

Made in Italy Dopo un 2009 nero (-19%) le strategie per crescere di nuovo

# Ceramica Oltre la crisi con la tecnologia

Ora la produzione è stabile. E le aziende investono per il riscatto

DI CORINNA DE CESARE

La parola d'ordine per il futuro è il riscatto. Perché se è vero che quello che si è appena concluso per l'industria delle piastrelle di ceramica è stato un anno negativo, è anche vero che puntare sulla qualità del prodotto italiano potrebbe fare la differenza. Come spiega il presidente di Confindustria Ceramica Franco Manfredini: «Stiamo soffrendo come tanti altri settori industriali del manifatturiero per effetto di questa recessione globale che non ha risparmiato nessuno. Ma — aggiunge — continuiamo ad essere leader mondiali di un prodotto che in realtà non conosce crisi e che riscuote ancora molto successo. Perché dalla nostra parte abbiamo il gusto, la qualità e la tecnologia».

## Foto di gruppo

Sono circa duecento le aziende italiane che compon-

presenti in circa 200 stabilimenti. Eppure la crisi ha intaccato anche questo settore di antichissima tradizione: nel 2009 le vendite di piastrelle sono scese del 19,4%, con una perdita di fatturato nell'ordine del miliardo di euro, rispetto ai 5,5 miliardi del 2008. E quest'anno si prevede una sostanziale conferma dei volumi, con una produzione stabile (+0,3%) e vendite globali per 396 milioni di metri quadrati.

Non manca la volontà del riscatto: significativi, infatti,

continuano ad essere gli investimenti degli imprenditori in nuove tecnologie, che nel 2009 hanno superato i 300 milioni di euro. Un forte input alla ripresa potrebbe arrivare dal «Piano casa» lanciato dal governo Berlusconi. Un progetto che dà la possibilità ai cittadini di fare interventi di ampliamento e/o ricostruzione della propria abitazione, con la semplificazione delle procedure burocratiche sui lavori di edilizia.

«Il nostro principale problema — precisa il presidente di Confindustria Ceramica — è stato proprio il calo incredibile dell'attività immobiliare degli ultimi tempi. Per questo il Pia-

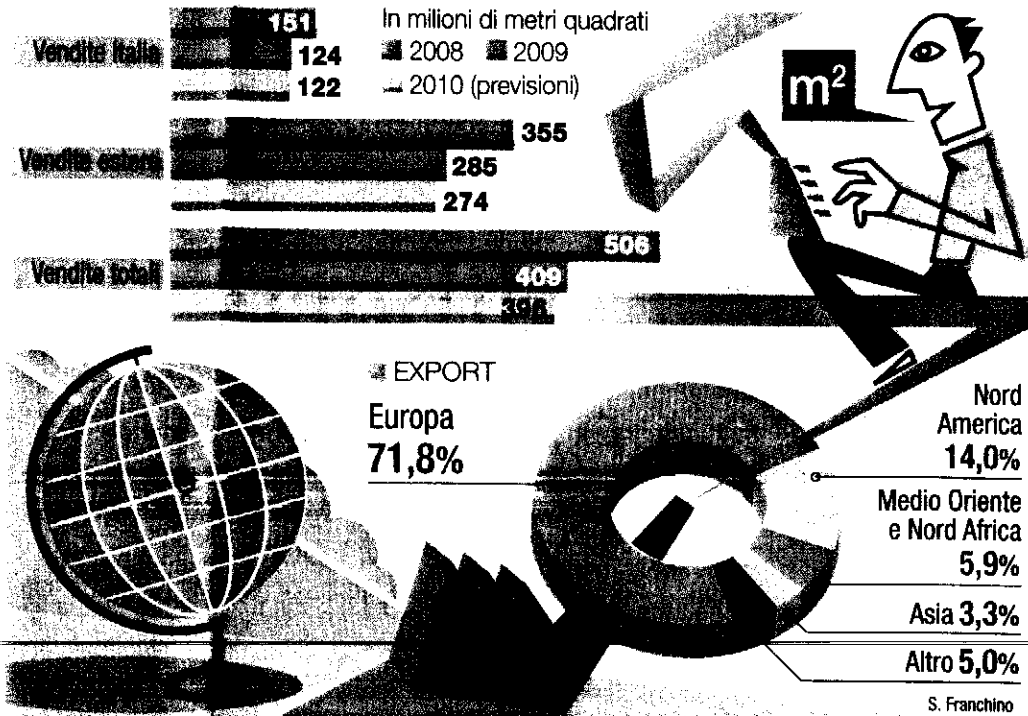
no casa è per noi importantissimo, come lo sono stati gli incentivi alla rottamazione per il settore automobilistico. Far ripartire l'edilizia farà bene a tutti, all'economia, al mercato e senz'altro alla ceramica. Anche se i tanti paletti delle regioni stanno riducendo l'interesse della gente. Aggiungo inoltre la necessità di interventi per la riduzione del costo dell'energia per le imprese, in particolare del gas».

L'Italia dunque potrebbe dare una mano, anche se la principale vocazione dell'indu-

stria delle piastrelle in ceramica è l'esportazione. All'estero si concentra il 70% delle vendite, pari a un valore superiore ai 3,5 miliardi di euro. Un'inclinazione che si è scontrata con l'epicentro della crisi immobiliare focalizzata su alcuni dei mercati nei quali i produttori italiani di piastrelle vendono i loro prodotti. Con Francia, Germania, Stati Uniti, Grecia, Austria e Belgio in testa. Basti pensare che tra Europa e

## Il bilancio e le previsioni

Lo stato di salute dell'industria italiana della ceramica



Nord America, nel biennio 2008-2009 c'è stata una contrazione di 500 milioni di metri quadrati di piastrelle vendute.

## Sindrome cinese

A non aiutare ci si è messa pure la sfrenata concorrenza cinese, che ha rosicchiato quote di mercato passando da un fatturato che nel 1995 copriva il 3% del commercio internazionale, al 21% del 2008. Mentre l'Italia, pur mantenendo la

leadership, è scesa dal 53% degli Anni 90 al 36% dei giorni nostri.

«Non bisogna farne un dramma però — spiega Manfredini —. Quello che è successo a noi è successo prima in tutti gli altri settori. La nostra quota di mercato non poteva mica rimanere ai livelli degli anni novanta anche per la crescita dei vari mercati interni nazionali». Noi non temiamo la concorrenza — precisa il

presidente dell'associazione — quando è fatta con regole uguali per tutti. «La Cina invece ci fa paura quando utilizza sotterfugi, come la valuta tenuta artificialmente svalutata o ancora il bassissimo costo del lavoro», conclude Manfredini. La via per ripartire c'è e passa dalle aziende italiane che devono saper individuare strade nuove e investire nei paesi emergenti senza timori.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Noi & il mondo

# 36%

La quota dell'Italia nel mercato globale della ceramica. Nel '90 era al 53%

## Simas rilancia

# «Bisogna fare rotta sui Paesi Emergenti»

La ceramica di Civita Castellana è una tradizione che risale ai tempi degli Etruschi. Ma che oggi ha dovuto fare i conti con la crisi dell'industria manifatturiera e con il rallenta-

mento alla Cassa integrazione perché il prezzo medio del prodotto è in aumento, abbiamo più magazzino e riusciamo a mantenere i costi. Se si sceglie la cassa integrazione, oltre a non produrre si pe-

nato a modificare le aree di destinazione. «La Spagna era uno dei mercati principali, ma la crisi immobiliare interna ci ha portato a ricercare con successo nuovi sbocchi, tra i quali l'Est Europa, e

gno di design». Sempre il sindacato propone di utilizzare le ceramiche dei monti della Tuscia per i nuovi alloggi in Abruzzo. «Anche questo è poco realizzabile — dice Scopetti —. I 14 mila appartamenti delle zone terremotate corrispondono alla produzione di due giorni».