

Ceramica italiana

La salvezza viene dall'estero

di Emanuele Isonio

Il settore stoviglie è quasi azzerato dal dumping cinese. Ma l'arrivo di investitori internazionali ha invece salvato dal fallimento nomi storici delle piastrelle tricolore.

Con il mercato interno ancora congelato, l'export aiuta le aziende a credere nel futuro

È come se l'Italia della ceramica fosse tagliata in due da una nuova linea gotica. Al posto delle armate, stavolta a essere divisi sono imprenditori. Identico il settore, diversi i prodotti realizzati. A Nord primeggiano piastrelle e rivestimenti. Al Centro ceramiche sanitarie e stoviglie. E, mentre i primi sono riusciti tutto sommato a sopravvivere alla crisi, nel secondo caso le storie che raccontano gli addetti ai lavori fanno temere che il destino di uno dei settori storici della manifattura italiana sia segnato irrimediabilmente. Così come la vita di migliaia di lavoratori, che in alcuni casi sono sopraffatti dalla paura di rimanere senza stipendio. L'ultimo caso il 18 maggio scorso: Gennaro De Luca, 46 anni, padre di due figli, cassaintegrato da alcuni mesi, si è buttato da un ponte di Civita Castellana (Viterbo). L'azienda per cui lavorava – la Ceramica Galassia – avrebbe dovuto licenziare 53 dei suoi 150 dipendenti.

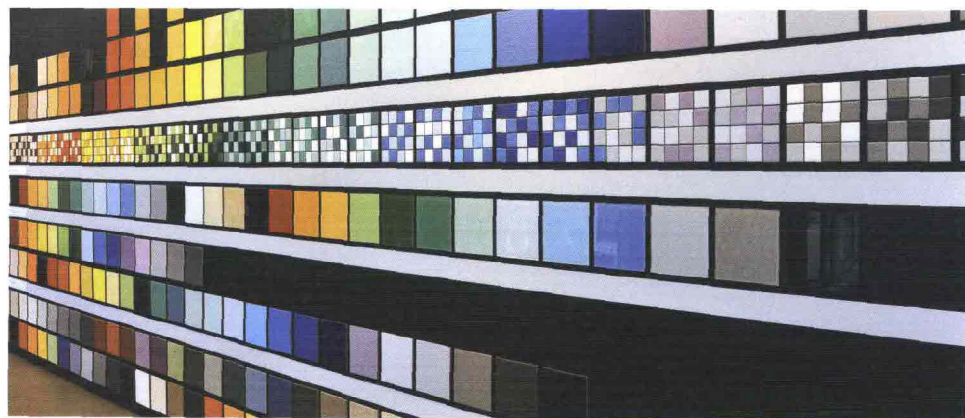
Viterbo senza futuro?


Nel distretto di Civita Castellana si concentra la produzione dell'Italia centrale, distribuita tra sette comuni del viterbese, a una quarantina di chilometri da Roma.

Settanta aziende, in media quaranta dipendenti ciascuna, che combattono da quindici anni con una crisi che appare senza fine. A essere colpito è principalmente il settore delle stoviglie. L'aggressione, sotto forma di *dumping*, ha, ancora una volta, gli occhi a mandorla. «Le importazioni a basso costo dalla Cina – ammette Valentino Vargas, segretario della Filctem Cgil di Viterbo – hanno annientato il settore. L'ultima azienda ha chiuso l'anno scorso. Avevamo cinquemila addetti. Oggi sono 2.800». I tagli hanno lasciato a casa soprattutto le donne, inadatte a essere ricollocate fra le imprese specializzate nella ceramica sanitaria. Ma, dal 2008, quest'ultimo settore sta cadendo sotto i colpi della crisi causata soprattutto dalla flessione della domanda interna. «Circa 40 delle 70 aziende del distretto hanno di fatto già chiuso. E chi rimarrà aperto, subirà pesanti piani di ridimensionamento».

I dati Filctem Cgil mostrano che gli ammortizzatori sociali riguardano 1.751 dipendenti: per 1.412 c'è la cassa integrazione, 274 sono in mobilità e 93 hanno stipulato contratti di solidarietà. Un nume-

ro, quest'ultimo, probabilmente inferiore a quello reale. Perché oltre ai contratti "ufficiali", molte aziende sopravvivono grazie alla buona volontà dei dipendenti. Che in alcuni casi accettano di ricevere gli stipendi con tre, quattro, addirittura sette mesi di ritardo. Fatale la stretta del credito da parte delle banche, che non si limita al blocco dei nuovi prestiti, ma si spinge fino a pratiche ben più odiose: «Alcuni istituti – denuncia Vargas – chiedono il rientro anticipato di crediti già concessi, tagliando qualsiasi speranza di futuro alle aziende». Un pericolo evidentemente reale, visto che, quando parliamo con un dipendente di un'impresa a rischio, ci chiede l'anonimo per lui e per la ditta: «Abbiamo rinunciato alla quattordicesima e lavoriamo gratis un giorno al mese. Ma, ti prego, non dire dove lavoro perché le banche potrebbero imporre il rientro del prestito». «L'impossibilità di accedere al credito – commenta Franco Manfredini, presidente di Confindustria Ceramica – è un problema cruciale perché impedisce la crescita dimensionale delle aziende, gli investimenti in innovazione e l'aumento dei volumi».





| | CERAMICA SANITARIA | | | PIASTRELLE | | | MATERIALI REFRATTARI | | | STOVIGLIE DI CERAMICA | | |
|---|--------------------|-------|---------|------------|--------|--------|----------------------|-------|--------|-----------------------|------|--------|
| | 2010 | 2011 | Var. % | 2010 | 2011 | Var. % | 2010 | 2011 | Var. % | 2010 | 2011 | Var. % |
| Aziende (numero) | 43 | 41 | - | 20 | 20 | - | 37 | 37 | - | 12 | 12 | - |
| Addetti (numero) | 4.378 | 4.196 | -4,16% | 23.352 | 22.189 | -4,98 | 2.216 | 2.229 | 0,59% | 986 | 993 | 0,71% |
| Produzione (migliaia di tonnellate) | 4,88 | 4,60 | -5,61% | 387,4* | 399,7* | 3,17 | 502,1 | 507,5 | 1,07% | 13,9 | 15,4 | 11,08% |
| Vendite totali (migliaia di tonnellate) | 4,69 | 4,48 | -4,47% | 412,8 | 413,1 | 0,09 | 501,5 | 525,0 | 4,70% | 13,9 | 15,4 | 11,12% |
| ... di cui Italia | 2,55 | 2,24 | -12,29% | 123,6 | 114,9 | -7,03 | 319,9 | 346,9 | 8,46% | 11,4 | 12,2 | 6,77% |
| ... di cui export | 2,14 | 2,24 | 4,84% | 289,2 | 298,3 | 3,13 | 181,6 | 178,1 | -1,91% | 2,5 | 3,2 | 31,19% |
| Fatturato totale (milioni di €) | 391,1 | 378,2 | -3,31% | 4.629 | 4.716 | 1,86 | 409,2 | 449,1 | 9,75% | 68,1 | 68,5 | 0,61% |
| ... di cui Italia | 181,3 | 159,7 | -11,92% | 1.216 | 1.146 | -5,75 | 256,4 | 290,0 | 13,12% | 53,1 | 52,8 | -0,52% |
| ... di cui export | 209,9 | 218,5 | 4,13% | 3.413 | 3.570 | 4,58 | 152,8 | 159,1 | 4,12% | 15,1 | 15,7 | 4,56% |

* milioni di mq

Per fortuna c'è l'export

Scene difficili da immaginare per chi non conosce il settore. Al cui confronto la situazione fotografata in Emilia Romagna appare quasi rosea. Lo storico distretto sviluppatosi lungo l'asse Sassuolo-Fiorano è ancora oggi uno dei poli produttivi mondiali per le piastrelle. Qui si concentra l'80% della produzione ceramica italiana che ha fatto segnare nel 2012 un fatturato complessivo di 5,6 miliardi di euro (4,7 in piastrelle, 380 milioni dai prodotti sanitari e 70 milioni dalla stoviglieria). Certamente il confronto con i livelli pre-crisi indica

una condizione comunque delicata (gli addetti passati da 25 mila a poco più di 22 mila, le produzioni di piastrelle diminuite da 500 milioni di metri quadri a circa 400). Ma sperare nella ripresa non è una chimera: «Ritornare ai dati 2007-2008 non è impossibile», commenta Manfredini. «Siamo in grado di intercettare una domanda estera che torna a crescere. E il nostro è ancora oggi uno dei primi tre settori merceologici per quantità di esportazioni. Finisce all'estero l'80% della nostra produzione». Se l'Europa, compresi gli Stati del Nord, è nel pieno della stagnazione, altrove le cose

vanno meglio. È il caso dei "nuovi ricchi", in Russia e Medio Oriente. Ma anche degli Usa, in cui il settore edilizio mostra segni di ripresa dopo la bolla immobiliare.

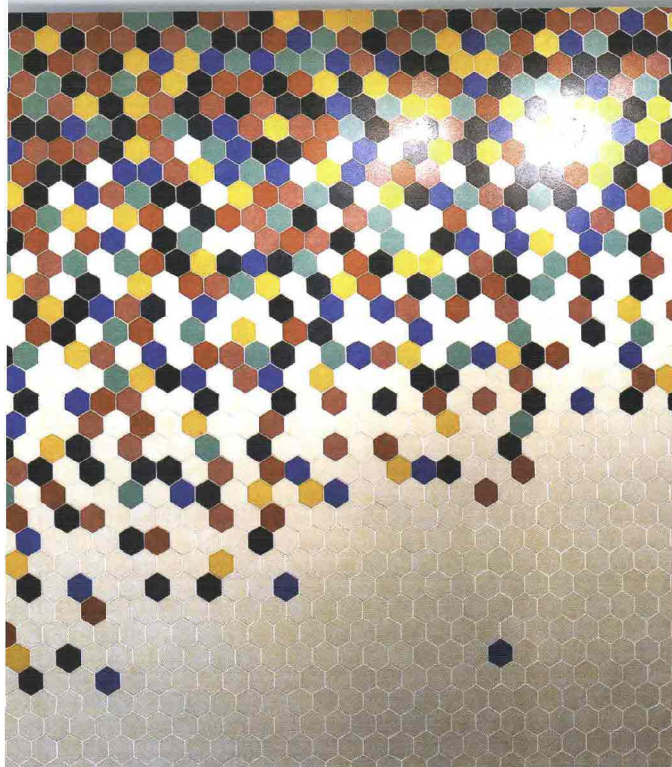
I dati peggiori si registrano sul fronte interno. Nel 2012 l'acuirsi della crisi del mercato edile ha determinato una riduzione del 17% delle vendite per l'industria ceramica. Comprensibile la preoccupazione per il possibile calo degli incentivi sulle ristrutturazioni edilizie, previsto, salvo proroghe, a fine giugno. «Hanno dimostrato di funzionare bene, facendo emergere il nero e stimolando un ammodernamento

A TUTELA DELLE STOVIGLIE EUROPEE ARRIVANO I DAZI ANTICINESI

Dopo le piastrelle l'Unione europea ha deciso di usare lo strumento dei dazi anche per tutelare le aziende ceramiche specializzate in stoviglieria. Il 15 maggio scorso è entrato in vigore il regolamento comunitario che istituisce dazi definitivi nei confronti delle importazioni di porcellana e ceramica da tavola proveniente dalla Cina. L'aliquota del dazio, in vigore per i prossimi cinque anni, varia dal 13,1% al 23,4% per le imprese cinesi che hanno collaborato all'indagine e del 36,1% per tutte le altre aziende. Il procedimento arriva a conclusione dopo un iter di 15 mesi. Tutto era iniziato con la denuncia presentata dai produttori italiani, tedeschi e belgi (circa il 50% dell'industria comunitaria). La Commissione ha dovuto quindi avviare una verifica dell'esistenza di livelli di dumping nelle importazioni

cinesi, secondo quanto richiesto dalle regole del WTO. Rilevante il danno arrecato all'industria comunitaria del settore: negli ultimi cinque anni si sono persi 10 mila posti di lavoro e la quota di mercato dei prodotti cinesi è cresciuta, all'interno della Ue, dal 22 al 65%. La decisione fa seguito a quella, analoga, presa l'anno scorso per tutelare il settore delle piastrelle. L'introduzione dei dazi, in quel caso, ha prodotto subito i risultati sperati: «In dodici mesi l'import dalla Cina è calato del 50%», rivela il presidente di Confindustria Ceramica, Franco Manfredini. «L'uso dei dazi è sacrosanto. Le imprese cinesi, infatti, possono permettersi di abbattere i costi di produzione perché non hanno spese ambientali o diritti sindacali da rispettare. È giusto ristabilire le regole, anche perché solo così si possono tutelare i diritti di imprese, territorio e lavoratori».

Em.Is.



www.ecostampa.it

del nostro patrimonio edilizio. Non si capisce perché non lo si renda strutturale, così da permettere alle aziende di poter pianificare strategie e assunzioni su più anni» commenta Manfredini.

Una indubbia mano è venuta dai dazi europei (in vigore da un anno nel settore piastrelle e ora estesi alle stoviglie, vedi **BOX**) che hanno limitato i danni della concorrenza cinese.

Capitali stranieri sulla via Emilia

Ma la sfida più stimolante, per garantire il futuro del settore, è l'arrivo di capitali esteri. Gruppi storici sono già passati di mano. Come le Industrie Fincuoghi, acquisite a novembre 2011 dalla turca Kale, leader in patria con il 25% di quote di mercato, terzo produttore ceramico europeo, una donna alla guida, come amministratrice delegata (Zeynep Bodur Okyay). O, a dicembre scorso, la Marazzi, seimila dipendenti, ceduta dall'omonima famiglia alla multinazionale statunitense Mohawk per 1,17 miliardi di euro.

«Indubbiamente l'ingresso di investitori esteri impone una sfida al nostro tessuto produttivo», osserva Giordano Giovannini, segretario emiliano della Filctem Cgil. «E, infatti, qualcuno ha cercato di bloccarli. Ma il loro arrivo, che pure va seguito con attenzione, ha dato una scossa al distretto e induce le altre imprese a competere di più e meglio». A dare fiducia è la stima che, nel mondo, hanno i prodotti made in Italy: «I turchi di Kale – spiega Giovannini – hanno capito perfettamente che per guadagnare fette di mercato nella fascia alta, bisogna stare in Italia. È un problema ineludibile di immagine». Non a caso quindi, appena arrivata, la nuova dirigenza turca ha acquistato nuovi macchinari per il sito di Borgotaro della Fincuoghi, che navigava da tempo in cattive acque: «Per il futuro – spiega l'Ad di Kale Italia, Burak Orhun – puntiamo sull'innovazione tecnologica, come la decorazione digitale, per rafforzare le peculiarità che rendono i marchi Edilcuoghi e Edilgres punti di riferimento storici nel settore». ■

Materiali autopulenti, gres antibatterico, lastre supersottili. L'industria ceramica tricolore affronta la crisi puntando sull'innovazione: l'Italia è al terzo posto per numero di brevetti presentati in Europa, dopo Germania e Francia

Parlare con gli imprenditori dello storico distretto della ceramica nato tra Modena, Sassuolo e Reggio apre un mondo. Non solo per il piacevole mix di etica del lavoro e pragmatismo emiliano. Ma perché permette di scoprire una realtà nota probabilmente solo tra gli addetti ai lavori: si scopre, ad esempio, che il distretto è uno dei settori industriali italiani che ha più puntato sull'innovazione. A testimoniare il numero di domande presentate all'Ufficio europeo dei brevetti (77 su 1845, un terzo solo in Emilia-Romagna) che colloca le aziende ceramiche italiane al terzo posto dopo Germania e Francia. Un tentativo strenuo di strappare il settore a una crisi irreversibile e alla concorrenza internazionale a basso costo.

L'ambiente ringrazia

Per ora gli effetti più interessanti sono sul fronte ambientale: la filiera ha investito in operazioni di riconversione *green* 450 milioni di euro (il 10% del fatturato annuo complessivo). Il risultato – rivela l'ultimo rapporto GreenItaly pubblicato dalla

Nonostante una produzione che risulta doppia rispetto al 1980, i consumi energetici del settore sono dimezzati

| economia solidale |



Fondazione **Symbola** e da Unioncamere – è una riduzione dal 1998 al 2009 del 65% delle emissioni di piombo, fluoro e polveri. Sul fronte energetico, nonostante una produzione doppia rispetto al 1980, i consumi energetici si sono dimezzati. E, a differenza di altri settori industriali, quello della ceramica è in grado di riassorbire la maggior parte dei rifiuti di produzione: per ogni chilo di materie prime minerali usato, il 12% deriva da scarti solidi. Le eccellenze, in tal senso, non mancano. Come la Cooperativa Ceramica d'Imola (data di nascita: 1874, la più antica cooperativa di produzione e lavoro d'Italia), che ha lanciato sul mercato un gres porcellanato che riutilizza il 100% di scarti crudi, il 100% delle acque di processo e recupera interamente i residui di depurazione. Solo un esempio di un elenco potenzialmente sconfinato.

Innovare è indispensabile

«Un'azienda che vuole stare sul mercato è obbligata a fare innovazione, soprattutto in un settore di concorrenza perfetta come il nostro. Questa è la realtà con cui dobbiamo confrontarci ogni giorno, quando le cose vanno male, ma soprattutto quando vanno bene, per evitare di farci trovare impreparati». L'analisi è di Mauro Manfredini, direttore commerciale della Casalgrande Padana, azienda tra le più grandi (1.200 dipendenti), sul mercato dal 1960, che ha deciso di investire sulla responsabilità sociale (turn over interno molto basso, relazioni sindacali ottime) e sui nuovi prodotti. Dai suoi stabilimenti, dopo

Più che gli incentivi per l'innovazione, servono iniziative per tagliare le tasse sul lavoro e il costo dell'energia e dei servizi

due anni di ricerca, è uscito un tipo di piastrelle autopulenti che, grazie a un processo nano tecnologico, abbattano del 99,9% i quattro principali ceppi batterici. Un tipo di rivestimento che, applicato sulle facciate degli edifici, ha la stessa capacità di purificare l'aria di un

bosco delle dimensioni di un campo di calcio e di eliminare la quantità di ossidi di azoto emessa da undici automobili ogni giorno. Una strategia aziendale che fa considerare con scetticismo l'utilità di incentivi per l'innovazione: «Per stimolare la competitività di un'impresa, è molto meglio aiutarla a ridurre i costi, tagliando l'incidenza delle tasse sul lavoro e il prezzo dell'energia e dei servizi. In questo modo premiamo davvero le imprese serie e facciamo uscire dal mercato chi pensa di vivere con gli aiuti pubblici». ■

IL MARCHIO CHE DIFENDE IL VERO MADE IN ITALY



Ceramics of Italy

Il nome in inglese, **Ceramics of Italy**, rivela l'obiettivo dell'iniziativa: promuovere l'immagine e i contenuti dell'industria ceramica italiana sui mercati esteri. Esigenza quanto mai attuale vista l'incidenza delle esportazioni sul totale delle vendite del settore ceramico italiano.

La sua storia parte da lontano: come marchio commerciale nasce negli anni '70 e dal 2008 viene esteso alle stoviglie e alle ceramiche sanitarie. L'aspetto più rilevante di questo marchio, registrato da Edi.Cer. (l'organizzatore di Cersaie, il Salone internazionale della ceramica organizzato ogni autunno a Bologna) e promosso da Confindustria Ceramica, è nel criterio di concessione del suo uso: «Ceramics of Italy – spiega Franco Manfredini, presidente di Confindustria Ceramica – contrassegna quei materiali caratterizzati da un elevato design, frutto di moderne tecnologie, che realizzano prodotti nel massimo rispetto dell'ambiente, con una grande attenzione alla sicurezza sul posto di lavoro». In pratica i prodotti che possono fregiarsi del marchio non devono solo essere disegnati e progettati in Italia, ma anche interamente realizzati da aziende tricolore, rispettando però gli standard ambientali e di responsabilità sociale. A verificare i requisiti previsti dal protocollo, un organismo indipendente: Certiquality. Il vantaggio, per le aziende che possono usarlo (sono 53 finora e l'elenco completo è su www.laceramicaitaliana.it), è presto detto: «Possono andare sul mercato internazionale con un marchio stimato e riconosciuto. A livello internazionale tutto questo ha un valore molto significativo».