



**IRIS
CERAMICA
GROUP**

60
SIXTY YEARS
OF SURFACES AND
ENVIRONMENT



**IRIS
CERAMICA
GROUP**

PRESS REVIEW

September - October 2023

Archetech



CLERKENWELL DESIGN TRAIL

THIS AUTUMN, THE CLERKENWELL DESIGN TRAIL (4-5 OCTOBER) WILL BRING THE A&D COMMUNITY TOGETHER TO RE-CONNECT AND NETWORK ACROSS CLERKENWELL'S HISTORIC COBBLES

The stand-alone event will bring the area to life as CDW's iconic pink trail, flags and window vinyl return to EC1. The two-day programme will be jam packed with engaging events all within walking distance, allowing visitors to explore the area with ease and discover the latest cutting-edge products for commercial interiors. CDT showrooms will showcase product launches and new collections as well as host workshops, talks, demonstrations, parties and more, spotlighting Clerkenwell as the UK's most important hub for design.

Participating showrooms include high-end furniture, surfaces, lighting specialist, kitchen and bathroom brands who will all be





Wired

'O sole

Per far fronte al cambiamento climatico, è indispensabile passare alle fonti d'energia rinnovabili. Il nostro paese è all'avanguardia nel fotovoltaico, ma sta sviluppando anche l'eolico ed è tra i pionieri nella ricerca sulla fusione nucleare.

TESTO: RICCARDO OLDANI

Mio

Wired



Ogni giorno, anche nelle cose più semplici come accendere la luce o utilizzare la lavastoviglie, tutti quanti partecipiamo senza accorgercene a una rivoluzione silenziosa. Gli esperti la definiscono transizione energetica e consiste in una complessa trasformazione, che ci porterà a usare energia prodotta in prevalenza da fonti pulite e rinnovabili in luogo dei combustibili fossili come gas e petrolio. L'obiettivo primario è abbattere drasticamente le emissioni di gas prodotti dalla combustione delle fonti fossili, il cui effetto negativo sul clima e sul riscaldamento globale è ampiamente dimostrato. Lo confermano migliaia di studi scientifici, compresi i rapporti periodici dell'Ipcc, il gruppo intergovernativo sui cambiamenti climatici istituito dalle Nazioni Unite nel 1988, che raccoglie migliaia di ricercatori provenienti dai 195 paesi membri dell'organizzazione. Per far fronte all'emergenza climatica, la commissione europea ha fissato obiettivi ambiziosi.

U

no degli obiettivi più importanti è il piano Fit for 55, cioè la riduzione entro il 2030 del 55% delle emissioni rispetto ai livelli del 1990. Per il 2050, poi, l'intento è di azzerarle completamente.

L'Italia si muove per raggiungere questi traguardi attraverso uno strumento come il Pniec, Piano nazionale integrato per l'energia e il clima, che lo scorso luglio è stato aggiornato per rispettare gli obiettivi posti dal Fit for 55. Il piano indica la necessità di raggiungere, entro il 2030, un apporto delle fonti rinnovabili pari al 65% dei consumi elettrici complessivi del paese. Obiettivo dal quale siamo però ancora lontani, e con poco tempo a disposizione. A sottolinearlo è anche l'ultimo rapporto sulle energie rinnovabili pubblicato a maggio dall'Energy & Strategy Group del Politecnico di Milano, che ogni anno fa il punto sulla nostra situazione energetica. La pubblicazione, che reca come sottotitolo *Ultima chiamata per le rinnovabili nel nostro paese*, indica come il ritmo di installazione di nuovi impianti a fonte rinnovabile «risulta purtroppo ancora largamente inferiore a quanto necessario per raggiungere gli obiettivi al 2030, e cioè 120-150 GW installati. I poco più di 3 GW installati nel corso del 2022, contro i 10,7 della Germania e i 5,9 della Spagna, sono infatti ben poca cosa rispetto agli oltre 10 GW che dovremmo installare ogni anno». Se procedessimo di questo passo, infatti, «ci troveremo al 2030 con una copertura del fabbisogno elettrico da rinnovabili di solo il 34% rispetto al 65% richiesto» e indicato dal Pniec. L'Italia deve quindi premere sull'acceleratore se vuole stare al passo con l'Europa.

M

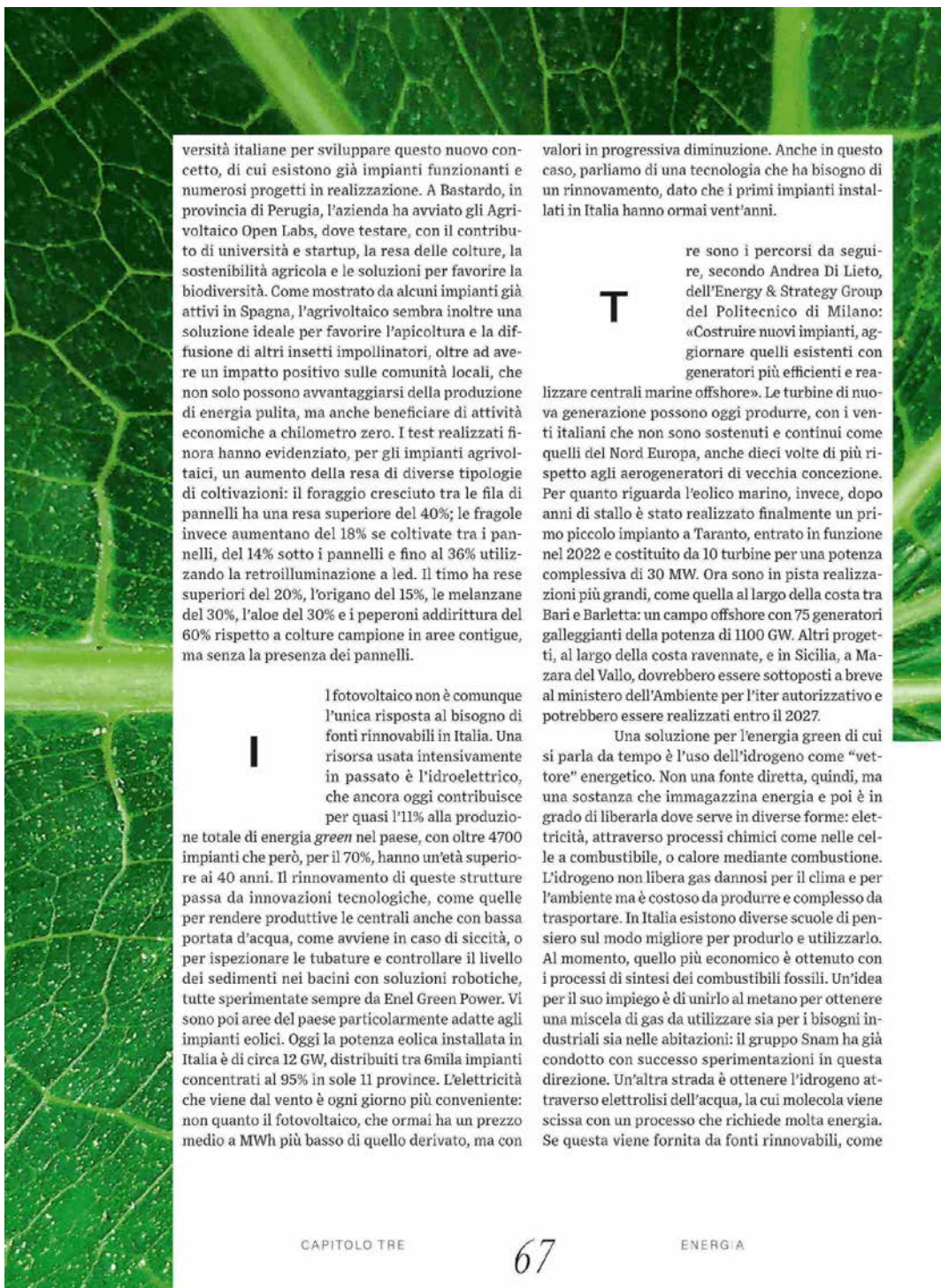
a se da un lato dobbiamo scontare lentezze burocratiche e di sistema, non mancano certo le iniziative per realizzare impianti di nuova generazione e sviluppare nuove tecnologie. In particolare, la fonte rinnovabile su cui il nostro paese può puntare di più è il fotovoltaico, cioè la conversione dell'energia solare in elettricità, che non è vantaggiosa solo per le condizioni favorevoli di insolazione sul nostro territorio, ma che è anche

facile e rapida da realizzare. In Italia abbiamo competenze profonde in questa tecnologia, che fin dagli anni Ottanta vede in prima linea l'Enea, in particolare nel centro della Casaccia di Roma, dove si lavora soprattutto al miglioramento dell'efficienza dei moduli fotovoltaici. I fronti di studio riguardano in particolare lo sviluppo di nuovi materiali e la messa a punto di nuove celle in silicio monocristallino, multicristallino e a film sottile. Tra le ultime realizzazioni, Enea ha presentato un prototipo di edificio *smart* basato su un impianto fotovoltaico e su un sistema di accumulo a batteria. Questa immagazzina l'elettricità in eccesso prodotta nei momenti di picco per utilizzarla poi quando i moduli fotovoltaici non sono produttivi, per esempio di notte. È inoltre dotato di una serie di sistemi connessi che, attraverso algoritmi ad hoc, gli consentono di dialogare con la rete elettrica, di valutare i consumi istantanei e anche di governare diversi sistemi automatici, come serramenti e oscuranti, utili per gestire la temperatura degli ambienti e modulare il funzionamento dei sistemi di climatizzazione in modo da ridurre i consumi al minimo.

U

n'altra realtà attivamente impegnata nello sviluppo del fotovoltaico in Italia è Enel Green Power, la società del gruppo Enel che si occupa di energie rinnovabili. Sua è, per esempio, la 3Sun Gigafactory di Catania, dove si producono pannelli caratterizzati da una particolare tecnologia bifacciale, che consente di captare i raggi solari anche con la faccia posteriore e di catturare così anche la radiazione riflessa. Grazie alla loro particolare struttura, definita "a tandem", le celle di Enel Green Power hanno raggiunto in laboratorio un'efficienza di conversione del 26,5%, la più alta mai registrata. Con l'apporto dei finanziamenti europei, l'impianto catanese, il più grande d'Europa nel suo genere, arriverà a breve a produrre un totale di 3 GW annui di pannelli.

Sempre Enel Green Power è all'avanguardia in un altro genere di impianto, il cosiddetto "agrivoltaico", destinato ai terreni agricoli in cui condurre, nei corridoi tra le file di pannelli, colture adatte ai vari microclimi e terreni della penisola. L'azienda collabora con diverse uni-



versità italiane per sviluppare questo nuovo concetto, di cui esistono già impianti funzionanti e numerosi progetti in realizzazione. A Bastardo, in provincia di Perugia, l'azienda ha avviato gli Agrivoltaico Open Labs, dove testare, con il contributo di università e startup, la resa delle colture, la sostenibilità agricola e le soluzioni per favorire la biodiversità. Come mostrato da alcuni impianti già attivi in Spagna, l'agrivoltaico sembra inoltre una soluzione ideale per favorire l'apicoltura e la diffusione di altri insetti impollinatori, oltre ad avere un impatto positivo sulle comunità locali, che non solo possono avvantaggiarsi della produzione di energia pulita, ma anche beneficiare di attività economiche a chilometro zero. I test realizzati finora hanno evidenziato, per gli impianti agrivoltaici, un aumento della resa di diverse tipologie di coltivazioni: il foraggio cresciuto tra le fila di pannelli ha una resa superiore del 40%; le fragole invece aumentano del 18% se coltivate tra i pannelli, del 14% sotto i pannelli e fino al 36% utilizzando la retroilluminazione a led. Il timo ha rese superiori del 20%, l'origano del 15%, le melanzane del 30%, l'aloe del 30% e i peperoni addirittura del 60% rispetto a colture campione in aree contigue, ma senza la presenza dei pannelli.

Il fotovoltaico non è comunque l'unica risposta al bisogno di fonti rinnovabili in Italia. Una risorsa usata intensivamente in passato è l'idroelettrico, che ancora oggi contribuisce per quasi l'11% alla produzione totale di energia *green* nel paese, con oltre 4700 impianti che però, per il 70%, hanno un'età superiore ai 40 anni. Il rinnovamento di queste strutture passa da innovazioni tecnologiche, come quelle per rendere produttive le centrali anche con bassa portata d'acqua, come avviene in caso di siccità, o per ispezionare le tubature e controllare il livello dei sedimenti nei bacini con soluzioni robotiche, tutte sperimentate sempre da Enel Green Power. Vi sono poi aree del paese particolarmente adatte agli impianti eolici. Oggi la potenza eolica installata in Italia è di circa 12 GW, distribuiti tra 6mila impianti concentrati al 95% in sole 11 province. L'elettricità che viene dal vento è ogni giorno più conveniente: non quanto il fotovoltaico, che ormai ha un prezzo medio a MWh più basso di quello derivato, ma con

valori in progressiva diminuzione. Anche in questo caso, parliamo di una tecnologia che ha bisogno di un rinnovamento, dato che i primi impianti installati in Italia hanno ormai vent'anni.

Tre sono i percorsi da seguire, secondo Andrea Di Lieto, dell'Energy & Strategy Group del Politecnico di Milano: «Costruire nuovi impianti, aggiornare quelli esistenti con generatori più efficienti e realizzare centrali marine offshore». Le turbine di nuova generazione possono oggi produrre, con i venti italiani che non sono sostenuti e continui come quelli del Nord Europa, anche dieci volte di più rispetto agli aerogeneratori di vecchia concezione. Per quanto riguarda l'eolico marino, invece, dopo anni di stallo è stato realizzato finalmente un primo piccolo impianto a Taranto, entrato in funzione nel 2022 e costituito da 10 turbine per una potenza complessiva di 30 MW. Ora sono in pista realizzazioni più grandi, come quella al largo della costa tra Bari e Barletta: un campo offshore con 75 generatori galleggianti della potenza di 1100 GW. Altri progetti, al largo della costa ravennate, e in Sicilia, a Mazarà del Vallo, dovrebbero essere sottoposti a breve al ministero dell'Ambiente per l'iter autorizzativo e potrebbero essere realizzati entro il 2027.

Una soluzione per l'energia *green* di cui si parla da tempo è l'uso dell'idrogeno come "vettore" energetico. Non una fonte diretta, quindi, ma una sostanza che immagazzina energia e poi è in grado di liberarla dove serve in diverse forme: elettricità, attraverso processi chimici come nelle celle a combustibile, o calore mediante combustione. L'idrogeno non libera gas dannosi per il clima e per l'ambiente ma è costoso da produrre e complesso da trasportare. In Italia esistono diverse scuole di pensiero sul modo migliore per produrlo e utilizzarlo. Al momento, quello più economico è ottenuto con i processi di sintesi dei combustibili fossili. Un'idea per il suo impiego è di unirlo al metano per ottenere una miscela di gas da utilizzare sia per i bisogni industriali sia nelle abitazioni: il gruppo Snam ha già condotto con successo sperimentazioni in questa direzione. Un'altra strada è ottenere l'idrogeno attraverso elettrolisi dell'acqua, la cui molecola viene scissa con un processo che richiede molta energia. Se questa viene fornita da fonti rinnovabili, come

Wired

*«I test realizzati finora hanno evidenziato, per gli impianti agrivoltaici, un **aumento della resa agricola** del 40% per il foraggio, del 30% per melanzane e aloe e **addirittura del 60%** per i peperoni»*





fotovoltaico o eolico, si parla di "idrogeno verde". Vari attori sono impegnati su questo percorso. Il gruppo **Iris Ceramica Group**, per esempio, in collaborazione con Edison Next, ha avviato la realizzazione di un nuovo stabilimento a Castellarano, in provincia di Reggio Emilia, per produrre idrogeno verde e usarlo nei forni di cottura della ceramica.

Era i progetti avviati da Enel Green Power, invece, c'è l'installazione in collaborazione con Saras di un elettrolizzatore da 20 MW nel sito industriale di Sarroch, in provincia di Cagliari. Lo scopo è utilizzarlo per ridurre l'impronta carbonica dei processi di raffinazione nel sito. L'idrogeno, infine, può rivelarsi utile anche in siderurgia. L'austriaca Voestalpine ha già realizzato un impianto dimostrativo per produrre acciaio utilizzando idrogeno verde, con costi però non ancora concorrenziali. L'italiana Arvedi, invece, già impiega un processo di zincatura alimentato con questo vettore energetico.

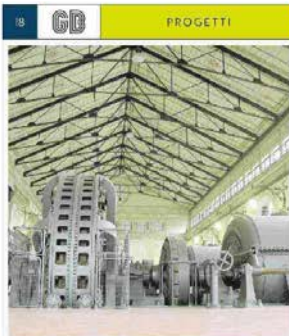
Esiste poi un ultimo importante fronte su cui diverse realtà italiane si stanno impegnando attivamente ed è quello della fusione nucleare, che mira a riprodurre in un reattore i fenomeni che alimentano le stelle. L'Italia è tra i pionieri in questo campo di ricerca. Il centro di Frascati, oggi parte dell'Enea, già negli anni Cinquanta aveva iniziato

sperimentazioni sui plasmi di fusione. Oggi l'ente è alla guida di un programma nazionale che impegna circa 600 ricercatori, affiliati anche al Cnr, al Consorzio Rfx e a diverse università italiane. E partecipa a programmi internazionali come Iter, avviato nel 2006 per realizzare a Cadarache, in Francia, un reattore sperimentale da 500 MW. Il progetto ha subito notevoli ritardi, e ancora oggi non si sa quando il reattore sarà pronto, ma la ricerca procede avvalendosi anche di tecnologie innovative come i supercalcolatori. Lo scorso giugno, Enea, Cineca di Bologna e il progetto europeo EuroFusion hanno siglato un accordo per investire 50 milioni di euro in un supercomputer con cui simulare il comportamento dei plasmi e per fare l'analisi strutturale dei materiali avanzati da utilizzare nel processo. Anche Eni dedica alla ricerca sulla fusione parte dell'attività dei supercomputer del suo Green Data Center di Ferrera Erbognone, in provincia di Pavia. Il gruppo partecipa a Cfs (Commonwealth Fusion Systems), spinout del Mit di Boston che studia la fisica del confinamento magnetico, una delle tecnologie necessarie a consentire la fusione, contribuendo a progettare i magneti impiegati e a simulare il comportamento del plasma. Un impegno che riveste un'importanza eccezionale, affinché un giorno la fusione, anche con il contributo italiano, possa realizzare uno dei principali sogni dell'umanità: trovare una fonte di energia inesauribile e a basso costo.

RICCARDO OLDANI Giornalista e scrittore scientifico, si occupa principalmente di temi legati alla transizione 4.0, alla robotica e all'automazione. È caporedattore alla Open Factory Edizioni, collabora con diverse testate italiane e straniere, tra cui *Focus* e *Nova del Sole 24 Ore*, ed è autore di *Spaghetti robot. Il made in Italy che ci cambierà la vita* (Codice edizioni).

ENERGIA

Green and Blue



Nella strategia di Edison al primo punto ci sono rinnovabili, servizi energetici e ambientali per seguire l'Agenda dell'Onu 2030



Un investimento di 10 miliardi di euro entro il 2030 per vincere la sfida della transizione energetica.

Dalle energie rinnovabili ai servizi energetici e ambientali, Edison - la più antica società energetica in Europa - con i suoi 140 anni di vita - viaggia verso il futuro prossimo. L'imperativo? Seguire i Sustainable Development Goals (SDGs) dell'Onu e le politiche europee di decarbonizzazione: non c'è altra strada, per il futuro del Pianeta. O meglio: per progettare il domani, come da claim d'ordinanza. «E noi rafforziamo il nostro impegno nell'accompagnare il Paese in questa sfida», ammette Marco Stangalino, Executive Vice President e Direttore Power Asset. Edison - «Stiamo implementando un piano concreto di crescita organica, focalizzato sulla realizzazione di nuova capacità rinnovabile, e che integra le diverse fonti di produzione introducendo anche sistemi di flessibilità come i pompaggi e le batterie elettrochimiche, indispensabili per gestire l'intermittenza delle rinnovabili. Entro il 2030 la generazione aerea rappresenterà il 40% del nostro mix produttivo in uno sforzo importante di decarbonizzazione».

L'addio ai combustibili fossili è vicino, la strada tracciata. Edison ha un piano più che definito: 5 miliardi di euro investiti nello sviluppo di fonti rinnovabili e si-

Gli impianti
Nella foto in alto a sinistra la centrale Sestini di Edison. La produzione idroelettrica è nella storia della società che ora ha anche impianti eolici e solari.

IL VERO OBIETTIVO DA RAGGIUNGERE È DECARBONIZZARE

di PASQUALE RAICALDO



stemi di accumulo, con l'obiettivo di accrescere la capacità green installata del Gruppo dagli attuali 2 GW a 6 GW; 2,5 miliardi nel gas e green gas, tra cui l'idrogeno; 2,5 miliardi in servizi energetici per imprese, pubblica amministrazione, rigenerazione urbana e servizi a valore aggiunto. Numeri importanti per il sistema Paese: già oggi, con circa 7 GW di potenza installata distribuita su tutto il territorio, Edison copre il 7 per cento della produzione nazionale di energia elettrica, con un parco produttivo composto da oltre 200 centrali sostenibili e flessibili, tra cui 107 centrali idroelettriche, 53 campi eolici, 56 fotovoltaici e 14 cicli combinati a gas (CCGT), che bilanciano l'intermittenza delle

fonti rinnovabili.

Ci sono già progetti eolici e fotovoltaici per circa 1.100 MW di potenza complessiva, principalmente al Centro-Sud Italia, di cui 500 MW di greenfield fotovoltaici e circa 600 MW di nuove realizzazioni eoliche.

Nel corso del 2023 il Gruppo prevede di accelerare ulteriormente il ritmo di sviluppo, attraverso l'avvio dell'iter autorizzativo per nuove installazioni da fonti rinnovabili (eolico e fotovoltaico) per 1400 MW, di cui circa 800 MW di integrali ricostruzioni di impianti eolici esistenti.

Già nel 2022, Edison aveva compiuto un passo in avanti nel percorso strategico di rafforzamento delle rinnovabili supe-

Green and Blue

PROGETTI

GB

99



ando 1 GW di capacità eolica installata, in particolare con la realizzazione e messa in esercizio di un nuovo impianto eolico a Mazara del Vallo, nel trapanese, da 45 MW di potenza complessiva e l'acquisizione di un parco eolico da 66 MW in Campania, in provincia di Avellino. Qui ha preso forma uno dei parchi eolici più grandi d'Italia, con una potenza complessiva di 136 MW.

Non meno significativo l'idroelettrico, un settore storico per Edison, che vi ha investito oltre 200 milioni di euro, in particolare nell'acquisizione e realizzazione di nuove centrali, portando il suo parco di produzione idroelettrica a oltre 120 impianti, di cui 80 di piccola taglia: potenza complessiva di circa 1 GW.

In particolare è Edison Next la società del Gruppo che accompagna aziende e territori nella transizione ecologica e nella decarbonizzazione. Come? Favorendo la trasformazione delle città in realtà sostenibili e intelligenti, intervenendo sulla riqualificazione degli edifici pubblici (ospedali, scuole, uffici comunali, carceri) e dei loro impianti e aumentando l'indipendenza energetica attraverso il fotovoltaico e altre forme di autoproduzione di energie rinnovabili.

Edison Next è presente in oltre 65 siti industriali, 2.100 strutture pubbliche e private e 280 città: in Italia gestisce oltre 800 strutture sanitarie, più di 400 edifici scolastici e la pubblica illumina-



zione all'anno. «Con questo progetto - dice Giovanni Brianza, CEO di Edison Next - Edison conferma il suo impegno nello sviluppo di tutta la filiera dell'idrogeno verde, una tecnologia sinergica al core business dell'azienda e un elemento chiave nell'ambito del suo piano di sviluppo strategico. In particolare la società punta ad utilizzare l'idrogeno verde per sostituire i combustibili fossili nei processi industriali energivori e per rendere sostenibili i trasporti pesanti».

Dello scorso luglio è invece l'accordo raggiunto da Edison Next con **Imc Ceramics Group**, leader mondiale nella realizzazione di soluzioni innovative e grandi lastre in ceramica tecnica di alta gamma per il settore design, arred e architettura, per lo sviluppo di "H2 Factory", nuovo stabilimento produttivo di Castellano, in provincia di Reggio Emilia, che utilizzerà idrogeno verde prodotto grazie a un sistema all'avanguardia realizzato su misura. «L'avvio di questo percorso virtuoso di transizione energetica rappresenta un primo passo significativo verso la decarbonizzazione di un settore determinante per il Paese» dichiara Giovanni Brianza.

Cruciale è anche il tema della mobilità: il mercato delle auto elettriche vive una forte espansione ed è destinato a crescere. Per questo, in attesa che la rete di ricarica si diffonda in modo capillare sul territorio e che vengano incentivati acquisto o leasing di auto elettriche, Edison Next è impegnata a promuovere l'elettrificazione delle flotte, pubbliche e private, con servizi che partono dall'analisi delle esigenze del singolo cliente, passano alla loro fornitura e installazione, e arrivano alla gestione del sistema di ricarica attraverso una piattaforma cloud che ne monitora il corretto uso e gestisce accessi e pagamenti. A completare l'offerta, la fornitura di energia 100% green, con una infrastruttura di ricarica che può essere alimentata da energia autoprodotta da un impianto fotovoltaico, anche dotato di sistemi di accumulo.

“L'idrogeno verde sarà un punto focale per sostituire i combustibili fossili nei processi industriali energivori e per rendere sostenibili i trasporti pesanti”

zione di realtà importanti come Napoli, Venezia, Siena e Perugia, per un totale di oltre 300 comuni nel Nord Italia e quasi 100 nel Centro-Sud.

Ha un'attenzione anche all'economia circolare, alla mobilità urbana, alla cogenerazione e trigenerazione, fino alla rigenerazione urbana e smart city o multi-servizio tecnologico integrato.

Una delle parole chiave è idrogeno: Edison Next lo considera un vettore energetico chiave per il raggiungimento dei target italiani di neutralità climatica. Di qui i numerosi progetti integrati lungo tutta la catena del valore per la produzione e l'utilizzo di idrogeno verde. Un esempio? Con il progetto Puglia Green Hydrogen Valley, una delle prime iniziative per la produzione e il trasporto di idrogeno verde su larga scala in Italia, ci si propone di realizzare 2 poli di produzione di idrogeno verde a Brindisi e Taranto per una capacità complessiva di 100 MW alimentati da produzione fotovoltaica. Una volta a regime, gli impianti saranno in grado di produrre fino a circa 300 milioni di metri cubi di idrogeno rinnova-

Corriere di Bologna

Da mercoledì

«Farete», decima edizione Aprono Caiumi e Bonomi

Mercoledì 6 settembre, alle 10, nel padiglione 16 di BolognaFiere, l'Assemblea pubblica di Confindustria Emilia area centro aprirà la decima edizione di Farete, la due giorni di networking e opportunità di business nazionale e internazionale per tutte le filiere produttive organizzata dall'associazione. A dare il via ai lavori, la relazione del presidente di Confindustria Emilia Valter Caiumi, poi salirà sul palco il presidente di Confindustria nazionale Carlo Bonomi. In occasione del decennale l'attenzione verrà dedicata alle imprese che si distinguono per la loro unicità di prodotto, per la qualità e l'innovazione. Sono dunque invitati alcuni imprenditori che racconteranno le trasformazioni, gli investimenti, la ricerca alla base della propria declinazione del concetto di innovazione: Cubbit, Ducati Motor Holding, Encoplast, Endura, Evotec, Iris Ceramica Group, Lyondellbasell, Marposs, MET, Philip Morris Italia, Piquadro e Poggipolini.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Confindustria, a Bologna 'Farete', il 6 settembre Bonomi

Decima edizione, con 450 aziende e 63 buyer dal mondo

BOLOGNA, 04 settembre 2023, 11:08
Redazione ANSA

Mercoledì 6 e giovedì 7 settembre, nei padiglioni 16 e 18 di BolognaFiere, va in scena la decima edizione di 'Farete', la due giorni di Confindustria Emilia. Ad aprire la manifestazione sarà l'assemblea pubblica dell'associazione, con le relazioni del presidente di Confindustria Emilia, Valter Caiumi e del presidente di Confindustria, Carlo Bonomi.

Alla manifestazione prenderanno parte circa 450 aziende, ci saranno 75 workshop tematici, arriveranno 63 buyer internazionali provenienti da 20 Paesi, oltre a professionisti ed esperti.

Sul palco di Farete, infine, dodici imprenditori racconteranno le loro storie di successo: sono Alessandro Cillario, co-founder e co-Ceo di Cubbit, Claudio Domenicali, Ad di Ducati Motor Holding, Valentina Bianchini, general manager di Encaplast, Marianna Vollaro, Ceo di Endura. Parteciperanno anche Elisabetta Verardo, Ad di Evotec Modena, **Federica Minozzi**, Ceo di **Iris Ceramica** Group, Claudio Mingozi, Global R&D Business Finance & Adm. Manager di Basell Poliolefine Italia, Francesco Possati, vicepresidente di Marposs; Federico Ponti, presidente di Met, Marco Hannappel, presidente e Ad di Philip Morris Italia, Marco Palmieri, fondatore, Ad e presidente di Piquadro; Michele Poggipolini, Ad di Poggipolini.

'Farete' festeggia 10 anni Maxi kermesse in Fiera

Domani e giovedì via alla due giorni di Confindustria dedicata alle imprese. Presenti 450 aziende e 75 workshop tematici, oltre a 63 buyer internazionali

Il focus
Grande attenzione verrà dedicata alle realtà del territorio che si distinguono per la loro unicità, qualità e innovazione del prodotto

'Farete' fa dieci. Quella di quest'anno, in programma domani e giovedì nei padiglioni 16 e 18 di BolognaFiere, è infatti la decima edizione della due giorni di networking di Confindustria Emilia dedicata alle imprese. Ad aprire la manifestazione sarà l'assemblea pubblica dell'associazione, con le relazioni del presidente di Confindustria Emilia, Valter Caiumi, e del presidente di Confindustria, Carlo Bonomi. In occasione del decennale della manifestazione, poi, l'attenzione verrà dedicata alle tante realtà virtuose del territorio, imprese che si distinguono per la loro unicità di prodotto, per la qualità e l'innovazione del loro saper fare.

Sul palco, dialogheranno con Giampaolo Colletti dodici imprenditori che racconteranno le trasformazioni, gli investimenti,

la ricerca alla base della declinazione del concetto di innovazione delle proprie imprese: Alessandro Cillario, co-founder e co-Ceo di Cubbit; Claudio Domenicali, amministratore delegato di Ducati Motor Holding; Valentina Bianchini, general manager di Encoplast; Marianna Vollaro, Ceo di Endura.

E ancora Elisabetta Verardo, amministratore delegato di Evotec Modena; Federica Minozzi, Ceo di Iris Ceramica Group; Claudio Mingozzi, Global R&D Business Finance & Adm. Manager di Bassell Poliolefine Italia; Francesco Possati, vicepresidente di Marposs; Federico Ponti, presidente di Met; Marco Hannappel, presidente e amministratore delegato di Philip Morris Italia; Marco Palmieri, fondatore, ad e presidente di Piquadro; Michele Poggipolini, ad di Poggipolini.

Per i dieci anni di 'Farete' ci sono numeri importanti. Alla manifestazione, infatti, saranno 450 le aziende coinvolte con 75 workshop per aggiornarsi, approfondire argomenti tecnici, scambiarsi idee e fare network. Poi 63 buyer internazionali provenienti da 20 Paesi saranno protagonisti dell'International Club. Non solo, ventidue operatori provenienti dall'estero incontreranno 40 venditori per la 5ª edizione della Borsa del Turismo Industriale. A livello di startup saranno 31 quelle presenti alla manifestazione, provenienti da tutta Italia, che animeranno l'Open Hub.

Più di 40 professionisti, esperti in normative di 33 Paesi esteri, saranno a disposizione delle imprese per consulenze specialistiche in ambito fiscale, legale, societario e commerciale. Le imprese associate, inoltre, potranno incontrare gli studenti e i neolaureati dei corsi di studio dell'Università di Ferrara, approfondire la loro conoscenza e ricevere il loro curriculum.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'incontro al Ministero

GRUPPO 'LA PERLA'



Presidio delle lavoratrici
Sotto alla sede del Mimit

È previsto per oggi alle 15 il tavolo al Mimit (Ministero delle Imprese e del Made in Italy) dove si discuterà sul futuro delle 350 lavoratrici del gruppo 'La Perla' dopo i problemi sorti nei mesi scorsi a seguito del mancato pagamento degli stipendi (la liquidità di luglio è stata pagata nei giorni scorsi). Al tavolo sono stati invitati i rappresentanti dell'azienda, delle parti sociali e i sindacati.

I PROTAGONISTI

Ad aprire l'evento saranno gli interventi dei presidenti di Confindustria e Confindustria Emilia, Bonomi e Caiumi

La parola d'ordine resta sempre **innovazione** L'Emilia porta la sua tradizione nel futuro

Il focus su dodici aziende in grado di espandere il proprio mercato in tutto il mondo

Bologna I campioni dell'innovazione. Li hanno definiti così: 12 imprenditori che hanno raccontato trasformazioni e investimenti, alla base dell'innovazione delle imprese. Come Federico Ponti, presidente Met, player di riferimento nella progettazione di generatori e impianti a ozono. Tutto made in Italy: l'ozono come sostituto dei fitofarmaci, partendo dalle reazioni chimiche delle scariche dei fulmini. «L'ozono è una forma dell'ossigeno ed è il più potente battericida e fungicida in ambito naturale. Dalla nostra nascita abbiamo mantenuto lo spirito di ricerca, l'innovazione deriva dalle richieste del cliente: nuovi problemi portano a nuove soluzioni».

Aeronautica

Sul palco anche Michele Poggolini, ad di Poggipollini, uno dei primi dieci player al mondo nel segmento della forgiatura a caldo di fissaggi hi-tech. Fra i clienti Leonardo, Ferrarri, GE-Avio, Safran, Mercedes, Boeing, McLaren, Porsche, Lamborghini, Ducati, Bugatti. «La nostra azienda è nata 70 anni fa, ci occupiamo di viti, di fissaggi. Lavoriamo principalmente nel settore aeronautico, dove dobbiamo competere con colossi americani e francesi, che rappresentano il 90% del mercato. Veniamo dal settore della Formula 1, ma abbiamo dovuto ampliare gli orizzonti, spingendoci in nuove nicchie di mercato».

Packaging

Valentina Bianchini è la general manager di Encaplast, impresa familiare fondata dalla famiglia Neri nel 1980 nel distretto medicale di Mirandola: «Ci occupiamo di packaging per il settore medicale e farmaceutico ed esportiamo in oltre 35 paesi. L'approccio all'innovazione è stato seguito a partire dalla sostenibilità: attenzione ai costi, scelte strategiche e ricerca sui macchinari e sulle produzioni».

Startup

Alessandro Cillario è il Co-Founder e Co-Ceo di Cub-

bit, startup bolognese di deep-tech, oggi primo provider europeo di cloud storage distribuito. Dal 2020 la società ha distribuito i propri prodotti a più di cinquemila clienti in oltre 70 Paesi: «La nostra impresa nasce da quattro studenti universitari a Bologna. Eravamo un ingegnere informatico, un fisico, un giurista e un economista e la nostra idea era di creare una tecnologia che potesse garantire ai dati di essere più sicuri, più sostenibili, più economici. Ci siamo riusciti».

Fino in India

Endura è una realtà che sviluppa, produce e vende principi attivi e sinergizzanti per insetticidi domestici e per la salute pubblica da oltre cinquant'anni. Il cuore in Emilia, con uno stabilimento ora anche in India: «La nostra storia racconta Marianna Vollaro - Ceo di Endura - è partita tre generazioni fa in Emilia-Romagna. Per noi la co-creazione, la collaborazione creativa, è un elemento fondamentale che arriva dall'interno».

Il colosso hi tech

Un colosso hi-tech che conta 3.500 dipendenti in 25 Paesi. Sono i numeri di Marposs, leader mondiale nella fornitura alle grandi case costruttrici automobilistiche e nelle applicazioni per i settori aerospaziale, energetico e ancora per quelli dell'elettronica di consumo e dei recipienti in vetro. «Noi creiamo strumenti di misura per i processi produttivi per le aziende - racconta il vicepresidente Francesco Possati - I nostri clienti installano nelle loro linee di produzione i nostri sistemi per verificare e monitorare l'attività. Cerchiamo di rispondere alle nuove domande del mondo industriale ed è nella sensoristica che troviamo la prima applicazione Marposs di Ai. Il secondo aspetto in cui applichiamo l'AI è il controllo di processo: il nostro obiettivo è stato non solo essere fornitori di un apparecchio di controllo ma fornire un miglioramento dell'intero pro-

cesso produttivo dei clienti».

Plastica e futuro

Claudio Mingozzi ha invece raccontato la storia di Basell Poliolefine Italia, alle prese con le sfide legate al futuro della plastica: «Stiamo lavorando a una tecnologia innovativa per il recupero chimico del materiale plastico, per tornare alle materie prime che l'hanno originato».

Una "nuova" ceramica

Federica Minozzi è Ceo di Iris Ceramica Group, punto di riferimento mondiale per il design e per lo sviluppo di superfici naturali in ceramica di alta gamma destinate a soluzioni innovative e progetti di architettura. Con oltre 60 anni di esperienza imprenditoriale, il Gruppo è presente in più di cento Paesi: «Per noi il futuro che stiamo lanciando ora riguarda due grandi temi: il primo è la realizzazione del primo impianto in Italia di produzione di idrogeno verde, per alimentare i nostri forni, e qui siamo ormai in dirittura d'arrivo. Il secondo è un cambio di paradigma: non pensare alla ceramica come prodotto finito, la piastrella, ma come materia».

Oltre il tabacco

Marco Hannappel, presidente e ad di Philip Morris Italia, ha spiegato come è stato possibile attrarre l'investimento di questo gruppo in Emilia, soffermandosi sulla sfida dell'innovazione: «In Philip Morris dal 2016 si è deciso di puntare molto sullo stabilimento di Crespellano. Lo abbiamo scelto al posto di uno stabilimento tedesco per un semplice fatto: solo qui avevamo la certezza di trovare un'eccellenza assoluta dal punto di vista dell'ecosistema industriale».

Spin off

Elisabetta Verardo è l'ad di Evotec Modena, entrata a far parte del gruppo Evotec dal 1 luglio 2022, in seguito all'ac-

quisizione di una spin-off dell'Unimore: «Operiamo a livello globale con 17 siti ed impieghiamo oltre 4.900 collaboratori altamente qualificati. Siamo in Italia dal 2017, a Modena dal 2022. Emilia? Vuol dire essere calati in un tessuto produttivo sano, resiliente e ricco di stimoli».

L'Appennino

Marco Palmieri, fondatore, ad e presidente di Piquadro, ha il suo quartier generale a

Gaggio Montano. Quotato in Borsa Italiana dal 2007, ha circa 1.110 dipendenti e ha chiuso l'esercizio 2022-2023 a 175,6 milioni: «È da Gaggio Montano che abbiamo creato un modello organizzativo aperto a tutti i mercati del mondo. Emilia significa due cose: attaccamento al territorio e intraprendenza».

Motor Valley

C'è poi il mito. La Ducati Motor Holding. Ne ha parlato l'ad Claudio Domenicali: «Attaccamento e orgoglio, sono i due valori cardine dell'emilianità produttiva. Qui c'è una capacità unica di governare il cambiamento in corsa che davvero non ha pari nel resto d'Italia. Per quanto ci riguarda, dico che il 2023 è stato finora un anno molto positivo. Ovviamente ci aspettiamo qualche rallentamento dal contesto globale, ma nulla di così preoccupante da mettere in discussione ordini e volumi produttivi. Style, sophistication e performance sono le carte vincenti del brand Ducati».

©IMPRODUZIONE/REPERATA

Gazzetta di Modena



Così l'evasione non frena la sua corsa

Il riaccendersi dell'inflazione ha portato tensioni sociali e i soliti vecchi vizi dell'Italia Su «L'Economia» in edicola domani gratis col «Corriere»

Inflazione alta e crescita bassa. Due condizioni micidiali per un paese come l'Italia chiamato a reagire. Una crisi solo apparentemente simile a quella dei terribili anni Settanta (gli anni di piombo) quando c'erano condizioni diverse per risalire la china. Lo spiega bene Ferruccio de Bortoli nella sua analisi su L'Economia in edicola domani gratis con il *Corriere della Sera*. «C'è chi sostiene — ricorda de Bortoli — che gli italiani per carattere, a differenza per esempio dei francesi, abbiano aspettative più basse dallo Stato e dall'intervento pubblico. In Italia siano più forti le comunità locali. La rete di solidarietà del privato sociale, del volontariato cattolico e laico, è così vasta e generosa da costituire un ammortizzatore sociale formidabile. E nello stesso tempo, addirittura, un vantaggio

competitivo in grado di attrarre investimenti soprattutto esteri. C'è un indiscutibile welfare familiare e generazionale che fa leva su una elevata, seppur in diminuzione, propensione al risparmio. Le pensioni integrano i modesti salari di figli e nipoti, spesso con impieghi precari». Eppure non basta, c'è un lato oscuro del nostro paese che è evidenziato dalla crescita costante di evasioni contributive ed evasione fiscale. Il 65% dell'Irpef viene sottratta all'Erario (ultimi dati in arrivo). «Una Repubblica fondata sul nero e sull'evasione di complicità» conclude de Bortoli.

Molto ricca, come sempre la sezione dedicata alle imprese a cominciare dalla storia di copertina dedicata a **Federica Minozzi**, amministratore delegato del gruppo **Iris Ceramica**, 550 milioni di ricavi con le lastre di grandi di-

mensioni per l'alta gamma, rafforza il suo impegno nella sostenibilità con uno stand 100% circolare. «Il settore soffre — spiega Minozzi — ma è sbagliato tagliare ora gli investimenti in innovazione. Lavorare con i grandi architetti è cruciale per capire come si progetta oggi e dal 2025 si pensa alla fabbrica a idrogeno».

Fronteggia l'inflazione anche l'e-commerce. A spiegarlo è Jacques-Antoine Granjon, ceo del gruppo Veepee. Il Bezos europeo, fondatore del gigante e-commerce nato dalla fusione tra VentePrivee e Privavia: «Attenzione a credere che il commercio possa essere solo digitale. Perderemmo la lotta al caro vita».

Crescita in vista anche alla Pandolfini: alle soglie del centenario la casa d'aste fiorentina espande l'offerta dai dipinti e dagli arredi alle bor-

se di seconda mano e alle opere digitali, i «non fungible token». Il ceo De Bernardi: «Obiettivo 40 milioni di ricavi».

In questo numero anche due speciali: uno dedicato agli avvocati giuslavoristi e alle novità in tema del diritto del lavoro. Il secondo è Trovavoro, l'inserto mensile dedicato al mondo dell'occupazione. In questo numero le opportunità nel turismo, moda e lusso.

Nella sezione Patrimoni si fa il punto sul confronto tra mattone e Btp: chi vince città per città. Con i tassi sopra il 4% il titolo di Stato, su una lunghezza di otto anni, primeggia nelle zone di prestigio, ma non in quelle semi centrali. Se si acquista in periferia per affittare prevale di misura la casa.

Isidoro Trovato
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Storie di impresa

I piani di Eatly a Manhattan e a Roma **Iris ceramica** sempre più sostenibile



Federica Minozzi

IRIS CERAMICA GROUP

«Siamo creativi e innovativi
Con più investimenti (e consumi)
lo sviluppo è garantito»

di FRANCESCA GAMBARINI 9

Al Cersaie che inizia oggi il gruppo **Iris Ceramica**, 550 milioni di ricavi con le lastre di grandi dimensioni per l'alta gamma, rafforza il suo impegno nella sostenibilità con uno stand 100% circolare. Dal 2025 la fabbrica a idrogeno

di FRANCESCA GAMBARINI



FEDERICA MINOZZI

SOSTENIBILE E DI LUSSO LA CERAMICA TRICOLORE FARÀ CRESCERE IL PAESE

Più che uno stand, una dichiarazione di intenti. A Cersaie, il Salone internazionale della ceramica, uno degli appuntamenti più importanti per il settore, che inizia oggi a Bologna, il gruppo **Iris Ceramica** ha voluto portare un messaggio più che un prodotto. «Il nostro stand *planet friendly* è uno spazio espositivo innovativo e al 100% circolare, che rappresenta la sfida che vogliamo vincere: mostrare come la ceramica possa fornire soluzioni funzionali per migliorare l'interazione tra uomo e ambiente — spiega **Federica Minozzi**, collegata da Sassuolo, dalla villa storica (faceva parte dei possedimenti del Ducato degli Estensi) e quartier generale del gruppo specializzato nella produzione di grandi lastre in ceramica tecnica di alta gamma per design, arredo e architettura, —. Abbiamo collaborato con Henoto, società di Piove di Sacco che si occupa di allestimenti fieristici internazionali. Tutti i materiali utilizzati per costruire la struttura così come le lastre

ceramiche, al termine della fiera verranno recuperati e riutilizzati per scopi futuri». Un'idea realizzabile anche grazie all'impiego di Attract, un sistema di posa magnetica sostenibile, sviluppato da Granitech, business unit del gruppo al servizio di tutti i brand della holding.

Il percorso

Del resto «reingegnerizzare» la ceramica, «materia nobile da sempre presente nella storia dell'uomo» tiene a precisare Minozzi, per il gruppo che oggi cuba 550 milioni circa di ricavi e investe tra i 15 e 20 milioni l'anno in ricerca e sviluppo, è un mantra ma anche una costante. «Siamo un'azienda storicamente forte — dice Minozzi, figlia del fondatore Romano, 88 anni, presidente del gruppo di cui detiene il 100% e azionista di Snam e Italgas —. Le radici ci permettono di essere stabili e allo stesso tempo interpretare le sfide del presente. Con il passaggio generazionale, quello che ho voluto

portare in azienda, ma anche in un settore molto conservativo come la manifattura, è una nuova cultura della ceramica, che vada oltre l'idea della piastrella e del solo rivestimento o pavimento. Promuoviamo un concetto di materia funzionale a tanti usi, dalla nautica alla cucina, dalle superficie smart per la domotica, alla ceramica eco-attiva, che ha proprietà antimicrobiche e antinquinamento».

L'altro grande fronte, da sempre aperto in **Iris Ceramica**, è quello della sostenibilità. Per il fondatore Romano, l'equazione «economia uguale ecologia» ha guidato lo sviluppo responsabile dell'azienda fin dagli anni Sessanta, non solo in termini di impegno per il territorio, ma anche di riduzione dell'impatto ambientale, dalla riduzione delle emissioni al consumo di acqua. «Da qui nasce l'accordo con Edison Next per H2 Factory, il nostro nuovo stabilimento produttivo di Castellarano (Reggio Emilia) che utilizzerà idrogeno verde, prodotto grazie a

Corriere della Sera - L'Economia

un sistema all'avanguardia realizzato su misura per le nostre esigenze — spiega Minozzi —. È il primo impianto del genere al mondo per l'industria ceramica, e per questo siamo diventati una case history». Lo stabilimento, che verrà alimentato a idrogeno nel corso del 2025, produrrà grandi lastre in ceramica «4D», la quarta dimensione si riferisce proprio alla sostenibilità, vale a dire, ampie superfici in ceramica tecnica a tutta massa, che serviranno soprattutto l'arredamento di lusso. «Tra i nostri clienti key account ci sono grandi nomi ed eccellenze dalla moda al settore automotive così come grandi gruppi internazionali del settore hospitality e ristorazione che ci seguono in questa svolta. Inoltre, lavorare con grandi studi di architetti, soprattutto nell'area di Londra, come ad esempio Make Architects, è stato cruciale per capire dove sta andando la progettazione e fare nostri quel modello — spiega Minozzi —. Retrofitting, upscaling, circolarità sono i concetti che

guideranno anche Iris Ceramica».

Quello del Cersaie, dove per altro Iris Ceramica porterà anche un evento diffuso che celebra il forte legame del gruppo con il mondo dell'arte, dal titolo *The Art of being a Group*, sarà un momento di confronto importante per un settore che affronta un momento particolarmente critico. «I ricavi del 2023 sono in calo del 25% circa tra le aziende italiane — conferma Minozzi —. Il 2022 aveva registrato numeri particolarmente buoni grazie alla domanda nata dal Superbonus e alle tendenze di rinnovamento degli spazi nate durante il Covid. Quest'anno con l'impatto dell'inflazione in molti stanno ritardando i progetti. Ma sarebbe sbagliato tagliare gli investimenti, da quelli in innovazione a quelli negli Esg, che ancora troppo spesso sono ritenuti costosi o un di più. Bisogna resistere anche in mezzo alla tempesta, gli imprenditori italiani sono storicamente bravi a farlo, e capire che scommettere sulla sostenibilità porterà un

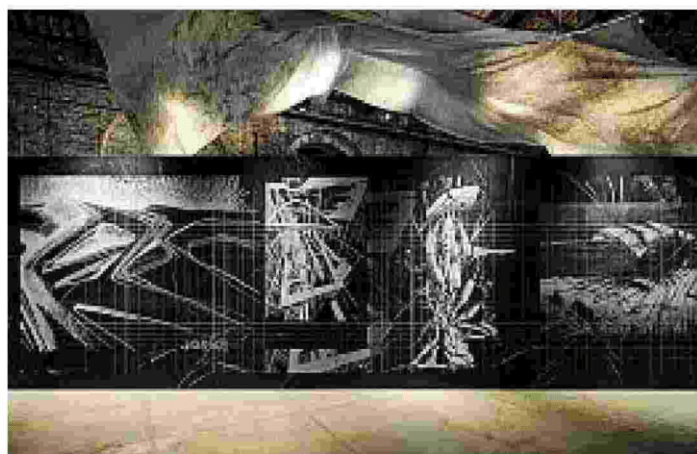
ritorno importante già nel breve periodo».

Nel breve, come nel lungo periodo, Minozzi continuerà a portare la sua concezione «disruptive» in azienda. «L'innovazione per noi non sarà solo di processo e prodotto, ma soprattutto di visione — conclude Minozzi —. Il passaggio generazionale tra me e mio padre è stato di per sé un grande cambiamento culturale. Credo abbia avuto successo, è stato importante gestire la naturale resistenza al cambiamento, portando in primo piano l'apertura al nuovo mondo, quello ingaggiato nella sostenibilità, e alla globalità. Quando sono entrata in azienda avevo 22 anni, la ceramica era un mondo tutto maschile. Il mio stile di leadership l'ho trovato col tempo, a costo di sbagli. Cosa mi ha insegnato papà? A trovare il mio modo di farmi rispettare. Ancora oggi è presente in azienda, pranziamo insieme tutti i giorni. La soluzione condivisa che troviamo è sempre migliore di quella dei singoli».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Corriere della Sera - L'Economia

Innovazione Le lastre in ceramica eco-attiva, decorate con il sistema Design Your Slabs di **Iris Ceramica** Group hanno dato vita a Cyberwall, installazione a cura di Alessandro Melis presentata in Biennale di Architettura 2021



FTSE MIB -0,77% FTSE IT All Share -0,84% CAC 40 -0,88% DAX 40 -1,05% FTSE 100 -0,85% Dow Jones -0,11% NASDAQ +0,23% Spread BTP-Bund 186,00

CORRIERE DELLA SERA

L'Economia

RISPARMI, MERCATI, IMPRESE

FINANZA BORSA E FONDI RISPARMIO TASSE CONSUMI CASA LAVORO INNOVAZIONE PENSIONI GUIDE IMPRESE MODA OPINIONI EVENTI PROFESSIONISTI Nautica Ecobonus

17:42 *** BTP: spread con Bund chiude in rialzo a 186 punti, rendimento a 16:04 Euro: scivola sotto 1,06 dollari dopo Lagarde, nuovo minimo da marzo 15:32 Microplastiche: stop Ue alla vendita, compresi i prodotti che le 15:22 Borsa: Europa peggiora ancora con parole Lagarde, Milano -1,2% e

IN EVIDENZA Le reazioni alla morte di Messina Denaro | Di Matteo, il fratello del piccolo sciolto nell'acido: «Perdono impossibile»



LA MANIFATTURA CHE INNOVA

Gruppo Iris, sostenibile e di lusso: la ceramica tricolore farà crescere il Paese

di Francesca Gambarini



Più che uno stand, una dichiarazione di intenti. A Cersaie, il Salone internazionale della ceramica, uno degli appuntamenti più importanti per il settore, dal 25 al 29 settembre a Bologna, il gruppo **Iris Ceramica** ha voluto portare un messaggio più che un prodotto. «Il nostro stand planet friendly è uno spazio espositivo innovativo e al 100% circolare, che rappresenta la sfida che vogliamo vincere: mostrare come la ceramica possa fornire soluzioni funzionali per migliorare l'interazione tra uomo e ambiente — spiega **Federica Minozzi**, collegata da Sassuolo, dalla villa storica (faceva parte dei possedimenti del Ducato degli Estensi) e quartier generale del gruppo specializzato nella produzione di grandi lastre in ceramica tecnica di alta gamma per design, arredo e architettura, —. Abbiamo collaborato con Henoto, società di

Piove di Sacco che si occupa di allestimenti fieristici internazionali. Tutti i materiali utilizzati per costruire la struttura così come le lastre ceramiche, al termine della fiera verranno recuperati e riutilizzati per scopi futuri». Un'idea realizzabile anche grazie all'impiego di Attract, un sistema di posa magnetica sostenibile, sviluppato da Granitech, business unit del gruppo al servizio di tutti i brand della holding.

Il percorso

Del resto «reingegnerizzare» la ceramica, «materia nobile da sempre presente nella storia dell'uomo» tiene a precisare Minozzi, per il gruppo che oggi cuba 550 milioni circa di ricavi e investe tra i 15 e 20 milioni l'anno in ricerca e sviluppo, è un mantra ma anche una costante. «Siamo un'azienda storicamente forte — dice Minozzi, figlia del fondatore Romano, 88 anni, presidente del gruppo di cui detiene il 100% e azionista di Snam e Italgas—. Le radici ci permettono di essere stabili e allo stesso tempo interpretare le sfide del presente. **Con il passaggio generazionale, quello che ho voluto portare in azienda, ma anche in un settore molto conservativo come la manifattura, è una nuova cultura della ceramica**, che vada oltre l'idea della piastrella e del solo rivestimento o pavimento. Promuoviamo un concetto di materia funzionale a tanti usi, dalla nautica alla cucina, dalle superficie smart per la domotica, alla ceramica eco-attiva, che ha proprietà antimicrobiche e antinquinamento».

ecologia» ha guidato lo sviluppo responsabile dell'azienda fin dagli anni Sessanta, non solo in termini di impegno per il territorio, ma anche di riduzione dell'impatto ambientale, dalla riduzione delle emissioni al consumo di acqua. «Da qui nasce l'accordo con Edison Next per H2 Factory, il nostro nuovo stabilimento produttivo di Castellarano (Reggio Emilia) che utilizzerà idrogeno verde, prodotto grazie a un sistema all'avanguardia realizzato su misura per le nostre esigenze — spiega Minozzi —. È il primo impianto del genere al mondo per l'industria ceramica, e per questo siamo diventati una case history». **Lo stabilimento, che verrà alimentato a idrogeno nel corso del 2025, produrrà grandi lastre in ceramica «4D», la quarta dimensione si riferisce proprio alla sostenibilità, vale a dire, ampie superfici in ceramica tecnica a tutta massa, che serviranno soprattutto l'arredamento di lusso.** «Tra i nostri clienti key account ci sono grandi nomi ed eccellenze dalla moda al settore automotive così come grandi gruppi internazionali del settore hospitality e ristorazione che ci seguono in questa svolta. Inoltre, lavorare con grandi studi di architetti, soprattutto nell'area di Londra, come ad esempio Make Architects, è stato cruciale per capire dove sta andando la progettazione e fare nostri quel modello — spiega Minozzi —. Retrofitting, upscaling, circolarità sono i concetti che guideranno anche **Iris Ceramica**».

I modelli di leadership

Quello del Cersaie, dove per altro **Iris Ceramica** porterà anche un evento diffuso che celebra il forte legame del gruppo con il mondo dell'arte, dal titolo The Art of being a Group, sarà un momento di confronto importante per un settore che affronta un momento particolarmente critico. «I ricavi del 2023 sono in calo del 25% circa tra le aziende italiane — conferma Minozzi —. Il 2022 aveva registrato numeri particolarmente buoni grazie alla domanda nata dal Superbonus e alle tendenze di rinnovamento degli spazi nate durante il Covid. Quest'anno con l'impatto dell'inflazione in molti stanno ritardando i progetti. **Ma sarebbe sbagliato tagliare gli investimenti, da quelli in innovazione a quelli negli Esg, che ancora troppo spesso sono ritenuti costosi o un di più.** Bisogna resistere anche in mezzo alla tempesta, gli imprenditori italiani sono storicamente bravi a farlo, e capire che scommettere sulla sostenibilità porterà un ritorno importante già nel breve periodo». Nel breve, come nel lungo periodo, Minozzi continuerà a portare la sua concezione «disruptive» in azienda. «L'innovazione per noi non sarà solo di processo e prodotto, ma soprattutto di visione — conclude Minozzi —. Il passaggio generazionale tra me e mio padre è stato di per sé un grande cambiamento culturale. Credo abbia avuto successo, è stato importante gestire la naturale resistenza al cambiamento, portando in primo piano l'apertura al nuovo mondo, quello ingaggiato nella sostenibilità, e alla globalità. Quando sono entrata in azienda avevo 22 anni, la ceramica era un mondo tutto maschile. Il mio stile di leadership l'ho trovato col tempo, a costo di sbagli. **Cosa mi ha insegnato papà? A trovare il mio modo di farmi rispettare.** Ancora oggi è presente in azienda, pranziamo insieme tutti i giorni. La soluzione condivisa che troviamo è sempre migliore di quella dei singoli».

FTSE MIB -0,46% FTSE IT All Share -0,45% CAC 40 -0,4% DAX 40 -0,09% FTSE 100 +0,07% Dow Jones -0,31% NASDAQ +0,05% Spread BTP-Bund 183,00

CORRIERE DELLA SERA

L'Economia

RISPARMI, MERCATI, IMPRESE

ABBONATI LOGIN

FINANZA BORSA E FONDI RISPARMIO TASSE CONSUMI CASA LAVORO INNOVAZIONE PENSIONI GUIDE IMPRESE MODA OPINIONI EVENTI PROFESSIONISTI EURACTIV

Nautica Ecobonus

19:00 Tim: Kkr chiede proroga al 15 ottobre per offerta vincolante su NetCo	18:55 Borsa: settimana clou delle Banche centrali pesa sull'Europa, Milano	18:53 Ue: Meloni, Italia non si puo' permettere di perdere neppure un euro	18:31 Ue: Meloni, Italia responsabile, sara' prima e piu' brava a spendere fondi
---	--	--	--

IN EVIDENZA La camera ardente del Presidente emerito Napolitano



L'ECONOMIA IN EDICOLA LUNEDÌ GRATIS COL «CORRIERE»

Evasione e lavoro sommerso: l'inflazione spinge i vecchi vizi. E non si cresce

di Isidoro Trovato



Inflazione alta e crescita bassa. Due condizioni micidiali per un paese come l'Italia chiamato a reagire. Una crisi solo apparentemente simile a quella dei terribili anni Settanta (gli anni di piombo) quando c'erano condizioni diverse per risalire la china. Lo spiega bene Ferruccio de Bortoli nella sua analisi su L'Economia in edicola domani gratis con il Corriere della Sera. «C'è chi sostiene — ricorda de Bortoli — che gli italiani per carattere, a differenza per esempio dei francesi, abbiano aspettative più basse dallo Stato e dall'intervento pubblico. In Italia siano più forti le comunità locali. La rete di solidarietà

del privato sociale, del volontariato cattolico e laico, è così vasta e generosa da costituire un ammortizzatore sociale formidabile. E nello stesso tempo, addirittura, un vantaggio competitivo in grado di attrarre investimenti soprattutto esteri. C'è un indiscutibile welfare familiare e generazionale che fa leva su una elevata, seppur in diminuzione, propensione al risparmio. Le pensioni integrano i modesti salari di figli e nipoti, spesso con impieghi precari». Eppure non basta, c'è un lato oscuro del nostro paese che è evidenziato dalla crescita costante di evasioni contributive ed evasione fiscale. Circa 30 miliardi di Irpef vengono sottratti all'Erario (ultimi dati in arrivo). «Una Repubblica fondata sul nero e sull'evasione di complicità» conclude de Bortoli.

Molto ricca, come sempre la sezione dedicata alle imprese a cominciare dalla storia di copertina dedicata a [Federica Minozzi](#), amministratore delegato del gruppo [Iris Ceramica](#), 550 milioni di ricavi con le lastre di grandi dimensioni per l'alta gamma, rafforza il suo impegno nella sostenibilità con uno stand 100% circolare. «Il settore soffre — spiega Minozzi — ma è sbagliato tagliare ora gli investimenti in innovazione. Lavorare con i grandi architetti è cruciale per capire come si progetta oggi e dal 2025 si pensa alla fabbrica a idrogeno».

Fronteggia l'inflazione anche l'e-commerce. A spiegarlo è Jacques-Antoine Granjon, ceo del gruppo Veepee. Il Bezos europeo, fondatore del gigante e-commerce nato dalla fusione tra VentePrivee e Privalia: «Attenzione a credere che il commercio possa essere solo digitale. Perderemmo la lotta al caro vita». Crescita in vista anche alla Pandolfini: alle soglie del centenario la casa d'aste fiorentina espande l'offerta dai dipinti e dagli arredi alle borse di seconda mano e alle opere digitali, i «non fungibile token». Il ceo De Bernardi: «Obiettivo 40 milioni di ricavi».

In questo numero anche due speciali: uno dedicato agli avvocati giuslavoristi e alle novità in tema del diritto del lavoro. **Il secondo è Trovolavoro**, l'inserto mensile dedicato al mondo dell'occupazione. In questo numero le opportunità nel turismo, moda e lusso.

Nella sezione Patrimoni si fa il punto sul confronto tra mattone e Btp: chi vince città per città. Con i tassi sopra il 4% il titolo di Stato, su una lunghezza di otto anni, primeggia nelle zone di prestigio, ma non in quelle semi centrali. Se si acquista in periferia per affittare prevale di misura la casa.

Forbes Women's Week: le protagoniste e le foto del party a Palazzo Parigi

Ascolta questo articolo ora... Si è conclusa con successo la terza edizione della Forbes Women's Week, settimana di incontri organizzata da Forbes Italia per dar voce e celebrare le protagoniste femminili del panorama lavorativo italiano. Quattro tavole rotonde incentrate su temi quali Leadership, Internazionalizzazione, Moda e Design e Comunicazione, che si sono svolte in alcune delle location più esclusive del centro di Milano. A conclusione, un party esclusivo a Palazzo Parigi, nella serata del 22 settembre. Le location che hanno ospitato gli eventi sono state la sede di via Santa Maria Segreta di



Bain&Company, quella di piazza Fontana di Antolini Duomo Milano, la sede di via Seprio di Action Agency e quella di Pavia e Ansaldo Studio Legale in via del Lauro. In ciascuna delle giornate imprenditrici, manager italiane e grandi professioniste hanno avuto modo di confrontarsi e di condividere la propria esperienza. Ecco tutte le relatrici delle varie giornate: Claudia D'Arpizio, senior partner di Bain & Company e membro del cda globale di Bain Claudia Parzani, presidente di Borsa Italiana e partner di Linklaters Anthea Comellini, ingegnere aerospaziale e membro della Riserva delle Astronave dell' ESA Maura Latini, presidente di Coop Italia Dominga Cotarella, ceo di Famiglia Cotarella Valeria Sterpos, partner e WAB Leader EMEA di Bain & Company Elisa Manni, marketing manager di Antolini Claudia Pievani, founder e ceo di Miamojo Raffaella Oliverio, creative director Hi-Interiors Gabriella del Signore, managing director di Ghénos Communication e co-founder di Tricolore Design Hub Costanza Caracciolo, founder di Coistel Beauty Manuela Ronchi, ceo di Action Agency Valentina Cammarata, ceo di Futura Management Laura Romano, responsabile della divisione ricerca e sviluppo per Italia, Grecia e Cipro di Henkel Benedetta Balestri, co-founder e managing director di One Shot Group Wilma Oliverio, ceo di AB Normal Entertainment Company Sara Centemero, country manager di impact.com Meritxell Roca Ortega, partner di Pavia e Ansaldo Giovanna Flacco, global marketing e brand manager di Officina Profumo di Santa Maria Novella Fausta Colosimo, head of international markets di Caffè Trucillo Francesca Morichini, chief hr officer di Amplifon Danila De Stefano, founder e ceo di Unobravo Il party a Palazzo Parigi La prestigiosa cornice di Palazzo Parigi di Milano è stata la location per il party finale nella quale hanno partecipato ospiti straordinari, sempre al femminile, intervistati dal direttore di Forbes, Alessandro Mauro Rossi Un evento unico, con una esclusiva light dinner in una delle location milanesi più glamour, durante il quale le donne italiane di successo selezionate da Forbes hanno avuto modo di incontrarsi, confrontandosi e facendo network. A salire sul palco sono state: [Federica Minozzi](#), ceo di [Iris Ceramica](#) Group Cristina Zucchetti, presidente di Zucchetti Group Francesca Mortari, direttrice YouTube per il Sud Europa Maria Cristina Rosaria Pisani, presidente di Consiglio Nazionale Giovani Alessandra Abriani, consulente del lavoro di Studio Necchio Francesco Tapinassi, direttore di Toscana Promozione Clara Svanera, responsabile progetto Donne e Turismo di Toscana Promozione Rossella Cardone, ex director, head of sustainability office di Jaguar Land Rover © RIPRODUZIONE RISERVATA

Iris Ceramica Group presenta “The Art of Being Attractive”

by Redazione — 28 Settembre 2023

Per la 40esima edizione di Cersaie, **Iris Ceramica** Group presenta il primo Stand Planet-Friendly. Totalmente circolare, è stato realizzato in partnership con **Henoto**, società internazionale specializzata in allestimenti fieristici green.

I valori di Iris Ceramica sono stati tradotti in uno spazio che riflette l'impegno tangibile dell'azienda verso la sostenibilità ambientale e la gestione responsabile delle risorse. Tutti i materiali utilizzati per costruire lo stand – inclusi i rivestimenti in ceramica – sono stati ideati per essere riutilizzato al 100% e saranno in seguito accuratamente raccolti e destinati a futuri impieghi. “L'eliminazione delle fasi come verniciature e tagli in opera – si legge in una nota –, insieme all'uso di materiali leggeri ma robusti come l'alluminio e il tessuto, ha migliorato sensibilmente le condizioni di lavoro dei professionisti in cantiere, il tutto mantenendo un elevato standard di qualità e un impatto estetico di rilievo”.

Il tema centrale presentato a **Cersaie** *The Art of Being a Group* si declina nello stand in *The Art of Being Attractive*. Giocando sulla doppia lettura di attractive, che in un senso si riferisce all'estetica dell'attrazione, mentre in un secondo significato indica il nome del sistema Attract, una soluzione all'avanguardia di posa magnetica a secco, sviluppata dalla business unit **Granitech**.

Questo sistema – ha reso noto l'azienda – “consente l'assemblaggio magnetico delle lastre ceramiche in modo rapido e senza la necessità di utilizzare collanti. Ciò significa che ogni lastra può essere rimossa o sostituita senza richiedere demolizioni, aprendo la strada al riutilizzo illimitato sia delle lastre stesse sia della base magnetica. Quest'ultima può essere facilmente tagliata e riassemblata senza perdere la sua efficacia, confermando la circolarità del processo e la sostenibilità ecologica di questa innovativa soluzione”.

Questa tecnica è stata utilizzata per la realizzazione del grande murales *Blooming Bonds* creato in esclusiva per il gruppo dall'artista internazionale **Becha**. Le opere realizzate comprendono una video installazione e un collage con cui il visitatore può interagire modificando l'opera. Alcuni elementi del murales, grazie al sistema che consente la posa magnetica delle lastre ceramiche, possono infatti essere staccati e sostituiti con altri presenti in una library di texture.

Living Etc



Living Etc

SOURCEBOOK

DAY TRIP

We recommend treating a trip to Iris Ceramica Group's new showroom as like that of an art gallery, rather than merely a platform for the group's ceramic surfaces. In fact, they even call it a gallery to reflect its interactive offering: visitors move from an augmented reality world on the ground floor, inspired by the brand's eco-active surfaces, to a material gallery and comfort lounge on the floors above. A must-visit for design aficionados. ICG Gallery, 61-67 Old Street, London



Domus

domus 1083 Ottobre October 2023

DIARIO LXIII

Il regno della ceramica tra reale e virtuale

Testo/Text **Elena Sommariva**



Sopra: vetrine della ICG Gallery a Londra. Sotto, da sinistra: Edible Clouds, installazione in occasione della Clerkenwell Design Week lo scorso maggio; interno della ICG Gallery. In basso, da sinistra: due viste della Material Gallery di piano interrato

A Londra, nella centralissima Clerkenwell, a due passi dal Barbican, il più grande centro teatrale d'Europa, lo scorso maggio lo showroom di Iris Ceramica Group ha cambiato veste e appellativo, diventando ICG Gallery. Il nuovo nome indica già con chiarezza la funzione "allargata" dello spazio che, andando al di là della semplice vetrina, intende proporsi come una "galleria d'arte contemporanea, interattiva, tecnologica e coinvolgente". L'esperienza immersiva comincia in realtà già all'esterna, davanti alle vetrine, dove una rappresentazione digitale, una sorta di pioggia virtuale, richiama l'elemento acqua, da cui deriva l'idrogeno verde (alimentato cioè da energia rinnovabile), prodotto grazie a un sistema realizzato su misura, che andrà ad alimentare il nuovo stabilimento H2 Factory di Castellarano, in provincia di Reggio Emilia, operativo dal 2025.

Un vanto per il gruppo emiliano, anche perché in Italia è il primo nel suo genere in un settore particolarmente energivoro come quello ceramico: 132 tonnellate di idrogeno verde, invece di 500.000 m³ di gas metano all'anno.

Al piano terra, la realtà aumentata e una semplice app permettono ai visitatori di scoprire gli effetti benefici delle superfici ecattive Active Surfaces®. La Material Gallery, al primo piano, vuole essere un viaggio nella materia, tra texture, formati e spessori per creare abbinamenti e composizioni, e sperimentare nuove applicazioni. Elemento chiave è l'innovativa posa magnetica "Attract: Smart living goes magnetic", l'ultima soluzione sviluppata dal Gruppo. Se i livelli fuori terra sono dedicati alla scoperta e all'esperienza dei materiali e dei prodotti, il livello interrato ruota attorno a una lounge accogliente - che alterna nicchie confortevoli a una grande cucina open space - e introduce la ricerca tecnologica: dalle applicazioni per il design alle superfici touch per la domotica, dall'arredamento tailor made alle soluzioni smart.

The realm of ceramics between real and virtual

In Central London's Clerkenwell area, a stone's throw from the Barbican, Europe's largest theatre venue, the Iris Ceramica Group showroom changed its name and look last May to become ICG Gallery. The new name clearly indicates the space's "expanded" function. Going beyond a simple showcase, it aims to be an "interactive, technological and engaging contemporary art gallery". The immersive experience starts outside, in front of the shop windows, where a digital representation recalls the element of water as a sort of virtual rain that produces green hydrogen (i.e. hydrogen obtained with renewable energy).

This clean fuel is generated by a custom-made system, which from 2025 will power the new H2 Factory in Castellarano, in the province of Reggio Emilia. It's a source of pride for the Emilian group, also because it's the first of its kind in Italy in an energy-intensive sector such as ceramics: using 132 tonnes of green hydrogen per year instead of 500,000 m³ of methane.

On the ground floor, augmented reality and an app allow visitors to discover the benefits of eco-active Active Surfaces®.

The first-floor Material Gallery offers a journey through matter, playing with textures, formats and thicknesses to create combinations and compositions and experiment with new applications. A key element is the innovative magnetic laying function "Attract: Smart living goes magnetic", the latest solution developed by the group. While the above-ground levels are dedicated to the discovery and experience of materials and products, the basement level centres on a welcoming lounge, alternating comfortable niches with a large open-plan kitchen, it introduces technological research: design applications, touch surfaces for home automation, tailor-made furnishings and smart solutions.



• Top left: windows of the ICG Gallery in London. Centre, from left: Edible Clouds, installation during Clerkenwell Design Week last May; interior from the ICG Gallery. Above, from left: two views of the Material Gallery in the basement

Negozii / Shops

The End of the Two-State Solution?

INTERNATIONAL
Newsweek
THE
FUTURE
IS...

SINGAPORE

CHARLOTTE // FREIBURG // PARIS // SEATTLE

HOW
THESE FIVE
PLACES ARE
LEADING THE WAY
TO A GREENER
WORLD



0 6 . 1 0 . 2 0 2 3



ALBANIA €6.24	CZECH REP. CZK340	HOLLAND €7.00	LEBANON L130.000	NORWAY NOK219	SERBIA RSD3035	SWITZERLAND CHF20.80
AUSTRALIA \$11.00	DENMARK DKK87	HONG KONG HK\$8	LITHUANIA €5.99	OMAN OMR 3.250	S. LEONE \$130.000	UKA AED42
AUSTRIA €10.00	EGYPT E£ 65.00	HUNGARY FTL900	LUXEMBOURG €7.90	POLAND PLN29.99	SINGAPORE S\$ 9.95	UK £3.91
BAHRAIN BHD3	FINLAND €7.00	IRELAND €7.00	MALTA €7.00	PORTUGAL €7.00	SLOVAKIA €3.50	US \$10.99
BELGIUM €7.00	FRANCE €7.50	ISRAEL NIS35	MONTENEGRO €5.30	QATAR QHR5	SLOVENIA €3.50	ZIMBABWE ZWD4.00
CHINA RMB80	GERMANY €7.50	ITALY €7.00	MOROCCO MCH70	MALAYSIA RM27.90	SOUTH AFRICA R105.00	
CROATIA HRK70	GIBRALTAR £6.05	KUWAIT KWD3.00	NEW ZEALAND \$4.00	ROMANIA LEI42.00	SPAIN €7.00	
CYPRUS €7.00	GREECE €7.50	LATVIA €5.50	NIGERIA N5.400	SAUDI ARABIA SR30.00	SWEDEN SEK219	

Content from
The International Investor

Iris Ceramica Group A Shift In Mindset

Italy's economy clocked up impressive growth of 3.8% in 2022, and business and consumer confidence continued to strengthen into 2023, according to the Organisation for Economic Cooperation and Development, a grouping of affluent countries. The OECD noted that "employment continues to grow robustly", pushing unemployment to a historic low. The strength of the economy is also reflected in the role of the ceramics industry.

Italy-based Iris Ceramica Group is one of the leading lights in the sector of high-end ceramic surfaces for luxury market, delivering highly-tailored innovative solutions to its customers. Its activities span the spectrum from traditional handmade materials that are rooted in the centuries-old craftsmanship emblematic of the Emilia Romagna's region, where it is based, to a cutting-edge green hydrogen factory. The latter will help Iris deliver on its ESG goals, which are at the very heart of what the company does.

"Our distinguishing values - **Innovation, Sustainability, Excellent Quality** - and being one step ahead, are part of our DNA. We have always been driven by a strong pioneering spirit and a constant attention to environmental sustainability, often acting as a trailblazer in the ceramic world. We express distinctive authenticity," says Iris Ceramica Group president Romano Minozzi. "Ceramics make people feel comfortable, there is also a strong bond between nature, people and ceramics, tracing back to prehistoric times. Ceramics are connected to the earth and fire; they are noble-earth elements forged by fire."

Iris Ceramica Group's materials have also recently obtained the most meaningful sustainable certificates reflecting its commitment to the circular economy. Federica Minozzi, CEO, says that the company constantly seeks "to cultivate a more favourable human-industrial interface", fostering a novel industrial humanism that acknowledges that ecology and the economy are intrinsically linked. Industrial processes need to be re-evaluated overhauled "to uplift people's lives". To this end, Iris seeks to establish an ecosystem in which recycling and upcycling prevail, and pre-existing materials can be metamorphosed or elevated into new ones to prolong their lifespan in a new shape.

"Our commitment extends to recycling and reintegrating these materials into our economic framework - an endeavour that truly excites us," says Federica Minozzi. "Nowadays, everyone is compelled to demonstrate their environmental consciousness. However, our engagement goes far beyond surface-level actions, necessitating not only financial investment but also a fundamental shift in mindset, grounded in genuine commitment."

Iris Ceramica Group's green hydrogen factory will produce hydrogen within 2025 to be used



Romano Minozzi
President



Federica Minozzi
CEO

in the company's kilns. The project is being developed in several phases, with initial stages already underway. This initiative marks the start of a new journey towards the decarbonisation of a particularly energy-intensive industrial sector, the contribution of which is crucial for achieving the energy transition objectives. Skill, technology, innovation and the determination to believe in a virtuous path are the key elements for the first ever "green" ceramic industry.

During Clerkenwell Design Week in May 2023, Iris Ceramica Group unveiled its new ICG Gallery in Central London, which further underlines its capabilities and commitments. The gallery introduces an entirely new concept that the company is eager to introduce to the market, and is expected to act as a blueprint for future ICG galleries in cities such as New York, Milan, Berlin and San Francisco. The gallery emphasises the company's core values through interactivity, immersion, and advanced technology, both to showcase the company's natural ceramic slabs and to convey its values. Upon entering the ICG Gallery, visitors are immersed in an augmented reality environment demonstrating the principles of Iris's eco-active materials known as Active Surfaces®. Active Surfaces® are highly technically complex and are antimicrobial, anti-odour, anti-pollutant, and easy to clean.

The gallery also gives visitors the opportunity to experience Iris's other innovative solutions, including "Hypertouch" which allows the user to control any device and equipment with a simple touch, and "Attract", the company's latest solution. Attract is integral to Iris Ceramica Group's future recycling plans and will enable it to move

beyond traditional production methods - from a model of producing, selling, and prematurely discarding products, Iris envisages customers leasing materials for varying durations, with the company providing maintenance services. This approach fits with the reuse concept, wherein materials are repurposed rather than wasted.

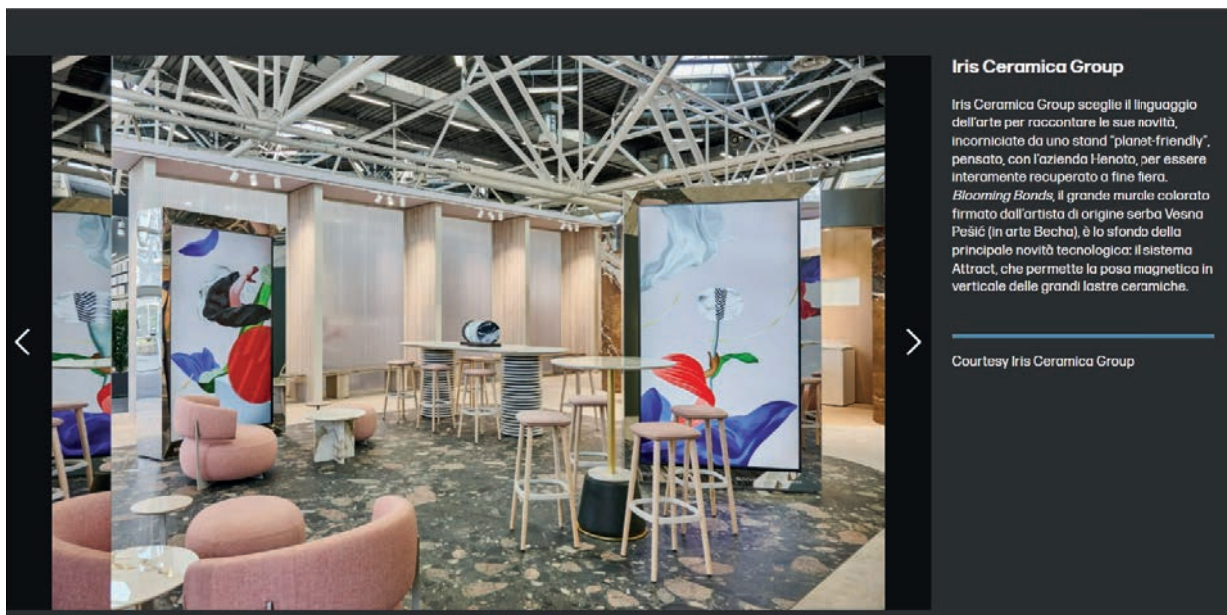
"The "Attract" technology has received positive feedback in the London market, particularly among the most important architectural practices who now engage in the new concept of retrofitting," says Federica Minozzi. "This trend involves adapting buildings for different purposes without significant demolition, catering to varying needs like converting a space into a shop or a COVID testing clinic. This flexibility aligns with our vision of ceramic materials serving as adaptable "dresses" for environments, providing a means to change and repurpose spaces. We're focused on retrieving slabs post-use, reuse them as is, utilising our Designer's Lab for redesign, or even upscaling them into new forms or furniture."

The Italian group believes the London ICG Gallery will help inspire the architecture and design sectors, with professionals from each offering ideas and needs, and Iris Ceramica Group responds by creating bespoke solutions to align with these visions.

In everything it does, Iris remains true to the traditions of Italian ceramics - craftsmanship, creativity, experimentation, and a connection to the environment and society around.

"We serve as the custodians of ceramic culture and industry, not only in our local region but across the globe," says Romano Minozzi.





Iris Ceramica Group

Iris Ceramica Group sceglie il linguaggio dell'arte per raccontare le sue novità, incominciate da uno stand "planet-friendly", pensato, con l'azienda Henoto, per essere interamente recuperato a fine fiera.

Blooming Bonds, il grande murale colorato firmato dall'artista di origine serba Vesna Pešić (in arte Becha), è lo sfondo della principale novità tecnologica: il sistema *Attract*, che permette la posa magnetica in verticale delle grandi lastre ceramiche.

Courtesy Iris Ceramica Group

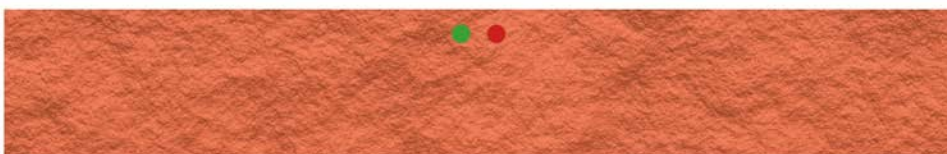


Iris Ceramica Group

In questo modo, i singoli elementi possono essere staccati, sostituiti e combinati, all'insegna della massima personalizzazione. La parete, grande 18 metri per 3, riassume graficamente i valori fondanti del gruppo: sostenibilità, bellezza, eccellenza e innovazione.

Courtesy Iris Ceramica Group





AROUND
WATER

QUEST

RIVESTIMENTI NARRATIVI

Diesel Living with Iris Ceramica presenta sette nuove collezioni, ognuna capace di raccontare il mondo delle superfici con un piglio diverso. Sofisticato e anticonvenzionale

di Claudio Moltani



Aged Concrete by Diesel Living with Iris Ceramica

Disruptive Thinking è il titolo del talk che a fine settembre, presso la sede di Iris Ceramica Group, ha visto l'intervento di **Federica Minozzi**, ceo di Iris Ceramica Group – di cui il brand Iris Ceramica è parte – e di **Andrea Rosso**, creative director di Diesel Living. All'interno dello showroom modenese, i due imprenditori hanno raccontato la partnership che li lega dal 2016 con il brand **Diesel Living with Iris Ceramica**.

SFOGLIA THE BOOK



READ LAST NEWS



DESIGN

Immagine concreta

Sono quattro le giovani realtà che hanno spiccato a Edit Napoli 2023. Si sono distinte per la cura meticolosa dell'intero





La ceramica diventa così materiale per **sperimentare un'estetica multiforme** incentrata sulla contaminazione di codici e riferimenti culturali attinenti a diversi settori come moda, arte e design. Il risultato è un *signature look* che rende ben riconoscibile la cifra stilistica di Diesel Living with Iris Ceramica in cui marmo, metallo, cemento, PVC, tessuto vengono ripensati per restituire superfici ceramiche accattivanti, enigmatiche e fascinosi.



Ogni progetto stimola la vista e il tatto con un vortice di elementi diversi, talvolta opposti tra loro, che si esaltano a vicenda. Nascono così le sette nuove collezioni: le proposte in gres porcellanato **Hoily Marble**, **Welding Rivets** e **Aged Concrete** e i rivestimenti in semigres **Melt**, **Stripes**, **Wrinkle Foil** e **Vynil**.

contractnetwork.it



RIVESTIMENTI NARRATIVI

Diesel Living with Iris Ceramica presenta sette nuove collezioni, ognuna capace di raccontare il mondo delle superfici con un piglio diverso. Sofisticato e anticonvenzionale

di Claudio Moltani



Da sinistra, Andrea Rosso e Federica Minozzi

Disruptive Thinking è il titolo del talk che a fine settembre, presso la sede di Iris Ceramica Group, ha visto l'intervento di **Federica Minozzi**, ceo di Iris Ceramica Group – di cui il brand Iris Ceramica è parte – e di **Andrea Rosso**, creative director di Diesel Living. All'interno dello showroom modenese, i due imprenditori hanno raccontato la partnership che li lega dal 2016 con il brand **Diesel Living with Iris Ceramica**.



La ceramica diventa così materiale per **sperimentare un'estetica multiforme** incentrata sulla contaminazione di codici e riferimenti culturali attinenti a diversi settori come moda, arte e design. Il risultato è un *signature look* che rende ben riconoscibile la cifra stilistica di Diesel Living with Iris Ceramica in cui marmo, metallo, cemento, PVC, tessuto vengono ripensati per restituire superfici ceramiche accattivanti, enigmatiche e fascinosi.



Ogni progetto stimola la vista e il tatto con un vortice di elementi diversi, talvolta opposti tra loro, che si esaltano a vicenda. Nascono così le sette nuove collezioni: le proposte in gres porcellanato **Hoily Marble**, **Welding Rivets** e **Aged Concrete** e i rivestimenti in semigres **Melt**, **Stripes**, **Wrinkle Foil** e **Vynil**.



Art Attract

Fari puntati su Iris Ceramica Group che nella settimana della ceramica coniuga soluzioni e creatività unendo arte e sostenibilità e presentando la nuova collezione firmata Diesel Living with Iris Ceramica

Redazione | 19 Ottobre 2023



Melt by Iris Ceramica Group & Diesel Living

Legare un percorso green a proposte cool non è da tutti e non tutti i giorni: per **Iris Ceramica Group** è invece diventata la sua quotidianità, forma e sostanza sono unite tra di loro da un indissolubile legame che posiziona l'azienda sul gradino più alto di un ipotetico podio della virtuosità.



Iris Ceramica Group, Cersaie 2023

E ogni proposta ha avuto un proprio contesto: l'innovativo e rivoluzionario stand 100% riciclabile al Cersaie e la nuova collezione firmata da **Diesel Living** durante un evento nella sede di Fiorano. La sostenibilità del Gruppo parte da lontanissimo e oggi non è più solo un valore aggiunto, ma un vero e proprio asset aziendale, tutto si mette in moto se i green benchmark sono rispettati.



Iris Ceramica Group, Cersaie 2023

E lo stand del Cersaie apre le porte al matrimonio tra *zero carbon print* e arte, uno stand Planet-Friendly con un percorso che accoglie i visitatori con il grande murales **Blooming Bonds** realizzato (insieme alle altre opere esposte) dall'artista internazionale **Becha** per poi guidarli in un'immersione tra tecnologia e percorso museale. Becha (alias di **Vesna Pešić**) ha creato una serie di opere che sono state riprodotte sulle lastre ceramiche di Iris ceramica Group (con i propri brand **FMG**, **Iris**, **Ariostea** e **Fiandre**) con la tecnologia **Design Your Slabs**.



Stripes by Iris Ceramica Group & Diesel Living

Ma tutto questo lato artistico e creativo moltiplica il proprio effetto quando incontra la raffinata tecnologia **Attract**, ennesima creatura dell'azienda, che consiste in un sistema di posa magnetica tramite calamite. Uno stand che si è

ifdm.design

trasformato in un collage che rappresenta una forma d'arte. La ricca library di texture messe a disposizione ha consentito ai visitatori di comporre le pareti – e quindi le opere di Becha – a proprio gradimento.



Vynil by Iris Ceramica Group & Diesel Living

Il lato fashion e cool di Iris Ceramica Group è arrivato in occasione della presentazione delle nuove proposte in collaborazione con Diesel Living. Nell'arena dell'head quarter dell'azienda **Federica Minozzi** – CEO del Gruppo – e **Andrea Rosso** – Creative Director e Man of Sustainability di Diesel Living – hanno introdotto con il talk **The Art of Being Disruptive** le novità figlie della ormai consolidata partnership con il brand Iris Ceramica.



FOSTERING IDENTITIES:

MATTER, CULTURE, TECHNOLOGY

9 November, 5:00 PM - 6:00 PM

Manufacturing processes that deploy natural materials bind communities to places where they are sourced and processed. How deeply globalization of trades influences this relationship? What answers can the creative communities give to a widely diffused call for conveying the local in all expressions of lifestyle?

Speakers: Federica Minozzi (IRIS Ceramica Group), Lidewij Edelkoort, Sumaya Dabbagh (Dabbagh Architects)

Moderator: Massimo Imparato



The screenshot shows a mobile application interface. At the top left is the 'emilia' logo. A search bar contains the text 'cosa vuoi cercare?'. Below the search bar are social media sharing icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, and Email, with the word 'Share' next to the Facebook icon. The 'fare' logo is in the top right corner. The main content area features the title 'FARE INSIEME - Ep. 154 - Iris Ceramica Group, quella sana ossessione nel fare le cose al meglio' and a quote: «Abbiamo una vocazione ben precisa: reingegnerizzare la ceramica». The date '30/10/2023' is displayed below the quote. At the bottom, there is a large image of a podcast cover. The cover has a green background and features a photo of a smiling woman with long brown hair. Text on the cover includes 'fare insieme', 'Federica Minozzi racconta Iris Ceramica Group', 'Podcast con Giampaolo Colletti Ep. 154', and 'storie di imprese, persone, comunità'. There are also small icons for various social media and sharing options at the bottom of the cover.

A Fiorano Modenese c'è un'azienda che diventa leader mondiale nelle soluzioni innovative e sostenibili legate alla ceramica. Si tratta di Iris Ceramica Group: 1.500 dipendenti nel mondo per un fatturato di oltre 550 milioni di euro. L'headquarter è a Fiorano, ma ci sono sei stabilimenti distribuiti tra le province di Modena e Reggio Emilia e due siti produttivi all'estero in Germania e negli Stati Uniti. Per FARE INSIEME Giampaolo Colletti intervista Federica Minozzi, CEO di Iris Ceramica Group

di Giampaolo Colletti

[@gpcolletti](#)

«C'è sempre un modo migliore per fare le cose». Questa sana ossessione all'eccellenza è il mantra di un venticinquenne emiliano che a cavallo degli anni '50 e '60 ha voglia di fare di più. Lo aveva detto senza successo anche al suo direttore di banca, dove aveva iniziato a lavorare subito dopo la laurea in economia. Così il giovane Romano Minozzi decide di lasciare quel posto fisso in banca per fare impresa. Spirito libero e innovatore, quello di Minozzi. In effetti fin dagli anni universitari aveva pensato di dedicarsi all'industria perché da sempre animato dal desiderio di costruire qualcosa. «C'è sempre un modo migliore per fare le cose», dicevamo prima. Ed è stato così che nel 1961, nel cuore produttivo del distretto ceramico italiano, decide di fondare IRIS - nome che decodificato poteva andare bene per esprimere i programmi industriali dell'azienda: "Industria Rivestimenti Italiani Sassuolo". Siamo a Fiorano Modenese, paese di sedicimila anime nella provincia modenese e alle porte di Sassuolo, a pochi chilometri dalla celebre Maranello. È un momento particolarmente vivace della vita imprenditoriale per un'area che da Modena si allunga fino a Reggio Emilia. L'evoluzione di quella sua creatura è talmente rapida che sette anni dopo, ossia nel 1968, comincia ad ampliare gli orizzonti esportando in Germania, in Francia e poi in tutta Europa. «C'è sempre un modo migliore per fare le cose». Perché in fondo non basta fare bene. Bisogna farle al meglio. Tutto questo significa accettare i cambiamenti, cavalcare l'innovazione, andare al passo col mondo. Di più, anticipare le rivoluzioni. Non è un caso che già nel 1972 Minozzi parla di sostenibilità ambientale e lo fa scegliendo Piazza Santo Stefano, nel cuore di Bologna, per riprodurre in ceramica una pavimentazione che richiama le zolle di terra. Un progetto rivoluzionario per quegli anni curato da Gianni Sassi e divenuto palcoscenico per le installazioni e le performance di ventiquattro artisti e due musicisti, tra cui Franco Battiato.

Nuove sfide in un mondo che cambia. Intanto nel 1997 entra in campo la seconda generazione, sua figlia Federica oggi alla guida del gruppo. «Dovevo ancora finire di laurearmi, ma avevo iniziato a costruire un nuovo brand che partiva dalla tecnologia innovativa legata alla ceramica. Prima di allora si passava da prodotti tecnici, ineccepibili dal punto di vista delle performance ma non soddisfacenti dal lato estetico, oppure da prodotti molto belli esteticamente ma più fragili nelle loro funzioni», racconta Federica Minozzi, CEO di Iris Ceramica Group, leader mondiale nel design di soluzioni innovative, nella produzione e distribuzione di materiali ceramici unici. Cuore emiliano e ambizione internazionale. Il gruppo è presente in più di cento Paesi, con una vocazione ben precisa: reingegnerizzare la ceramica per migliorare l'interazione tra le persone e l'ambiente in cui vivono per un più elevato concetto di benessere. Qui nasce un ruolo funzionale per la materia. «È il segno di un nuovo umanesimo industriale, ossia fare impresa attraverso un'attenzione particolare al benessere delle persone», precisa Minozzi. Iris Ceramica Group conta circa 1500 dipendenti nel mondo per un fatturato di oltre 550 milioni di euro. L'headquarter è sì a Fiorano Modenese, ma ci sono sei stabilimenti distribuiti tra le province di Modena e Reggio Emilia. E ancora, due siti produttivi all'estero in Germania e negli Stati Uniti. «Cerchiamo di anticipare l'evoluzione degli stili di vita, ovvero dei gusti e delle aspirazioni dei nostri clienti. Il team di R&D è costantemente impegnato nell'esplorare possibilità per l'espansione dei confini applicativi della ceramica. I clienti di oggi sono alla ricerca di superfici funzionali, esteticamente uniche e performanti, il tutto mantenendo un occhio di riguardo per la sostenibilità ambientale. Richiedono materiali con prestazioni in grado di migliorare la qualità di vita, curati nei minimi dettagli, con proprietà tecniche rivoluzionarie», precisa Minozzi. Nascono così le tecnologie di Design Your Slabs (DYS), le superfici eco-attive Active Surfaces® dalle proprietà antibatteriche, antivirali, antinquinamento, anti-odore o ancora le superfici smart con Hypertouch.

Il futuro nel segno della sostenibilità. Precorrere i tempi e fare la differenza. Entro il 2025 entrerà in funzione la H2 Factory™, il nuovo stabilimento produttivo a Castellarano, in provincia di Reggio Emilia. Sarà alimentato a idrogeno verde grazie a un sistema all'avanguardia realizzato su misura da Edison Next. Sarà il primo e unico al mondo di questo genere e produrrà grandi lastre in ceramica tecnica a tutta massa, quelle che in Iris vengono chiamate *Ceramica 4D*, dove la quarta dimensione è la sostenibilità. «Erano gli anni '60 quando mio padre coniò pionieristicamente l'equazione *economia=ecologia*: da allora la sostenibilità è sempre stata parte del nostro Dna. Innoviamo però ogni giorno con coraggio per trovare nuove soluzioni e infinite applicazioni a un materiale naturale come è la ceramica, tra i più nobili e performanti, applicandolo in modo inedito e aprendolo a differenti mercati di utilizzo», dice Minozzi. Tra capitale umano e tecnologie innovative questa imprenditrice emiliana non ha dubbi sulle priorità. «Gli impianti si costruiscono, ma la cultura e la comunità si creano con le persone su cui investire e sono gli asset su cui appoggia la cultura d'impresa. L'eccellenza del nostro gruppo comincia proprio da loro, motore dell'innovazione e risorsa più preziosa per il successo».

COMMERCIAL
INTERIOR DESIGN

NEWS

Iris Ceramica Group to debut its global challenge winner at Dubai Design Week

The design challenge Local Cultures in Global Settings was launched in Milan earlier this year

by **Commercial Interior Design** November 01, 2023 01:16 PM GST

SHARE





**IRIS
CERAMICA
GROUP**