrazione dell'Europa Occidentale, ma nel 2011 quest'ultima dovrebbe tornare in positivo, tanto che i consumi dovrebbero crescere di 5,9 punti percentuale. E ancora: la ceramica italiana ha aumentato la produzione nel 2010 del 4,9% sul 2009, e le vendite dello 0,8% e si aspetta rispettivamente un +3,6% e un +1,7% per l'anno in corso.

Non solo. L'Italia della ceramica - che esporta il 70% di quanto produce - resta prima al mondo nel commercio internazionale sui valori e al secondo posto per quanto riguarda i volumi, dietro alla Cina.

Certo, il confronto con il 2009, l'anno nero, potrebbe anche essere fuorviante. Ma è anche vero, e lo sottolinea il presidente di Confindustria Ceramica Franco Manfredini, che «le cose vanno meglio». «Certo, non è che possiamo andare tanto meglio del mercato. Se l'Europa Occidentale e il Nord America, che sono i nostri mercati di riferimento, non sono ancora in piena ripresa, è chiaro

che il recupero sulla crisi è più lento. Ma abbiamo tenuto sulle quote» spiega.

Il fatto è che la piastrella italiana è ancorata molto ai mercati ricchi «vecchi», e non così tanto a quelli «nuovi». Leggi Cina, India e Sud America. Quelli che stanno crescendo di più. «La domanda di ceramica mondiale, salvo l'impasse del 2008, continuerà a crescere, sull'onda dell'urbanizzazione. Il problema è che il +5,5% di consumi globali del 2010, pari a circa 9 miliardi di metri quadrati di piastrelle, è trainato soprattutto dalla domanda dei Paesi emergenti, dove il nostro prodotto ha una fettina piccola, che la crisi ha ulteriormente eroso» spiega Luca Bulgarelli, ad di Florim Group, 280 milioni di fatturato e tra i primi cinque italiani.

La vocazione al target medio-alto del prodotto made in Italy è la strada giusta. «Con la piastrella cinese, a basso costo, la battaglia sul mercato estero è persa» riconosce Bulgarelli. «Non credo invece che lo sia, anche su questo fronte low cost, in Italia. I cinesi hanno provato a invaderci, ma ora stanno arretrando. Intanto, perché la differenza di prezzo, gravata dai costi di trasporto, non è così elevata. E poi, perché, il loro prodotto accusa problemi tecnici sulla durata. E il consumatore non lo vuole».

Viceversa, sulla qualità, la piastrella italiana se la gioca tutta. La griffe, anche in questo campo, che si accompagna al design e alla tecnologia - e anche a costi più alti, certo - funziona. «Sempre che i giocatori osservino le stesse regole», s'impunta Manfredini. Non vale, insomma, se la Cina vende i suoi prodotti in Germania chiamandoli «Firenze» e spacciandoli per italiani. Ecco perché Sassuolo aspetta da Bruxelles l'introduzione del «made in» e il via alla procedura anti-dumping contro l'import europeo di piastrelle cinesi. Anche per non sentir mai più Cassandre parlare di funerali.

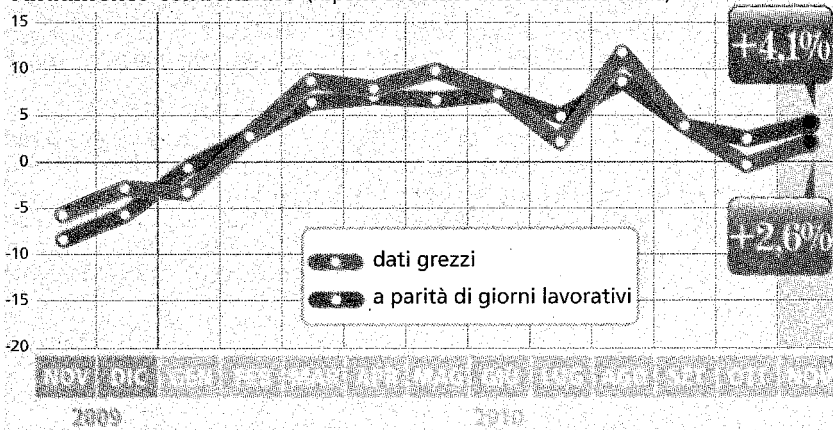
## +0,8 per cento le vendite 2010

Il dato registrato dal comparto della ceramica italiana. La produzione cresce del 4,9%. Per il 2011 si stimano vendite a +1,7% e produzione a +3,6%

«Le cose vanno un po' meglio»  
Cauto ottimismo ha espresso ieri a Sassuolo il presidente di Confindustria Ceramica, Franco Manfredini

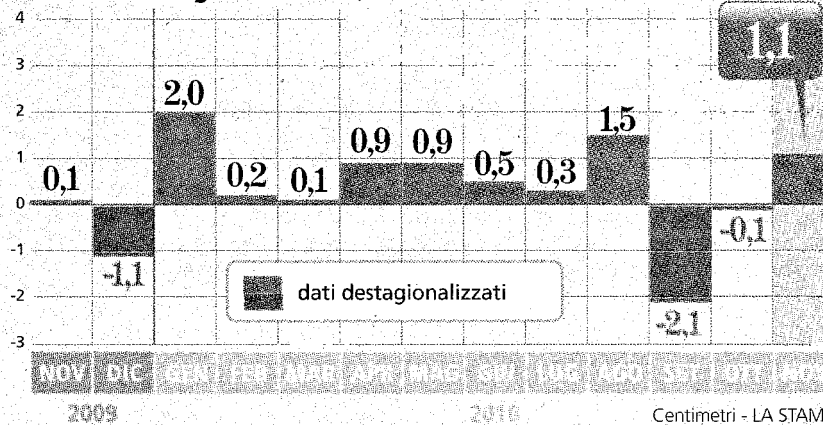
### La produzione industriale

**Andamento tendenziale** (rispetto allo stesso mese dell'anno prima)

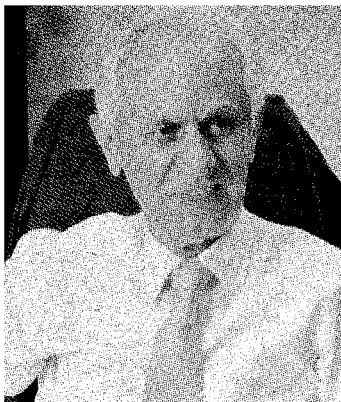


Dati Istat-variazioni in %

**Andamento congiunturale** (rispetto al mese precedente)



Centimetri - LA STAMPA



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.