

**IL POLO DELLA CERAMICA ■ I costruttori annunciano un calo dell'8% delle vendite 2002**

# Piastrelle, allarme macchine

Nel 2001 ricavi di settore a 915 milioni € (-3%) - Innovazione e Tremonti bis per ripartire

(NOSTRO SERVIZIO)

**MODENA ■** Rallenta il distretto emiliano delle macchine per ceramica, ma il colpo di freno sembra inferiore alle cose previste elaborate alla fine dello scorso anno. E già si lavora per una ripresa. Nel comprensorio tra Modena e Reggio Emilia operano 129 aziende che realizzano impianti e attrezzature per la produzione di piastrelle, circa il 70% dell'intero settore nazionale. Il 2001 ha chiuso con una flessione del 3% e un fatturato di settore a quota 915 milioni di euro (su 1.527 milioni di euro dell'intero settore). Per il 2002 era prevista un pesante calo (-15%) che ora viene ridimensionato a 3%, con un fatturato nazionale pari a circa 1,4 miliardi di euro.

**■ I MACCHINARI**

Principali indicatori economici del distretto di Modena e Reggio Emilia dei macchinari per ceramica



Tra le cause del rallentamento la crisi di alcuni dei principali mercati esteri di esportazione, come quelli del Sud America (soprattutto Argentina, del Medio Oriente) e del Medio Oriente (il principale mercato straniero di esportazione del prodotto), ma anche il rafforzamento, in Cina, dei produttori di macchine locali, tanto che oggi questa importante area rappresenta solo l'18,9% dell'export, contro il 30% degli anni 90. Le prospettive di recupero si giocano su tre elementi: gli investimenti in ricerca e innovazione tecnologica, i benefici della legge Tremonti bis e l'effervescenza di nuovi mercati esteri, come quelli dell'Europa (Russia, Repubblica Ceca), del Maghreb e del Sud-Est asiatico.

«La clima economico internazionale alla fine del 2001 — spiega Franco Stefani, presidente di Acimas, l'Associazione dei costruttori italiani di macchine e attrezzature per la ceramica — ci aveva indotto a prevedere un andamento molto negativo per il 2002. Ma oggi la situazione sta migliorando: gli ordini stanno rientrando e quindi chiederemo l'anno con una perdita nettamente inferiore rispetto alle attese. Ora però le aziende, se vogliono recuperare il terreno perduto, devono investire forte in ricerca e tecnologia per superare questo momento di flessione. La leadership mondiale del nostro comparto si è sempre basata sull'attenzione costante alla ricerca e allo sviluppo. Quello che stiamo vivendo è il momento giusto per sollecitare il mercato con innovazioni di processo e di prodotto».

## In vetrina sul mercato russo

**BOLOGNA ■** L'industria italiana delle piastrelle guarda con crescente interesse all'Europa dell'Est. In quest'area, infatti, le esportazioni di ceramica continuano ad aumentare a un ritmo nettamente superiore a quello di altri mercati tradizionali. Nello scorso anno le migliori performance sono state ottenute in Russia.

Secondo gli ultimi dati disponibili (relativi ai primi nove mesi del 2001) le vendite di piastrelle italiane sono cresciute del 40,7% in quantità e del

46,6% in valore. Incrementi record, anche se riferiti a volumi ancora limitati, ma le previsioni indicano un trend fortemente positivo anche per i prossimi anni. Nel 2003 in Russia si dovrebbero, ad esempio, consumare 65 milioni di metri quadrati di piastrelle contro i 41 del 2000.

In questa prospettiva assume particolare rilievo l'ottava edizione di Batimat Mosca (2001), la principale manifestazione russa dedicata all'edilizia e ai materiali da

costruzione, in corso di svolgimento a Mosca fino a venerdì 12 aprile. Alla fiera partecipano più di 30 aziende italiane, 20 delle quali sono produttori di piastrelle in ceramica e colanti per l'edilizia. Sarà presente anche un centro di informazione denominato Ceramic Tiles of Italy, organizzato in collaborazione tra Ice e As-sopriastrelle, e verrà distribuita l'edizione in cartello di Cer International, la rivista dedicata all'industria italiana delle piastrelle.

Il 78% della sua produzione, ha realizzato ad esempio nello scorso anno un fatturato di 95 milioni di euro, con un incremento del 20% rispetto al 2000. La System di Fiorano Modenese, 400 dipendenti, 85% di prodotto esportato, ha fatturato, sempre nel 2001, 125 milioni di euro (+10% rispetto al 2000).

«Il nostro ultimo grande investimento è un centro tecnologico con laboratorio e una linea di produzione completa per i test industriali — dice Fabio Tarozzi, direttore commerciale della Barberi & Tarozzi —. Le innovazioni tecnologiche possono rivitalizzare la domanda, ampliando anche il campo di utilizzo del materiale ceramico».

«L'innovazione tecnologica sia decisiva per invertire la rotta che il momento difficile come il 2001 e guardano al futuro con maggiore ottimismo. La Barberi & Tarozzi di Formigine (Modena), 650 dipendenti, che esporta

**■ INDAGINE UE**

# In Italia troppi ostacoli ai passaggi generazionali

**MILANO ■** Le aziende passano di mano controvoce, faticosamente. L'Italia arranca nella classifica europea sfidata sulla base delle condizioni per trasferire la proprietà delle imprese (misure adottate su un totale di 21)

**■ LA CLASSIFICA**

Attuazione della raccomandazione Ue sul passaggio di proprietà delle imprese (misure adottate su un totale di 21)

Austria	5
Belgio	11
Danimarca	12
Francia	9
Finlandia	8
Germania	14
Gran Bretagna	12
Grecia	2
Irlanda	8
Italia	8
Lussemburgo	5
Olanda	16
Portogallo	3
Spagna	10
Svezia	6

Fonte: Commissione Europea

## Ancora inattuate molte misure consigliate da Bruxelles

La scheda della Commissione europea. Dopo, l'Italia ha agito ancora in questo campo, con l'abolizione della tassa di successione, la riduzione delle tasse sui trasferimenti di aziende tra coniugi e sui ricavi della vendita di un'azienda reinvestiti in un'altra impresa. C'è ancora molto da fare, secondo

gli ultimi anni nel seguire le raccomandazioni che sono arrivate da Bruxelles: un dinamismo che ha consentito al Portogallo di superare l'Italia in classifica. Manco a dirlo, il Paese più zelante nell'adeguarsi è stato l'Olanda che ha adottato tredici misure negli ultimi quattro anni. Dopo il '98 si sono mosse bene anche la Danimarca (sette interventi) e la Spagna (cinque misure), mentre non è cambiato quasi nulla in Finlandia e Svezia.

Il tabellone predisposto dalla Commissione europea sembra rivolgere a Roma e a qualche altra capitale l'invito a rimbucarsi le maniche, soprattutto per far fronte ai numerosi passaggi generazionali attesi nei prossimi anni.

Il governo e il Parlamento di Lisbona si dimostrano tra i più attivi negli ultimi anni nel seguire le raccomandazioni che sono arrivate da Bruxelles: un dinamismo che ha consentito al Portogallo di superare l'Italia in classifica. Manco a dirlo, il Paese più zelante nell'adeguarsi è stato l'Olanda che ha adottato tredici misure negli ultimi quattro anni. Dopo il '98 si sono mosse bene anche la Danimarca (sette interventi) e la Spagna (cinque misure), mentre non è cambiato quasi nulla in Finlandia e Svezia.

ALESSANDRO BALISTRI

Cresce la domanda (+2,5%) e l'offerta «ecologica»

# Sempre più chimica nei prodotti per la casa

**MILANO ■** Cresce il mercato della chimica per la casa: detersivi, deodoranti, candeggina, insetticidi e altri prodotti domestici hanno registrato nel 2001 una crescita di volumi del 2,5% e fra il 5 e il 6% in giro d'affari, arrivando a un fatturato di circa 3 miliardi di euro. Si rafforzano soprattutto i prodotti più «moderni», come i detersivi in pastiglie e i deodoranti con essenze alla moda. E le aziende offrono ai consumatori prodotti con un minore impatto ambientale. Sono alcune delle indicazioni emerse all'assemblea dell'Associazione delle Federchimica che raggruppa i 70 maggiori produttori della «chimica della massa».

L'assemblea ha anche rinnovato il vertice. Arturo Sutter, l'imprenditore ligure i cui prodotti hanno accompagnato il boom dell'Italia dal dopoguerra a oggi (basti ricordare la cera Emulsio), dopo tre bienni alla presidenza dell'associazione per il 2000, dopo i primi mesi di difficoltà si ritiene che il settore si svilupperà in modo simile agli anni precedenti. Tra i vari prodotti, quelli

che hanno incrementato di più il mercato sono stati i profumanti per gamme come Ava, Sole, Finish, Calor e Lip. L'esempio più evidente di come sta cambiando la chimica per la casa viene dai detersivi per lavatrice, prodotti il cui consumo è in grandissima quantità. «Fino a due anni fa il mercato di circa il 10% fino a superare un valore complessivo di 100 milioni di euro. In linea con l'andamento medio si confermano i detersivi su superfici e tessuti e quelli per stoviglie, con aumenti inferiori alla media i detersivi per bucato.



Grazie all'innovativa tecnologia QuantiSpeed™, il processore AMD Athlon™ XP 2000+ offre prestazioni fino al 32% superiori rispetto a un Pentium® 4 da 2,0 GHz in ambienti multiapplicazione, con migliori prestazioni nei programmi gestionali quali Microsoft® Word, Microsoft Excel, Lotus Notes e Netscape Communicator. Ottimizzato per offrire massime prestazioni per Microsoft Windows® XP, AMD Athlon™ XP è molto più di un nuovo processore. È un nuovo concetto di velocità.



Per informazioni sui test, [www.amd.com/it](http://www.amd.com/it)

## Processore AMD Athlon™ XP. Un nuovo concetto di velocità.



**■ MULTINAZIONALI IN PROVINCIA**

# Anche gli svizzeri in campo per le tecnologie di Sordina

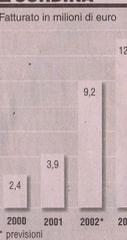
**PADOVA ■** Nuova protagonista del mercato, tanto da attrarre l'attenzione di una multinazionale svizzera che è entrata con il 25% nel capitale. Per Sordina, più che centomila aziende padovane leader nella produzione di tavoli operatori ed impianti di sterilizzazione, la svolta è consumata tutta nel giro di tre anni. Nel 1997 il fallimento per una serie di errori del cinque nipoti del fondatore Giuseppe Sordina; nel 1998 il difficile passaggio ad una nuova proprietà; fra il 1999 ed oggi l'albergo imprenditoriale, fatturato compreso.

«Quando abbiamo rilevato l'azienda — ricorda Luciano Del Pozzo, giovane amministratore delegato di Sordina — era stata di fatto dilapidata un secolo di storia prestigiosa, anche se c'era ancora un portafoglio commesse per un paio di miliardi di lire. Il problema stava in una gestione industriale su un impianto artigianale, senza ricerca. La vecchia Sordina produceva in proprio anche le viti ed i componenti metallici.

«Noi — aggiunge — ci siamo ispirati all'industria automobilistica, concentrando in una società molto snella ricerca e progettazione, collaudi, qualità, marketing e servizio post-vendita. Per tutti gli appoggiati su un indotto di 300 microaziende con cui abbiamo un rapporto trasparente improntato su costi e qualità».

Sulla svolta, comunque, ha pesato non poco anche lo straordinario investimento in ricerca

**■ SORDINA**



fatto nel triennio: 2,3 milioni di euro su un fatturato complessivo di 4,5. Il risultato, oltre a 14 sterilizzatori di nuova generazione, è un tavolo operatorio a piani intercambiabili che non ha pari al mondo per flessibilità d'uso e livello di innovazione. La multinazionale svizzera Schaefer è stata conquistata proprio da questo tavolo che ha il 25% nel capitale, validando Sordina oltre 4 milioni di euro; il resto è diviso fra una finanziaria vicentina che ha il 50% e i manager con un'estate del 25%. Il "matrimonio" avrà una ricaduta anche sul piano commerciale, visto che i soci si muoveranno sulla stessa rete di vendita.

L'accordo con Schaefer ha portato Sordina a diventare il secondo attore mondiale nel mercato dei tavoli operatori dietro alla tedesca Magnet ed a condividere il terzo posto negli sterilizzatori. Chiuso il 2001 a 3,9 milioni di euro di fatturato e una perdita derivante da avviamento ed investimenti, l'azienda padovana punta ad un primo utile nel 2002 con un fatturato a 9,2 milioni su cui peserà per quasi 2 milioni l'attività infracorsa, per arrivare nel 2003 a varcare la soglia del 20% di utile. Per un totale di 2,6 milioni ed un risultato ante imposte di 1,6 milioni. Senza abbandonare la ricerca, visto che per il bilancio in corso è già prevista una spesa di 2 milioni di euro.

C.Pas.