



Fase di ascolto-confronto

## Interviste esterne

---

### Luigi Giuliani – Resto del Carlino

---

#### Valutazione contesto esistente

##### 1. Quali sono in generale i 3 punti di debolezza attuali del distretto ceramico ?

a) - l'incapacità di operare maggiormente con il mondo della scuola. Manca un collegamento continuo, anche se sono lodevoli le erogazioni di borse di studio, da parte di aziende private e associazioni, a favore degli studenti che frequentano i due istituti tecnici sassolese. Gravissimo il rischio che si è corso quest'anno per il corso ceramico, unico in Italia, al Don Magnani. Solo una quindicina gli studenti iscritti; per il prossimo anno scolastico le prospettive sono negative perché il corso possa rimanere in vita. Da qui la necessità di un suo rafforzamento sia sotto l'aspetto conoscitivo, come per la sua validità occupazionale.

b) - Da sempre manca l'utilizzo, per le opere pubbliche, del materiale ceramico. Basterebbe vedere i palazzi di Fortaleza (Brasile), quasi tutti ricoperti da piastrelle, oppure piazze e spazi pubblici a Foschan (Gina) ricoperti da questo materiale, così come nello stesso distretto ceramico spagnolo di Gastellon de la Plana. Tre piccoli esempi, ma che dimostrano come in altri distretti, o nazioni, l'uso di piastrelle per grandi interventi pubblici e privati sia ormai una costante. Nel distretto ceramico modenese non si è riusciti nemmeno a pavimentare e rivestire una rotonda (incrocio di Via Gameazzo con Via Grociale, a Spezzano) dove è in bella mostra una vecchia pressa ceramica; le piastrelle installate sono tutte andate in frantumi, logorate dal tempo e dai vandali e il cemento ha preso il loro posto. Ghe dire, una bella immagine per il distretto .....

c) - Manca un collegamento fra le aziende. Ognuna è racchiusa nel proprio orticello e mai è stato affrontato, ad esempio, un'intesa comune anche per sole alcune tipologie di prodotto. Se si andasse in questa direzione ritengo si creerebbe una forza d'urto che difficilmente troverebbe ostacoli. Poi l'incapacità di molti imprenditori di affrontare un mercato senza frontiere, senza protezioni, basato sulla libera circolazione di quelle che, comunemente, sono chiamate le "4 G", ossia capital, consumer, company e communication. Sostanzialmente si tratta, per le aziende, di affrontare autentici nuovi modelli organizzativi.

##### 2. e quali i 3 punti di forza ?

a) - saper produrre materiali di altissima qualità b) - la capacità di una distribuzione capillare in ogni parte del mondo, così come la garanzia di un servizio unico

c) - l'innovazione tecnologica del prodotto, frutto di un designer che non ha eguali in qualsiasi altro distretto mondiale

## Scenari futuri

### 3. Come pensa sarà il futuro economico e sociale di medio e lungo termine nel distretto ? Nel vostro settore ?

a) - il settore italiano si assesterà su una produzione, di materiali della fascia medio-alta, che toccherà un terzo della propria capacità produttiva. Alcune aziende, con una produzione di fascia medio-bassa (GoldArt, Cer. Serra, Cer. Pifferi ....) continueranno ad ottenere ricavi come hanno fatto anche in periodo di crisi, a conferma degli spazi esistenti anche per questo tipo di mercato. Il prodotto di fascia media, soprattutto per i grandi gruppi, sarà rerealizzato all'estero. Una delocalizzazione obbligata. Ritengo che il raggio d'azione nel segmento commodity non possa più superare i 1.000 Km. dall'unità di produzione. Sostanzialmente occorre produrre dove c'è mercato.

## Soluzioni

### 4. Quali sono le principali soluzioni/idee nuove che avete per il rilancio del distretto a breve-medio-lungo termine, e perché ?

Un'azienda futuribile e virtuosa e per definizione tale se riesce a sostenere la crescita con idee innovative e visioni imprenditoriali che seguono le dinamiche delle evoluzioni dei mercati, incrementando l'occupazione contestualmente sia all'estero che in Italia. Detto questo, occorre uno stretto rapporto del settore con la scuola dalla quale posso arrivare energie fresche e una nuova cultura del lavoro che oggi manca; produrre quello che si ritiene giusto e non da richieste improvvisate; adottare una commercializzazione verticale dei propri prodotti; puntare decisamente sulla produzione di piastrelle finalizzate a nuove funzioni, come quelle antibatteriche e di supporto energetico. Che fine ha fatto lo studio del Centro Ceramico sulla piastrelle fotovoltaica? Questa potrebbe essere la proposta futura da presentare sul mercato prima che altri produttori stranieri anticipino un progetto esclusivamente del settore ceramico italiano.

### 5. Cosa salvare dell'esistente e delle iniziative in corso ?

Gli aiuti nella ricerca e formazione.

### 6. Responsabilità e condizioni

## Responsabilità e condizioni

### 7. Quali condizioni e strumenti necessari per le proposte?

Una <governance> formata da tutti i soggetti responsabili allo sviluppo del territorio che possa seguire le varie evoluzioni, monitorare le varie istanze e proposte.