



**IRIS  
CERAMICA  
GROUP**

**60**

SIXTY YEARS  
OF SURFACES AND  
ENVIRONMENT



**IRIS  
CERAMICA  
GROUP**

**RASSEGNA STAMPA**

**01 - 07 Luglio 2022**

# INDICE

|         |      |    |
|---------|------|----|
| Offline | pag. | 3  |
| Online  | pag. | 13 |



IRIS  
CERAMICA  
GROUP

60  
SIXTY YEARS  
OF SURFACES AND  
ENVIRONMENT

# Offline



IRIS  
CERAMICA  
GROUP

60

SIXTY YEARS  
OF SURFACES AND  
ENVIRONMENT

# FRANCIA

## Reference Carrelage

### Luglio 2022

Actualités

EN BREF

#### Le groupe Iris Ceramica obtient la certification Cradle to Cradle

Le groupe Iris Ceramica annonce avoir obtenu la certification « Cradle to Cradle » niveau Argent. Délivrée par l'organisation à but non lucratif Cradle



to Cradle institut, cette certification s'appuie sur cinq piliers : matériaux sains, gestion de l'eau, énergies renouvelables, réutilisation des matériaux et équité sociale. Elle promeut la production de matériaux et de produits innovants qui œuvrent en faveur de l'économie circulaire et couvre également les aspects liés au respect des droits de l'homme dans l'entreprise ainsi que dans la chaîne d'approvisionnement. « *Cradle to Cradle Certified est la norme scientifique la plus avancée au monde pour la conception et la production de produits sûrs, circulaires et responsables, qui permettent un avenir sain, équitable et durable, détaille le groupe Iris Ceramica. Cette reconnaissance prestigieuse que nous venons d'obtenir concerne nos grands formats en céramique fabriqués en Italie. Elle confirme une fois encore que l'innovation occupe une place prépondérante et a toujours marqué l'histoire du groupe Iris Ceramica. C'est une étape de plus dans notre cheminement continu vers un avenir de plus en plus durable.* »

ITALIA

Forbes

Luglio 2022

MALDINI, L'ANIMA DEL DIAVOLO

PEDAGGIO ANTISPRECO DEL MINISTRO

SMALL GIANTS  
TRIESTE  
CROCEVIA DELLE  
ECCELLENZE

SPECIALE HEALTHCARE

DOVE PORTA IL RISIKO DELLE CRIPTO

LUGLIO, 2022

# Forbes

ITALIA 4,90 euro - CH CT 11,30 Chf. - Côte d'Azur 9,00 euro - Anno 6 - N° 57 - Luglio, 2022 - Periodicità: mensile - Prima Impresione: 6/7/2022  
Mensile - Poste Italiane Spa - Spedizioni in abbonamento postale D. L. 355/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) Art. 1 comma 1 LO/MI

COVER STORY

## DONNE AL COMANDO

100 ITALIANE DI SUCCESSO

FEDERICA MINOZZI  
CEO DI IRIS CERAMICA GROUP

FOTO DI ROBERTA BRUNO

Classifiche  
Le 10 più ricche  
del mondo

ISSN 2532958-8 20057

0772532958005

ITALIA

Forbes

Luglio 2022

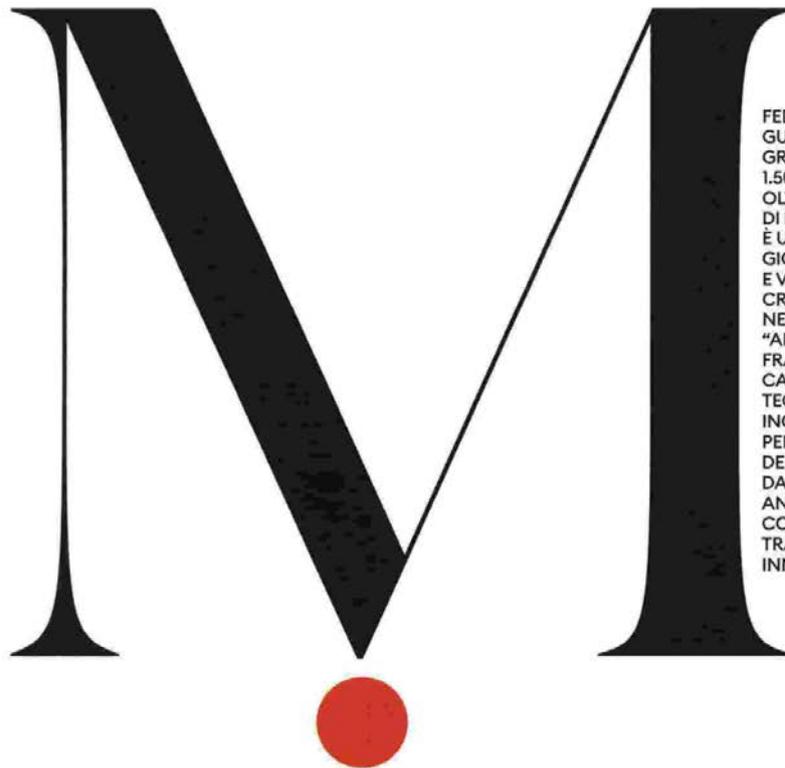
DONNE AL COMANDO

THE PROFILE

32

THE PROFILE

**M**



FEDERICA MINOZZI  
GUIDA **IRIS CERAMICA**  
GROUP, REALTÀ CON  
1.500 DIPENDENTI E  
OLTRE 500 MILIONI  
DI FATTURATO.  
È UNA DONNA  
GIOVANE, BRILLANTE  
E VISIONARIA.  
CREDE MOLTO  
NELLA CERAMICA  
"APPARENTEMENTE  
FRAGILE MA CON  
CARATTERISTICHE  
TECNICHE  
INCREDIBILI". SI BATTE  
PER LA SALVAGUARDIA  
DELL'AMBIENTE E,  
DA PERFETTA  
ANGLOFILA, AMA  
CONIUGARE  
TRADIZIONE E  
INNOVAZIONE

**FEDERICA MINOZZI**  
**LA REGINA**  
**DELLA CERAMICA**

DI ALESSANDRO ROSSI

FOTO DI ROBERTA BRUNO

ITALIA

Forbes

Luglio 2022



33 | MINOZZI

**“Piastrille? Macché piastrelle. Semmai parliamo di ceramica visto che lavoriamo soprattutto su grandi superfici. E dirò di più. L'immagine che ho coniato per questo materiale è quella di una farfalla leggiadra con un'anima di titanio”.**

Ha le idee chiare Federica Minozzi, ceo di [Iris Ceramica Group](#). Francamente l'immagine della “farfalla leggiadra con un'anima di titanio” sarà stata coniato per la ceramica ma va molto bene anche per lei. Federica è una donna giovane, solare e carismatica che sa ridere ma soprattutto sa fare il suo mestiere di leader di un'azienda con 1.500 dipendenti e oltre 500 milioni di fatturato. È un'anglofila appassionata con un'ammirazione sconfitta per la Regina Elisabetta. Federica però non si sente regina, a giudicare dal suo metodo e dal suo approccio al lavoro e al rapporto con gli altri, si ispira di più alla tavola rotonda di Re Artù: *primus inter pares*. Lo scettro (di [Iris Ceramica Group](#)), visto che comunque si parla di regalità, glielo ha consegnato suo padre, Romano Minozzi che ha 87 anni, - che secondo *Forbes* ha un patrimonio di 1,5 miliardi di dollari - ma che è sempre presente con i suoi consigli e la sua esperienza. Federica è un'ottimista (come deve essere ogni imprenditore), una visionaria come scopriremo in seguito, e così come i Grandi Monarchi del passato erano Difensori della Fede, lei, contemporanea, appartiene alla categoria dei Difensori dell'Ambiente per quanto crede e quanto lavora per la sostenibilità. Lo dice subito dando la sua definizione proprio alla ceramica: “È un materiale multifunzionale che allo stesso tempo dà un senso di leggerezza importante. È la materia prima ideale per realizzare soluzioni inedite che migliorino l'interazione tra uomo e ambiente”. Ecco la storia e gli obiettivi di Federica Minozzi, raccontata da lei, rispondendo alle domande di *Forbes*.

#### **Cominciamo dal principio. C'era una volta...**

C'era una volta la mia famiglia e c'è ancora. Mio padre Romano Minozzi, 87 anni, ha fondato l'azienda nel 1961 ed è presidente. La ceramica è sempre stata parte della mia vita, ricordo che con le mie cugine da piccole giocavamo alla compravendita dei campioni di maioliche. Volevo fare la criminologa o la scrittrice ma non avevo il coraggio di dirlo a mio padre, e ho pensato: “Va bene, proviamo”. Poi mi sono innamorata della ceramica e appassionata alla possibilità di creare miei progetti e realizzarli.

#### **Donna, carismatica, figlia del proprietario. Tutto facile fin dall'inizio?**

Al contrario. All'inizio è stato impegnativo, in un settore prettamente maschile. Ero molto giovane e figlia del proprietario. C'erano giudizi e pregiudizi nei miei confronti e ho dovuto dimostrare da subito di avere più capacità degli altri. In azienda ho iniziato lavorando in fabbrica. Ho dovuto fare un percorso di crescita non solo professionale ma anche personale per arrivare dove sono.

#### **Poi avrà salito qualche gradino.**

Sì, è stata una lezione di vita. Lavorare con un padre che è un imprenditore molto riconosciuto e di grande successo non è facile. Sono una perfezionista e pretendo molto da me stessa. Questo mi ha sempre spinto a lavorare con determinazione per raggiungere gli obiettivi che mi davano. Mio padre è una persona estremamente esigente mi ha sempre detto che, essendo sua figlia, avrei dovuto dimostrare di lavorare di più, di valere di più di qualsiasi altro manager. Lo ha fatto: mi ha sempre giudicata in modo severo e pretendendo da me di più che da altri.

#### **Sulla base della sua esperienza preferisce lavorare con gli uomini o con le donne?**

Credo che il miglior ambiente di lavoro sia quello in cui c'è un equilibrio tra presenze femminili e maschili. Ogni persona è diversa e quindi generalizzare è sbagliato, ma noto che le donne tendono a essere più analitiche, più sensibili e attente ai dettagli e sono propense all'ascolto. Gli uomini invece sono meno timorosi nel decidere e vanno alla sintesi. I diversi approcci e le diverse visioni mi aiutano a valutare in modo più completo le decisioni che prendo.

#### **Come dovrebbe impostare un manager il rapporto con i collaboratori?**

Bisogna essere autentici e coerenti nel guidare secondo i propri valori. È cruciale riuscire a creare engagement sulla visione per generare l'entusiasmo e

ITALIA

Forbes

Luglio 2022



35  
|  
MINOZZI

Federica è figlia di Romano Minozzi, che ha fondato Iris Ceramica nel 1961. Solare e carismatica, ha una ammirazione sconfinata per la Regina Elisabetta.

la passione necessari affinché ogni collaboratore si senta parte del progetto e imprenditore nella propria area di competenza.

**Come si fa, così giovani, a guidare un'azienda da 500 milioni di fatturato?**

Ci vogliono costanza, determinazione, passione e tanta curiosità per cercare sempre nuovi spunti e nuove idee da portare in azienda e da realizzare. Poi è necessario avere grande sensibilità per percepire i cambiamenti e anticiparli, per essere sempre almeno un passo avanti.

**Sempre a caccia di nuove idee. Qual è il suo segreto?**

Le migliori ispirazioni mi sono venute studiando realtà di successo fuori dal nostro settore di riferimento, da mondi anche molto diversi, come Lego e M&M's. Per esempio, uno dei nostri progetti è nato prendendo spunto da M&M's che stampava le foto sulle caramelle. Mi sono detta: il mondo consumer vuole un prodotto personalizzato. E così abbiamo messo a punto una tecnologia all'avanguardia e innovativa: Design Your Slabs, che ci permette di creare design customizzati e unici sulle nostre lastre.

**C'è un consiglio che avrebbe voluto seguire e che invece non ha seguito?**

Vorrei aver iniziato la mia carriera in un'azienda diversa, magari anche all'estero. Credo mi avrebbe consentito di acquisire più rapidamente la consapevolezza delle mie capacità e dei miei limiti e mi avrebbe permesso di portare punti di vista esterni in azienda. Ma è andata bene lo stesso.

**Già. Infatti oggi...**

Oggi abbiamo tre hub industriali: uno in Italia, uno negli Stati Uniti e uno in Germania. Abbiamo poi diversi rami commerciali, una famiglia di 1.500 dipendenti e un fatturato consolidato di 500 milioni di euro.

**E quanti brand?**

Abbiamo otto marchi principali. Uno, Seventyonepercent, è nato l'anno scorso ed è una linea di arredo bagno di lusso realizzata in parte in ceramica in collaborazione con Paolo Castelli. In questi giorni stiamo lanciando anche il brand Bottega d'Arte che vuole rappresentare una rinascita dell'arte ceramica tradizionale. Vogliamo infatti rivalorizzare la grande storia dell'artigianalità e dell'*handmade*.

**Quale è quello a cui è più legata sentimentalmente e quello che invece ha più potenzialità?**

Alla prima parte della domanda rispondo con Fabbrica Marmi e Graniti, un brand che è stato un grande successo. È stato concepito da me nel 1998 e tutta la filosofia, di quel ramo d'azienda, errori compresi, è nata con me. Nel 2007 fatturava 93 milioni di euro. Tra i nostri brand Fiandre è quello con più potenziale in ambito architettura avendo da sempre operato ad altissimi livelli: offriamo materiali e servizio di elevata qualità. Siamo sempre di più nel mondo del lusso perché vogliamo ridare alla ceramica la nobiltà che merita.

**Un tempo la ceramica era simbolo del lusso, poi è diventato un prodotto di massa, e ora prova a ritornare in alto. Cosa sta cambiando?**

Stanno cambiando gli stili di vita. Oggi lusso significa prima di tutto vivere bene. E la ceramica aiuta a creare un ambiente dove si vive bene. In Inghilterra la ceramica, intesa come la porcellana di pregio, riporta *by Appointment to Her Majesty the Queen* a dimostrazione che poterla produrre è un privilegio. Ma deve essere di grande qualità. La ceramica ha accompagnato l'uomo sin dall'antichità, dalla scoperta del fuoco. Il concetto di piastrella, frutto dell'industrializzazione, è divenuto purtroppo, nel corso degli anni, un termine di basso profilo. La nostra idea è creare un perfetto amalgama tra arte, storia, cultura e qualità.

**Il mercato del lusso apre un'infinità di nuove frontiere.**

A livello geografico siamo già presenti in 170 Paesi del mondo. Ma l'obiettivo è entrare in canali distributivi diversi creando soluzioni personalizzate ed esclusive con i nostri materiali. Abbiamo lanciato una collezione in collaborazione con il designer Guillermo Mariotto che unisce il know how tecnologico e la nobiltà della ceramica all'estro creativo del designer. L'idea è di entrare nel mondo fashion e in quello dell'arredo perché sappiamo che c'è grande richiesta di materiale di pregio. Il nostro obiettivo è portare benessere e bellezza negli ambienti.

**Siete partiti dalla terracotta e avete costruito tanta innovazione. Chi ha immaginato questo percorso?**

Una delle cose che mi ha fatto innamorare della ceramica è il suo essere un ossimoro: è apparentemente fragile ma ha caratteristiche tecniche incredibili. Mio papà ha fondato l'azienda sul pionierismo imprenditoriale e io ho ereditato per osmosi la cultura di cercare sempre nuove sfide. L'Inghilterra è l'amalgama perfetto tra spinta estrema verso il nuovo

e conservazione della tradizione. Noi a nostro modo siamo simili perché siamo orgogliosi del nostro heritage ma al tempo stesso investiamo costantemente sull'innovazione.

**Con il territorio che rapporto avete?**

Abbiamo sempre investito molto sul nostro territorio. Penso soprattutto alla sanità, acquistando attrezzature all'avanguardia per gli ospedali, alla parte artistica e culturale e alla parte sociale. Durante il Covid, abbiamo aiutato famiglie senza mezzi a disposizione per la didattica a distanza. Supportare i giovani nello studio e nelle passioni per noi significa contribuire a un futuro migliore.

**Nella vostra storia c'è sempre stata molta attenzione alla sostenibilità. Adesso è di gran moda.**

È vero, adesso è di gran moda ma noi siamo arrivati molto prima. Siamo nati con la sostenibilità. Mio padre negli anni '60 appendeva cartelli che riportavano l'equazione Economia = Ecologia. Non si può pensare a un'economia che resista nel tempo se non si ha cura dell'ambiente circostante. Nel 1972 è stato realizzato un evento a Bologna chiamato Pollution, per una nuova estetica dell'inquinamento che voleva sensibilizzare le persone sulla tutela dell'ambiente. Nel 2009 abbiamo realizzato Active Surfaces, ceramica ecoattiva che riduce l'inquinamento. Nel 2018 abbiamo anche annullato le emissioni di composti organici volatili.

**E ora c'è la scommessa sull'idrogeno di Iris Ceramica Group.**

L'idrogeno è l'unico vero carburante green, se prodotto con energia green. Stiamo realizzando la prima fabbrica a idrogeno verde, che è il carburante delle stelle, e su questo stiamo costruendo uno storytelling. Il nostro progetto prevede un'installazione di pannelli fotovoltaici sul tetto della nuova fabbrica che sarà a Castellano, i quali andranno ad alimentare l'elettrolizzatore che a sua volta alimenterà in particolar modo il forno ceramico, che è l'impianto che consuma più carburante, oggi gas metano.

**Insomma avete aperto una nuova strada.**

Ci auguriamo che questa iniziativa possa portare i competitor a percorrere la stessa strada creando domanda di idrogeno, perché autoprodurlo è davvero complesso soprattutto per le piccole aziende. Vogliamo segnare la strada verso una direzione nuova.

**...Rimanendo attaccati alle tradizioni, come gli inglesi.**

Ah, quello sempre. 🇬🇧

ITALIA

Forbes

Luglio 2022



37 | MINOZZI

# ITALIA

## Tile Italia

### Luglio 2022

NEWS

#### IRIS CERAMICA GROUP OTTIENE LA CERTIFICAZIONE CRADLE TO CRADLE

I materiali ceramici di **Iris Ceramica** Group hanno ottenuto la certificazione **Cradle to Cradle Certified® Silver** rilasciata da "The Cradle to Cradle Products Innovation Institute", l'istituto che promuove la realizzazione di materiali e prodotti innovativi che si adoperano per l'economia circolare. Cradle to Cradle Certified® è lo standard globale più avanzato, basato su dati scientifici, per la progettazione e la realizzazione oggi di **prodotti sicuri, circolari e responsabili** per un futuro sano, equo e sostenibile. La certifica-

zione coinvolge non solo gli aspetti legati al ciclo di vita del prodotto, ma anche al rispetto dei diritti umani da parte dell'azienda e della catena di fornitura. Anche per questo motivo, viene considerata una delle etichette ambientali più articolate ed interessanti. La nuova certificazione ottenuta da Iris Ceramica Group rappresenta una ulteriore conferma dell'innovazione che da sempre contraddistingue l'azienda e un'altra pietra miliare nel suo percorso verso un futuro sempre più sostenibile.



# Online



IRIS  
CERAMICA  
GROUP

60

SIXTY YEARS  
OF SURFACES AND  
ENVIRONMENT

ITALIA

archdaily.com

04 Luglio 2022



# ITALIA

## archdaily.com

### 04 Luglio 2022

Please check your email ([mpacchioni@iris-group.it](mailto:mpacchioni@iris-group.it)) to activate your account. [Learn more](#) [Resend the confirmation email](#)

In the spirit of work by great architects of the past, from Palladio and John Soane to Le Corbusier and Cedric Price, The Architecture Drawing Prize is a platform for reflecting on and exploring how drawing continues to advance the art of architecture today. It embraces the creative use of digital tools and digitally-produced renderings while recognizing the enduring importance of hand drawing.



# ITALIA

## archdaily.com

### 04 Luglio 2022

Submissions across the three categories will be evaluated based on their technical skill, originality of approach and ability to convey an architectural idea. Drawings can be entirely speculative or relate to real projects.

This year's judges are Director of Sir John Soane's Museum, Bruce Boucher; artist Pablo Bronstein; Founder of Lily Jencks Studio, Lily Jencks; artists Ben Langlands & Nikki Bell; Iris Ceramica Group CEO, Federica Minozzi; Senior Partner at Foster + Partners, Narinder Sagoo and Founder of Make Architects, Ken Shuttleworth.

The Overall 2022 Winner will be announced at the preview of The Architecture Drawing Prize exhibition at Sir John Soane's Museum, which will run from February 8 to May 7, 2023, and feature a selection of winning and shortlisted entries. WAF will fund the Overall Winner to attend this preview event London.

ITALIA

archdaily.com

04 Luglio 2022



Standard submission entry for the prize is £99 with a reduced rate of £49 for all entries by students and under-30s. There is also a multiple entry discount offered when submitting three or more

---

ITALIA

archdaily.com

04 Luglio 2022

<https://worldarchitecturefestival.com/live/en/page/drawing-prize> or on Instagram  
@architecturedrawingprize

**Title**

The Architecture Drawing Prize 2022 are now Open for Submissions

**Type**

Call for Submissions

**Website**

<https://www.worldarchitecturefestival.com/live/en/page/drawing-prize>

**Organizers**

World Architecture Festival

**Registration Deadline**

September 09, 2022 11:59 PM

**Submission Deadline**

September 09, 2022 11:59 PM

**Price**

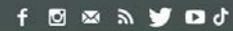
£ 99.00 + VAT (23%) - Students & Under 30's £49 + VAT (23%)

ITALIA

artribune.com

04 Luglio 2022

HOME ABBONAMENTI PUBBLICITÀ CONTATTI CALENDARIO INAUGURAZIONI MAGAZINE TELEVISION PODCAST UNIVERSITY TRAVEL CHI SIAMO



# Artribune

ARTI VISIVE PROGETTO PROFESSIONI ARTI PERFORMATIVE EDITORIA TURISMO DAL MONDO ARTE INTORNO JOBS



Home > progetto > design > Premio Iris. Parte prima edizione del premio dedicato alla ceramica per professionisti...

progetto design

## Premio **Iris**. Parte prima edizione del premio dedicato alla ceramica per professionisti e studenti

By **Giulia Ronchi** - 4 Luglio 2022



IL PREMIO È DIVISO IN DUE SEZIONI, RIVOLTE SIA A STUDENTI CHE AD ARTISTI E DESIGNER OVER 25: IN ENTRAMBI I CASI BISOGNERÀ PRESENTARE UN'OPERA O UN PROTOTIPO PENSATI APPOSITAMENTE PER IL CONCORSO. C'È TEMPO FINO AL 30 SETTEMBRE 2022 PER ISCRIVERSI

# ITALIA

## artribune.com

### 04 Luglio 2022



Iris Ceramica Group showroom Milano

Nasce con l'intento di sostenere giovani talenti e professionisti affermati e per dare risalto a progetti meritevoli ed elaborazioni inedite in ceramica: il **Premio Iris Ceramica Group** è la prima edizione del premio internazionale d'arte voluto dall'omonima fondazione (che nasce a sua volta dall'azienda leader nei prodotti ceramici di alta qualità destinati a progetti di architettura residenziale, commerciale ed industriale) per offrire l'opportunità a professionisti e nuove generazioni di affermarsi nelle discipline dell'arte e del design, promuovendone idee, proposte e visioni. Anche per questo motivo, il Premio è stato pensato su due differenti livelli: under e over 25. Il primo è dedicato agli studenti iscritti al circuito AFAM, per mettere in luce e incentivare l'alto valore della formazione artistica; il secondo invece, è rivolto ad artisti e designer che presentano un'opera o un prototipo – pensati ad hoc per l'occasione – utilizzando la ceramica.

#### **PREMIO IRIS CERAMICA GROUP: COME FUNZIONA**

*“Da sempre cultura, innovazione e sostenibilità sono i valori fondanti di Iris Ceramica Group che si esprimono anche attraverso l'attività della Fondazione”,* spiegano gli organizzatori, *“l'obiettivo è il sostegno di nuove forme di ricerca creativa e culturale per costruire un futuro in cui la conoscenza e l'eco-innovazione siano le sentinelle del progresso. Il Gruppo promuove una nuova poetica della ceramica attraverso progetti culturali e artistici che riflettono il suo spirito eco-innovatore e che contribuiscono alla ripartenza economica del Paese”*. I lavori proposti dai candidati verranno esaminati da una Giuria composta da sei autorevoli membri: Pietro Cantore (gallerista), Giovanna Cassese (storica dell'arte e presidente ISIA Faenza), Tommaso Corvi Mora (gallerista e ceramista), Antonia Iannone (gallerista), Judith S. Schwartz (professore emerito alla New York University) e la Dottorssa Federica Minozzi, CEO di Iris Ceramica Group, grande appassionata di arte contemporanea e promotrice dell'iniziativa. A vincere, saranno i progetti che meglio rispecchieranno i parametri di originalità, sostenibilità e innovazione tecnica, estetica o concettuale; saranno esposti nel Flagship Store di Milano e all'interno degli Stores internazionali del Gruppo, nella volontà di ampliare l'attività istituzionale della fondazione e avvicinare un pubblico più ampio al mondo della ceramica. La partecipazione è gratuita e si svolge interamente online seguendo le indicazioni riportate [in questo form](#). Per iscriversi, c'è tempo fino al **30 settembre 2022**.

ITALIA

area-arch.it

06 Luglio 2022

Arketipo Ambiente cucina Casastile Come ristrutturare la casa Serramenti design e componenti Hotel Domani



area

progetti protagonisti itinerary concorsi libri eventi & mostre corsi

area interior



Home > Eventi & Mostre > Premio Internazionale d'Arte dedicato alla produzione ceramica

Eventi & Mostre

## Premio Internazionale d'Arte dedicato alla produzione ceramica

By Chiara Scalco - 6 Luglio 2022

**Iris Ceramica Group** è lieta di annunciare la prima edizione del **Premio Internazionale d'Arte dedicato alla produzione ceramica**, promosso dalla Fondazione per dare risalto a progetti meritevoli ed elaborazioni inedite in ceramica. Il Premio sostiene il lavoro dei professionisti del settore e offre la possibilità alle nuove generazioni di creativi di affermarsi nelle discipline dell'arte e del design, promuovendo le loro idee, proposte e visioni.

# ITALIA

## area-arch.it

### 06 Luglio 2022

Da sempre cultura, innovazione e sostenibilità sono i valori fondanti di **Iris Ceramica** Group che si esprimono anche attraverso l'attività della Fondazione: l'obiettivo è il sostegno di nuove forme di ricerca creativa e culturale per costruire un futuro in cui la conoscenza e l'eco-innovazione siano le sentinelle del progresso. Il Gruppo promuove una nuova poetica della ceramica attraverso progetti culturali e artistici che riflettono il suo spirito eco-innovatore e che contribuiscono alla ripartenza economica del Paese.

Il Premio Internazionale d'Arte nasce dalla volontà di Fondazione di ampliare l'attività istituzionale, promuovendo progetti di rilevanza artistica e culturale sia a livello nazionale sia internazionale, ponendo al centro la cultura e la conoscenza come capisaldi di una società sempre più inclusiva ed equa. Questa prima edizione ha l'obiettivo di riconoscere il contributo che l'arte contemporanea e il design apportano alla ricerca, valorizzando i talenti italiani e stranieri, nell'ottica di uno sviluppo sostenibile che preserva anche il "saper fare ceramico".

Il Premio si divide in due sezioni: under e over 25.

La sezione **under 25**, destinata agli studenti iscritti al circuito AFAM, mette in luce l'alto valore della formazione artistica e sottolinea l'attenzione verso la cultura, la ricerca e la sperimentazione che da sempre contraddistingue **Iris Ceramica** Group. Un modo concreto per fare emergere le differenti realtà italiane che si dedicano alla formazione dei giovani talenti. La sezione **over 25** è invece destinata agli artisti e designer che scelgono la ceramica per realizzare un'opera o un prototipo. Si tratta di un vero e proprio investimento nella progettazione e nella ricerca artistica che permetterà ai partecipanti di sviluppare nuove idee, invece di premiare opere già esistenti. Quest'ultimo aspetto è novità nello scenario internazionale legato ai premi d'arte: un'unicità che nasce dalla convinzione che le idee siano il punto di partenza sul quale costruire una collaborazione e sviluppare i talenti.

Il premio finale viene assegnato da una giuria nominata dalle istituzioni promotrici del concorso e composta da sei autorevoli membri, tra cui la Dottoressa **Federica Minozzi**, CEO di **Iris Ceramica** Group, grande appassionata di arte contemporanea promotrice di questa iniziativa. Di seguito i nomi degli altri membri:

- Pietro Cantore (gallerista)
- Giovanna Cassese (storica dell'arte e presidente ISIA Faenza)
- Tommaso Corvi Mora (gallerista e ceramista)
- Antonia Iannone (gallerista)
- Judith S. Schwartz (professore emerito alla New York University)

Il premio sarà destinato ai progetti che meglio sviluppano il tema proposto in base ai parametri di originalità, sostenibilità e innovazione tecnica, estetica o concettuale. Le opere vincitrici e i migliori progetti verranno presentati nel Flagship Store di Milano e potranno anche essere esposti all'interno degli Stores internazionali del Gruppo. Il Premio diventa anche uno strumento per avvicinare le persone al mondo della ceramica, affiancando le superfici di **Iris Ceramica** Group con le più nuove forme di sperimentazione contemporanea.

ITALIA

libero.it

06 Luglio 2022

LIBERO MAIL NEWS SPORT VIDEO COMMUNITY IN CITTÀ ALTRO AIUTO REGISTRATI ENTRA

LIBERO 24x7 CERCA NOTIZIE

Prima pagina Lombardia Lazio Campania Emilia Romagna Veneto Piemonte Puglia Sicilia Toscana Liguria Altre regioni Cronaca Economia Mondo Politica Spettacoli e Cultura Sport Scienza e Tecnologia Informazione locale Stampa estera

### Eventi & Mostre : Premio Internazionale d'Arte dedicato alla produzione ceramica

Area | 126852 | 50 minuti fa

Spettacoli e Cultura - Da sempre cultura, innovazione e sostenibilità sono i valori fondanti di [Iris Ceramica Group](#) che si esprimono anche attraverso l'attività della Fondazione: l'obiettivo è il sostegno di nuove forme di ricerca creativa e culturale per costruire ...

[Leggi la notizia](#)

Persone: [isia faenza](#) [giovanna cassese](#)  
Organizzazioni: [iris ceramica group](#) [new york university](#)  
Luoghi: [milano](#)  
Tags: [arte](#) [premio internazionale](#)



### DAI BLOG (-19)

#### Live painting di Camilla Falsini alla Clerkenwell Design Week di Londra: l'ecoinnovazione diventa un'opera d'arte

 ...di [Camilla Falsini](#) - a cura della no profit [Yourban2030](#) e promossa da [Iris Ceramica Group](#). Il 24 e 25 maggio, la street artist [Camilla Falsini](#) realizzerà in diretta una vera e propria opera d'arte SU ...

[FarodiRoma](#) - 12-5-2022

Persone: [camilla falsini](#) [ettore sottsass](#)  
Organizzazioni: [iris ceramica group](#) [yourban2030](#)  
Prodotti: [made in italy](#) [idrogeno](#)  
Luoghi: [londra italia](#)  
Tags: [painting live](#)

ITALIA

citymilano.com

07 Luglio 2022

SENZA CATEGORIA

**Federica Minozzi, la regina della ceramica: "Credo in questo materiale, una farfalla dall'anima di titanio"**

---



"Piastrille? Macché piastrelle. Semmai parliamo di ceramica visto che lavoriamo soprattutto su grandi superfici. E dirò di più. L'immagine che ho coniato per questo materiale è quella di una farfalla leggiadra con un'anima di titanio". Ha le idee chiare **Federica Minozzi**, ceo di **Iris Ceramica Group**. Francamente l'immagine della "farfalla leggiadra con un'anima di

# ITALIA

## citymilano.com

### 07 Luglio 2022

titanio" sarà stata coniata per la ceramica ma va molto bene anche per lei. Federica è una donna giovane, solare e carismatica che sa ridere ma soprattutto sa fare il suo mestiere di leader di un'azienda con 1.500 dipendenti e oltre 500 milioni di fatturato. È un'anglofila appassionata con un'ammirazione sconfinata per la Regina Elisabetta. Federica però non si sente regina, a giudicare dal suo metodo e dal suo approccio al lavoro e al rapporto con gli altri, si ispira di più alla tavola rotonda di Re Artù: *primus inter pares*. Lo scettro (di Iris Ceramica Group), visto che comunque si parla di regalità, glielo ha consegnato suo padre, Romano Minozzi che ha 87 anni, – che secondo Forbes ha un patrimonio di 1,5 miliardi di dollari – ma che è sempre presente con i suoi consigli e la sua esperienza.

Federica è un'ottimista (come deve essere ogni imprenditore), una visionaria come scopriremo in seguito, e così come i Grandi Monarchi del passato erano Difensori della Fede, lei, contemporanea, appartiene alla categoria dei Difensori dell'Ambiente per quanto crede e quanto lavora per la sostenibilità. Lo dice subito dando la sua definizione proprio alla ceramica: "È un materiale multifunzionale che allo stesso tempo dà un senso di leggerezza importante. È la materia prima ideale per realizzare soluzioni inedite che migliorino l'interazione tra uomo e ambiente". Ecco la storia e gli obiettivi di Federica Minozzi, raccontata da lei, rispondendo alle domande di *Forbes*.

#### **Cominciamo dal principio. C'era una volta...**

C'era una volta la mia famiglia e c'è ancora. Mio padre Romano Minozzi, 87 anni, ha fondato l'azienda nel 1961 ed è presidente. La ceramica è sempre stata parte della mia vita, ricordo che con le mie cugine da piccole giocavamo alla compravendita dei campioni di maioliche. Volevo fare la criminologa o la scrittrice ma non avevo il coraggio di dirlo a mio padre, e ho pensato: "Va bene, proviamo". Poi mi sono innamorata della ceramica e appassionata alla possibilità di creare miei progetti e realizzarli.

#### **Donna, carismatica, figlia del proprietario. Tutto facile fin dall'inizio?**

Al contrario. All'inizio è stato impegnativo, in un settore prettamente maschile. Ero molto giovane e figlia del proprietario. C'erano giudizi e pregiudizi nei miei confronti e ho dovuto dimostrare da subito di avere più capacità degli altri. In azienda ho iniziato lavorando in fabbrica. Ho dovuto fare un percorso di crescita non solo professionale ma anche personale per arrivare dove sono.

# ITALIA

## citymilano.com

### 07 Luglio 2022

**Poi avrà salito qualche gradino.**

Sì, è stata una lezione di vita. Lavorare con un padre che è un imprenditore molto riconosciuto e di grande successo non è facile. Sono una perfezionista e pretendo molto da me stessa. Questo mi ha sempre spinto a lavorare con determinazione per raggiungere gli obiettivi che mi davano. Mio padre è una persona estremamente esigente mi ha sempre detto che, essendo sua figlia, avrei dovuto dimostrare di lavorare di più, di valere di più di qualsiasi altro manager. Lo ha fatto: mi ha sempre giudicata in modo severo e pretendendo da me di più che da altri.

**Sulla base della sua esperienza preferisce lavorare con gli uomini o con le donne?**

Credo che il miglior ambiente di lavoro sia quello in cui c'è un equilibrio tra presenze femminili e maschili. Ogni persona è diversa e quindi generalizzare è sbagliato, ma noto che le donne tendono a essere più analitiche, più sensibili e attente ai dettagli e sono propense all'ascolto. Gli uomini invece sono meno timorosi nel decidere e vanno alla sintesi. I diversi approcci e le diverse visioni mi aiutano a valutare in modo più completo le decisioni che prendo.

**Come dovrebbe impostare un manager il rapporto con i collaboratori?**

Bisogna essere autentici e coerenti nel guidare secondo i propri valori. È cruciale riuscire a creare engagement sulla visione per generare l'entusiasmo e la passione necessari affinché ogni collaboratore si senta parte del progetto e imprenditore nella propria area di competenza.

**Come si fa, così giovani, a guidare un'azienda da 500 milioni di fatturato?**

Ci vogliono costanza, determinazione, passione e tanta curiosità per cercare sempre nuovi spunti e nuove idee da portare in azienda e da realizzare. Poi è necessario avere grande sensibilità per percepire i cambiamenti e anticiparli, per essere sempre almeno un passo avanti.

**Sempre a caccia di nuove idee. Qual è il suo segreto?**

Le migliori ispirazioni mi sono venute studiando realtà di successo fuori dal nostro settore di riferimento, da mondi anche molto diversi, come Lego e M&M's. Per esempio, uno dei nostri progetti è nato prendendo spunto da M&M's che stampava le foto sulle caramelle. Mi sono detta: il mondo consumer vuole un prodotto personalizzato. E così abbiamo messo a punto una

# ITALIA

## citymilano.com

### 07 Luglio 2022

tecnologia all'avanguardia e innovativa: Design Your Slabs, che ci permette di creare design customizzati e unici sulle nostre lastre.

**C'è un consiglio che avrebbe voluto seguire e che invece non ha seguito?**

Vorrei aver iniziato la mia carriera in un'azienda diversa, magari anche all'estero. Credo mi avrebbe consentito di acquisire più rapidamente la consapevolezza delle mie capacità e dei miei limiti e mi avrebbe permesso di portare punti di vista esterni in azienda. Ma è andata bene lo stesso.

**Già. Infatti oggi...**

Oggi abbiamo tre hub industriali: uno in Italia, uno negli Stati Uniti e uno in Germania. Abbiamo poi diversi rami commerciali, una famiglia di 1.500 dipendenti e un fatturato consolidato di 500 milioni di euro.

**E quanti brand?**

Abbiamo otto marchi principali. Uno, Seventyonepercent, è nato l'anno scorso ed è una linea di arredo bagno di lusso realizzata in parte in ceramica in collaborazione con Paolo Castelli. In questi giorni stiamo lanciando anche il brand Bottega d'Arte che vuole rappresentare una rinascita dell'arte ceramica tradizionale. Vogliamo infatti rivalorizzare la grande storia dell'artigianalità e dell'*handmade*.

**Quale è quello a cui è più legata sentimentalmente e quello che invece ha più potenzialità?**

Alla prima parte della domanda rispondo con Fabbrica Marmi e Graniti, un brand che è stato un grande successo. È stato concepito da me nel 1998 e tutta la filosofia, di quel ramo d'azienda, errori compresi, è nata con me. Nel 2007 fatturava 93 milioni di euro. Tra i nostri brand Fiandre è quello con più potenziale in ambito architettura avendo da sempre operato ad altissimi livelli: offriamo materiali e servizio di elevata qualità. Siamo sempre di più nel mondo del lusso perché vogliamo ridare alla ceramica la nobiltà che merita.

**Un tempo la ceramica era simbolo del lusso, poi è diventato un prodotto di massa, e ora prova a ritornare in alto. Cosa sta cambiando?**

# ITALIA

## citymilano.com

### 07 Luglio 2022

Stanno cambiando gli stili di vita. Oggi lusso significa prima di tutto vivere bene. E la ceramica aiuta a creare un ambiente dove si vive bene. In Inghilterra la ceramica, intesa come la porcellana di pregio, riporta *by Appointment to Her Majesty the Queen* a dimostrazione che poterla produrre è un privilegio. Ma deve essere di grande qualità. La ceramica ha accompagnato l'uomo sin dall'antichità, dalla scoperta del fuoco. Il concetto di piastrella, frutto dell'industrializzazione, è divenuto purtroppo, nel corso degli anni, un termine di basso profilo. La nostra idea è creare un perfetto amalgama tra arte, storia, cultura e qualità.

#### **Il mercato del lusso apre un'infinità di nuove frontiere.**

A livello geografico siamo già presenti in 170 Paesi del mondo. Ma l'obiettivo è entrare in canali distributivi diversi creando soluzioni personalizzate ed esclusive con i nostri materiali. Abbiamo lanciato una collezione in collaborazione con il designer Guillermo Mariotto che unisce il know how tecnologico e la nobiltà della ceramica all'estro creativo del designer. L'idea è di entrare nel mondo fashion e in quello dell'arredo perché sappiamo che c'è grande richiesta di materiale di pregio. Il nostro obiettivo è portare benessere e bellezza negli ambienti.

#### **Siete partiti dalla terracotta e avete costruito tanta innovazione. Chi ha immaginato questo percorso?**

Una delle cose che mi ha fatto innamorare della ceramica è il suo essere un ossimoro: è apparentemente fragile ma ha caratteristiche tecniche incredibili. Mio papà ha fondato l'azienda sul pionierismo imprenditoriale e io ho ereditato per osmosi la cultura di cercare sempre nuove sfide. L'Inghilterra è l'amalgama perfetto tra spinta estrema verso il nuovo e conservazione della tradizione. Noi a nostro modo siamo simili perché siamo orgogliosi del nostro heritage ma al tempo stesso investiamo costantemente sull'innovazione.

#### **Con il territorio che rapporto avete?**

Abbiamo sempre investito molto sul nostro territorio. Penso soprattutto alla sanità, acquistando attrezzatura all'avanguardia per gli ospedali, alla parte artistica e culturale e alla parte sociale. Durante il Covid, abbiamo aiutato famiglie senza mezzi a disposizione per la didattica a distanza. Supportare i giovani nello studio e nelle passioni per noi significa contribuire a un futuro migliore.

# ITALIA

## citymilano.com

### 07 Luglio 2022

**Nella vostra storia c'è sempre stata molta attenzione alla sostenibilità. Adesso è di gran moda.**

È vero, adesso è di gran moda ma noi siamo arrivati molto prima. Siamo nati con la sostenibilità. Mio padre negli anni '60 appendeva cartelli che riportavano l'equazione Economia = Ecologia. Non si può pensare a un'economia che resista nel tempo se non si ha cura dell'ambiente circostante. Nel 1972 è stato realizzato un evento a Bologna chiamato Pollution, per una nuova estetica dell'inquinamento che voleva sensibilizzare le persone sulla tutela dell'ambiente. Nel 2009 abbiamo realizzato Active Surfaces, ceramica ecoattiva che riduce l'inquinamento. Nel 2018 abbiamo anche annullato le emissioni di composti organici volatili.

**E ora c'è la scommessa sull'idrogeno di Iris Ceramica Group.**

L'idrogeno è l'unico vero carburante green, se prodotto con energia green. Stiamo realizzando la prima fabbrica a idrogeno verde, che è il carburante delle stelle, e su questo stiamo costruendo uno storytelling. Il nostro progetto prevede un'installazione di pannelli fotovoltaici sul tetto della nuova fabbrica che sarà a Castellarano, i quali andranno ad alimentare l'elettrolizzatore che a sua volta alimenterà in particolar modo il forno ceramico, che è l'impianto che consuma più carburante, oggi gas metano.

**Insomma avete aperto una nuova strada.**

Ci auguriamo che questa iniziativa possa portare i competitor a percorrere la stessa strada creando domanda di idrogeno, perché autoprodurlo è davvero complesso soprattutto per le piccole aziende. Vogliamo segnare la strada verso una direzione nuova.

**... Rimanendo attaccati alle tradizioni, come gli inglesi.**

Ah, quello sempre.

L'articolo [Federica Minozzi, la regina della ceramica: "Credo in questo materiale, una farfalla dall'anima di titanio"](#) è tratto da [Forbes Italia](#).

ITALIA

cocinaintegral.net

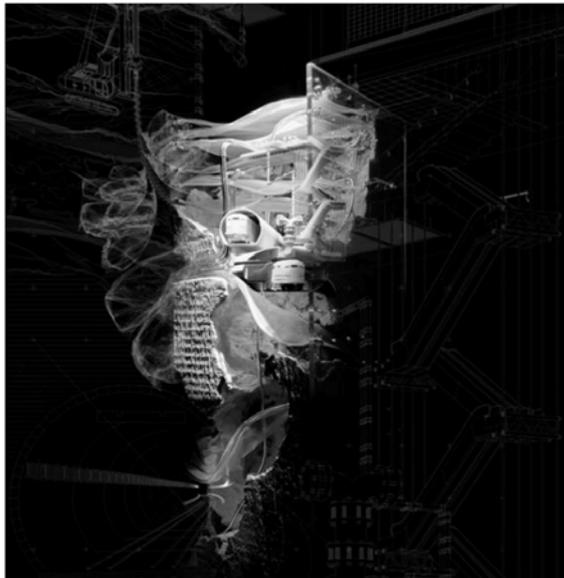
07 Luglio 2022

# COCINA INTEGRAL

HEMEROTECA 8 JUL 2022 TEMAS DEL DÍA: Pocketsystem de nex125 Aspiración invisible Alvic adquiere Stratagem The Architecture Drawing Prize 2022 Hábitat Valencia Frigoríficos combi Smeg

## Abiertas las inscripciones para The Architecture Drawing Prize 2022

8 julio, 2022



En asociación con **Make Architects** y Sir John Soane's Museum, **World Architecture Festival (WAF)** anuncia la convocatoria de la **6ª edición de The Architecture Drawing Prize**, patrocinado por **Iris Cerámica Group**.

Lanzado en 2017, el Premio tiene como objetivo celebrar y dar a conocer el **arte** y la **habilidad** que se esconden detrás del **dibujo técnico arquitectónico**.

# ITALIA

## cocinaintegral.net

### 07 Luglio 2022

#### The Architecture Drawing Prize

---

Inspirándose en el gran trabajo llevado a cabo por destacados arquitectos del pasado -como **Palladio, John Soane, Le Corbusier o Cedric Price**- **The Architecture Drawing Prize** es una plataforma que permite reflexionar y explorar cómo el **dibujo** continúa avanzando en el arte de la **arquitectura actual**.

En este sentido, **The Architecture Drawing Prize** abarca desde el uso creativo de **herramientas digitales** y **representaciones producidas virtualmente**, hasta el **dibujo a mano**; reconociendo el potencial de las soluciones más actuales y destacando el valor atemporal de las técnicas tradicionales.

#### Dibujo a mano, Digital e Híbrido

---

**WAF** está abierto a cualquier propuesta, sea cual sea su tipo o forma. Desde **dibujos conceptuales hasta técnicos o de construcción, cortes o vistas en perspectiva**, y cualquier cosa intermedia. Las candidaturas pueden llegar de la mano de arquitectos, diseñadores y estudiantes de todo el mundo y deben agruparse en las siguientes categorías: **Dibujado a mano, Digital e Híbrido** (combinación de los dos primeros).

Las presentaciones en las tres categorías se evaluarán en función de su **habilidad técnica, originalidad** en el **enfoque** y capacidad para **transmitir una idea arquitectónica**. Los dibujos pueden ser enteramente especulativos o relacionarse con proyectos reales.

#### Jurado

---

Los jueces de este año son:

- Director del Museo de Sir John Soane, **Bruce Boucher**
- Artista **Pablo Bronstein**
- Fundadora de Lily Jencks Studio, **Lily Jencks**
- Artistas **Ben Langlands y Nikki Bell**
- Directora general del Grupo Iris Ceramica, **Federica Minozzi**
- Socio principal de Foster + Partners, **Narinder Sagoo**
- Fundador de Make Architects, **Ken Shuttleworth**

Finalmente, **Federica Minozzi**, CEO de Iris Ceramica Group asegura que "el **poder del dibujo** es una de maravilla. **Nuestras manos pueden combinar perfectamente el proceso de diseño**

ITALIA

**cocinaintegral.net**

07 Luglio 2022

**y pensamiento.** Este simple acto hace posible moverse entre los mundos de la materia y el pensamiento **dando vida a las ideas en algo construible.** De ahí la importancia del Premio que asume un papel destacado como reflejo de la creatividad arquitectónica”.

ITALIA

forbes.it

07 Luglio 2022

**Forbes** Primo Piano Classifiche Sezioni Special Issue Multimedia BrandVoice Eventi Small Giants 

Video Podcast Newsletter Magazine Store

---

**Business** 07/07/2022 10:44

## Federica Minozzi, la regina della ceramica: “Credo in questo materiale, una farfalla dall’anima di titanio”

 Di Alessandro Rossi  
Direttore responsabile, Forbes Italia



Federica Minozzi, ceo di [Iris Ceramic Group](#)

Share    

“Piastrelle? Macché piastrelle. Semmai parliamo di ceramica visto che lavoriamo

07 Luglio 2022

soprattutto su grandi superfici. E dirò di più. L'immagine che ho coniato per questo materiale è quella di una farfalla leggiadra con un'anima di titanio". Ha le idee chiare **Federica Minozzi**, ceo di **Iris Ceramica Group**. Francamente l'immagine della "farfalla leggiadra con un'anima di titanio" sarà stata coniata per la ceramica ma va molto bene anche per lei. Federica è una donna giovane, solare e carismatica che sa ridere ma soprattutto sa fare il suo mestiere di leader di un'azienda con 1.500 dipendenti e oltre 500 milioni di fatturato. È un'anglofila appassionata con un'ammirazione sconfinata per la Regina Elisabetta. Federica però non si sente regina, a giudicare dal suo metodo e dal suo approccio al lavoro e al rapporto con gli altri, si ispira di più alla tavola rotonda di Re Artù: *primus inter pares*. Lo scettro (di **Iris Ceramica Group**), visto che comunque si parla di regalità, glielo ha consegnato suo padre, Romano Minozzi che ha 87 anni, – che secondo *Forbes* ha un patrimonio di 1,5 miliardi di dollari – ma che è sempre presente con i suoi consigli e la sua esperienza.

Federica è un'ottimista (come deve essere ogni imprenditore), una visionaria come scopriremo in seguito, e così come i Grandi Monarchi del passato erano Difensori della Fede, lei, contemporanea, appartiene alla categoria dei Difensori dell'Ambiente per quanto crede e quanto lavora per la sostenibilità. Lo dice subito dando la sua definizione proprio alla ceramica: "È un materiale multifunzionale che allo stesso tempo dà un senso di leggerezza importante. È la materia prima ideale per realizzare soluzioni inedite che migliorino l'interazione tra uomo e ambiente". Ecco la storia e gli obiettivi di Federica Minozzi, raccontata da lei, rispondendo alle domande di *Forbes*.

#### **Cominciamo dal principio. C'era una volta...**

C'era una volta la mia famiglia e c'è ancora. Mio padre Romano Minozzi, 87 anni, ha fondato l'azienda nel 1961 ed è presidente. La ceramica è sempre stata parte della mia vita, ricordo che con le mie cugine da piccole giocavamo alla compravendita dei campioni di maioliche. Volevo fare la criminologa o la scrittrice ma non avevo il coraggio di dirlo a mio padre, e ho pensato: "Va bene, proviamo". Poi mi sono innamorata della ceramica e appassionata alla possibilità di creare miei progetti e realizzarli.

#### **Donna, carismatica, figlia del proprietario. Tutto facile fin dall'inizio?**

Al contrario. All'inizio è stato impegnativo, in un settore prettamente maschile. Ero molto giovane e figlia del proprietario. C'erano giudizi e pregiudizi nei miei confronti e ho dovuto dimostrare da subito di avere più capacità degli altri. In azienda ho iniziato lavorando in fabbrica. Ho dovuto fare un percorso di crescita non solo professionale ma anche personale per arrivare dove sono.

#### **Poi avrà salito qualche gradino.**

Sì, è stata una lezione di vita. Lavorare con un padre che è un imprenditore molto riconosciuto e di grande successo non è facile. Sono una perfezionista e pretendo molto da me stessa. Questo mi ha sempre spinto a lavorare con determinazione per raggiungere gli obiettivi che mi davano. Mio padre è una persona estremamente esigente mi ha sempre detto che, essendo sua figlia, avrei dovuto dimostrare di lavorare di più, di valere di più di qualsiasi altro manager. Lo ha fatto: mi ha sempre giudicata in modo severo e pretendendo da me di più che da altri.

#### **Sulla base della sua esperienza preferisce lavorare con gli uomini o con le donne?**

Credo che il miglior ambiente di lavoro sia quello in cui c'è un equilibrio tra presenze femminili e maschili. Ogni persona è diversa e quindi generalizzare è sbagliato, ma noto che le donne tendono a essere più analitiche, più sensibili e attente ai dettagli e sono propense all'ascolto. Gli uomini invece sono meno timorosi nel decidere e vanno alla sintesi. I diversi approcci e le diverse visioni mi aiutano a valutare in modo più completo le decisioni che prendo.

#### **Come dovrebbe impostare un manager il rapporto con i collaboratori?**

# ITALIA

## forbes.it

### 07 Luglio 2022

Bisogna essere autentici e coerenti nel guidare secondo i propri valori. È cruciale riuscire a creare engagement sulla visione per generare l'entusiasmo e la passione necessari affinché ogni collaboratore si senta parte del progetto e imprenditore nella propria area di competenza.

#### **Come si fa, così giovani, a guidare un'azienda da 500 milioni di fatturato?**

Ci vogliono costanza, determinazione, passione e tanta curiosità per cercare sempre nuovi spunti e nuove idee da portare in azienda e da realizzare. Poi è necessario avere grande sensibilità per percepire i cambiamenti e anticiparli, per essere sempre almeno un passo avanti.

#### **Sempre a caccia di nuove idee. Qual è il suo segreto?**

Le migliori ispirazioni mi sono venute studiando realtà di successo fuori dal nostro settore di riferimento, da mondi anche molto diversi, come Lego e M&M's. Per esempio, uno dei nostri progetti è nato prendendo spunto da M&M's che stampava le foto sulle caramelle. Mi sono detta: il mondo consumer vuole un prodotto personalizzato. E così abbiamo messo a punto una tecnologia all'avanguardia e innovativa: Design Your Slabs, che ci permette di creare design customizzati e unici sulle nostre lastre.

#### **C'è un consiglio che avrebbe voluto seguire e che invece non ha seguito?**

Vorrei aver iniziato la mia carriera in un'azienda diversa, magari anche all'estero. Credo mi avrebbe consentito di acquisire più rapidamente la consapevolezza delle mie capacità e dei miei limiti e mi avrebbe permesso di portare punti di vista esterni in azienda. Ma è andata bene lo stesso.

#### **Già. Infatti oggi...**

Oggi abbiamo tre hub industriali: uno in Italia, uno negli Stati Uniti e uno in Germania. Abbiamo poi diversi rami commerciali, una famiglia di 1.500 dipendenti e un fatturato consolidato di 500 milioni di euro.

#### **E quanti brand?**

Abbiamo otto marchi principali. Uno, Seventyonepercent, è nato l'anno scorso ed è una linea di arredo bagno di lusso realizzata in parte in ceramica in collaborazione con Paolo Castelli. In questi giorni stiamo lanciando anche il brand Bottega d'Arte che vuole rappresentare una rinascita dell'arte ceramica tradizionale. Vogliamo infatti rivalorizzare la grande storia dell'artigianalità e dell'*handmade*.

#### **Quale è quello a cui è più legata sentimentalmente e quello che invece ha più potenzialità?**

Alla prima parte della domanda rispondo con Fabbrica Marmi e Graniti, un brand che è stato un grande successo. È stato concepito da me nel 1998 e tutta la filosofia, di quel ramo d'azienda, errori compresi, è nata con me. Nel 2007 fatturava 93 milioni di euro. Tra i nostri brand Fiandre è quello con più potenziale in ambito architettura avendo da sempre operato ad altissimi livelli: offriamo materiali e servizio di elevata qualità. Siamo sempre di più nel mondo del lusso perché vogliamo ridare alla ceramica la nobiltà che merita.

#### **Un tempo la ceramica era simbolo del lusso, poi è diventato un prodotto di massa, e ora prova a ritornare in alto. Cosa sta cambiando?**

Stanno cambiando gli stili di vita. Oggi lusso significa prima di tutto vivere bene. E la ceramica aiuta a creare un ambiente dove si vive bene. In Inghilterra la ceramica, intesa come la porcellana di pregio, riporta *by Appointment to Her Majesty the Queen* a dimostrazione che poterla produrre è un privilegio. Ma deve essere di grande qualità. La ceramica ha accompagnato l'uomo sin dall'antichità, dalla scoperta del fuoco. Il concetto di piastrella, frutto dell'industrializzazione, è divenuto purtroppo, nel corso degli anni, un termine di basso profilo. La nostra idea è creare un perfetto amalgama tra arte, storia, cultura e qualità.

# ITALIA

## forbes.it

### 07 Luglio 2022

#### **Il mercato del lusso apre un'infinità di nuove frontiere.**

A livello geografico siamo già presenti in 170 Paesi del mondo. Ma l'obiettivo è entrare in canali distributivi diversi creando soluzioni personalizzate ed esclusive con i nostri materiali. Abbiamo lanciato una collezione in collaborazione con il designer Guillermo Mariotto che unisce il know how tecnologico e la nobiltà della ceramica all'estro creativo del designer. L'idea è di entrare nel mondo fashion e in quello dell'arredo perché sappiamo che c'è grande richiesta di materiale di pregio. Il nostro obiettivo è portare benessere e bellezza negli ambienti.

#### **Siete partiti dalla terracotta e avete costruito tanta innovazione. Chi ha immaginato questo percorso?**

Una delle cose che mi ha fatto innamorare della ceramica è il suo essere un ossimoro: è apparentemente fragile ma ha caratteristiche tecniche incredibili. Mio papà ha fondato l'azienda sul pionierismo imprenditoriale e io ho ereditato per osmosi la cultura di cercare sempre nuove sfide. L'Inghilterra è l'amalgama perfetto tra spinta estrema verso il nuovo e conservazione della tradizione. Noi a nostro modo siamo simili perché siamo orgogliosi del nostro heritage ma al tempo stesso investiamo costantemente sull'innovazione.

#### **Con il territorio che rapporto avete?**

Abbiamo sempre investito molto sul nostro territorio. Penso soprattutto alla sanità, acquistando attrezzatura all'avanguardia per gli ospedali, alla parte artistica e culturale e alla parte sociale. Durante il Covid, abbiamo aiutato famiglie senza mezzi a disposizione per la didattica a distanza. Supportare i giovani nello studio e nelle passioni per noi significa contribuire a un futuro migliore.

#### **Nella vostra storia c'è sempre stata molta attenzione alla sostenibilità. Adesso è di gran moda.**

È vero, adesso è di gran moda ma noi siamo arrivati molto prima. Siamo nati con la sostenibilità. Mio padre negli anni '60 appendeva cartelli che riportavano l'equazione Economia = Ecologia. Non si può pensare a un'economia che resista nel tempo se non si ha cura dell'ambiente circostante. Nel 1972 è stato realizzato un evento a Bologna chiamato Pollution, per una nuova estetica dell'inquinamento che voleva sensibilizzare le persone sulla tutela dell'ambiente. Nel 2009 abbiamo realizzato Active Surfaces, ceramica ecoattiva che riduce l'inquinamento. Nel 2018 abbiamo anche annullato le emissioni di composti organici volatili.

#### **E ora c'è la scommessa sull'idrogeno di Iris Ceramica Group.**

L'idrogeno è l'unico vero carburante green, se prodotto con energia green. Stiamo realizzando la prima fabbrica a idrogeno verde, che è il carburante delle stelle, e su questo stiamo costruendo uno storytelling. Il nostro progetto prevede un'installazione di pannelli fotovoltaici sul tetto della nuova fabbrica che sarà a Castellarano, i quali andranno ad alimentare l'elettrolizzatore che a sua volta alimenterà in particolar modo il forno ceramico, che è l'impianto che consuma più carburante, oggi gas metano.

#### **Insomma avete aperto una nuova strada.**

Ci auguriamo che questa iniziativa possa portare i competitor a percorrere la stessa strada creando domanda di idrogeno, perché autoprodurlo è davvero complesso soprattutto per le piccole aziende. Vogliamo segnare la strada verso una direzione nuova.

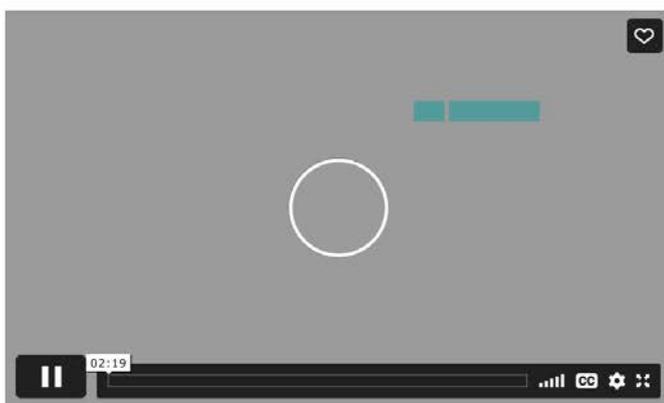
#### **... Rimanendo attaccati alle tradizioni, come gli inglesi.**

Ah, quello sempre.

ITALIA

design.pambianconews.com

07 Luglio 2022



## Iris Ceramica Group differenzia il business e investe nel green

Di Paola Cassola - 7 Luglio 2022

Con quasi 500 milioni di euro di fatturato nel 2021 e un Ebitda del 17%, **Iris Ceramica Group**, tra i principali produttori di superfici ceramiche, segue come direttrice, sin dai tempi della fondazione da parte di **Romano Minozzi** nel 1961, l'**innovazione**. La ceramica, grazie alla visione del fondatore, ha esteso il suo utilizzo dal solo rivestimento all'applicazione a pavimento con garanzia ventennale, grazie all'innovazione del processo produttivo che ha reso resistente, plasmabile ed eclettico un materiale fragile.

*"Il nostro obiettivo - spiega dal palco di Palazzo Mezzanotte in occasione dell'8° Pambianco - Interni Design Summit la figlia del fondatore e CEO di Iris Ceramica Group Federica Minozzi - è di migliorare, attraverso la ceramica, l'interazione tra uomo e ambiente sia ottimizzandone la funzionalità sia con idee che prendono spunto dall'attualità, come le superfici **Active**, anti-inquinanti, anti-batteriche, anti-virali e autopulenti e **Hypertouch**, lastre con funzione interattiva in ambito domestico".*

Al tema della relazione uomo-ambiente si ispira anche l'approccio **sostenibile** del gruppo. *"Siamo un'industria molto energivora, abbiamo forni che consumano molto gas metano - spiega la CEO -. La sfida che ci poniamo, dopo aver azzerato le emissioni inquinanti, pur emettendo ancora CO2, è di riuscire ad alimentare questi forni con un blend composto dal 5 al 10% da **idrogeno**."*

# ITALIA

## design.pambianconews.com

### 07 Luglio 2022

*Prevediamo di arrivare a fine 2023 con un blend al 25%, per poi passare al 50% l'anno successivo. Infine, studieremo dei bruciatori nuovi in collaborazione con i nostri fornitori per arrivare fino al 100 per cento".* La fabbrica sarà, dunque, alimentata interamente a idrogeno '**green**', ovvero proveniente da fonti rinnovabili.

Due i canali distributivi di Iris Ceramica Group: il **retail** con la distribuzione classica dei materiali per i rivestimenti nel **residenziale** e il **contract** suddiviso in **clienti chiave fidelizzati**, ovvero che effettuano acquisti ricorrenti (grossi gruppi che spaziano dal fashion all'*automotive*, passando per il *furniture*) e **grandi progetti**, più occasionali, attraverso i principali studi di progettazione internazionali e gli investitori immobiliari. *"La parte legata ai clienti chiave pesa circa il 40% del nostro fatturato – afferma Minozzi –, il retail vale circa il 30% e il restante 30% dipende dalla grande progettazione"*. Secondo l'imprenditrice è proprio la **differenziazione del business** a permettere di affrontare i periodi di difficoltà *"trovando le occasioni dove si presentano"*, ad esempio nel periodo pandemico ha assunto maggiore rilevanza il residenziale a seguito della sospensione dei progetti.

Tra le innovazioni di prodotto, una delle più recenti, presentate al Salone del Mobile, sono le **lastre con le venature passanti a tutta massa** che si inseriscono in un mercato fino ad oggi tipico dei materiali lapidei naturali. *"Abbiamo reso la ceramica una seconda pelle"*, chiosa il CEO. Allo studio, intanto, lastre retroilluminate e sistemi di posa attacca-stacca per favorire il riutilizzo dei materiali asportati.

Idee che sono il frutto dell'attenta e costante osservazione del mercato che permette al gruppo di anticiparne le esigenze. *"Il confronto con i clienti, architetti o consumatori, avviene anche attraverso i nostri punti vendita diretti, oggi ne abbiamo otto nel mondo e ad ottobre ne apriremo uno nuovo a Barcellona"*. Gli store sono oggetto di un **restyling** con l'obiettivo di creare un'**immagine di brand coerente** e per far vivere al visitatore un'esperienza immersiva e multisensoriale.

In futuro, il gruppo punta a farsi sempre più spazio nel mondo del lusso e a rendere la ceramica un prodotto più *consumer friendly*.



**IRIS  
CERAMICA  
GROUP**

**60**

SIXTY YEARS  
OF SURFACES AND  
ENVIRONMENT