

La Fabbrica Ceramiche: ad Imola un centro espositivo d'eccellenza



Graziano Verdi con Alberto Forchielli

La Fabbrica Ceramiche S.p.A., acquisita da Itarcer nell'aprile 2017 e specializzata nella produzione di ceramiche di alta gamma italiana, ha inaugurato a Imola, presso il quattrocentesco Palazzo Dal Monte Casoni, un centro espositivo di eccellenza.

All'interno della storica residenza lo showroom aziendale occupa un'area di oltre 750 metri quadrati e si sviluppa su due piani: al piano terra - dalle volte affrescate con paesaggi di pittori settecenteschi tra cui Alessandro Della Nave e Antonio Villa - sono esposte le collezioni a marchio AVA, mentre il primo piano, "piano nobile" cui si giunge tramite un ampio scalone, ospita nei saloni le grandi lastre in gres porcellanato prodotte a marchio La Fabbrica. L'architettura degli ambienti, le sculture a soggetto mitologico di Domenico Morelli così come le pareti ed i soffitti affrescati costituiscono una splendida cornice, testimonianza diretta della più preziosa italianità. *"Un percorso certamente emozionante in particolare per i nostri clienti top"* sottolinea Graziano Verdi, amministratore delegato di Itarcer Group, proprietà del fondo Mandarin Capital Partners.

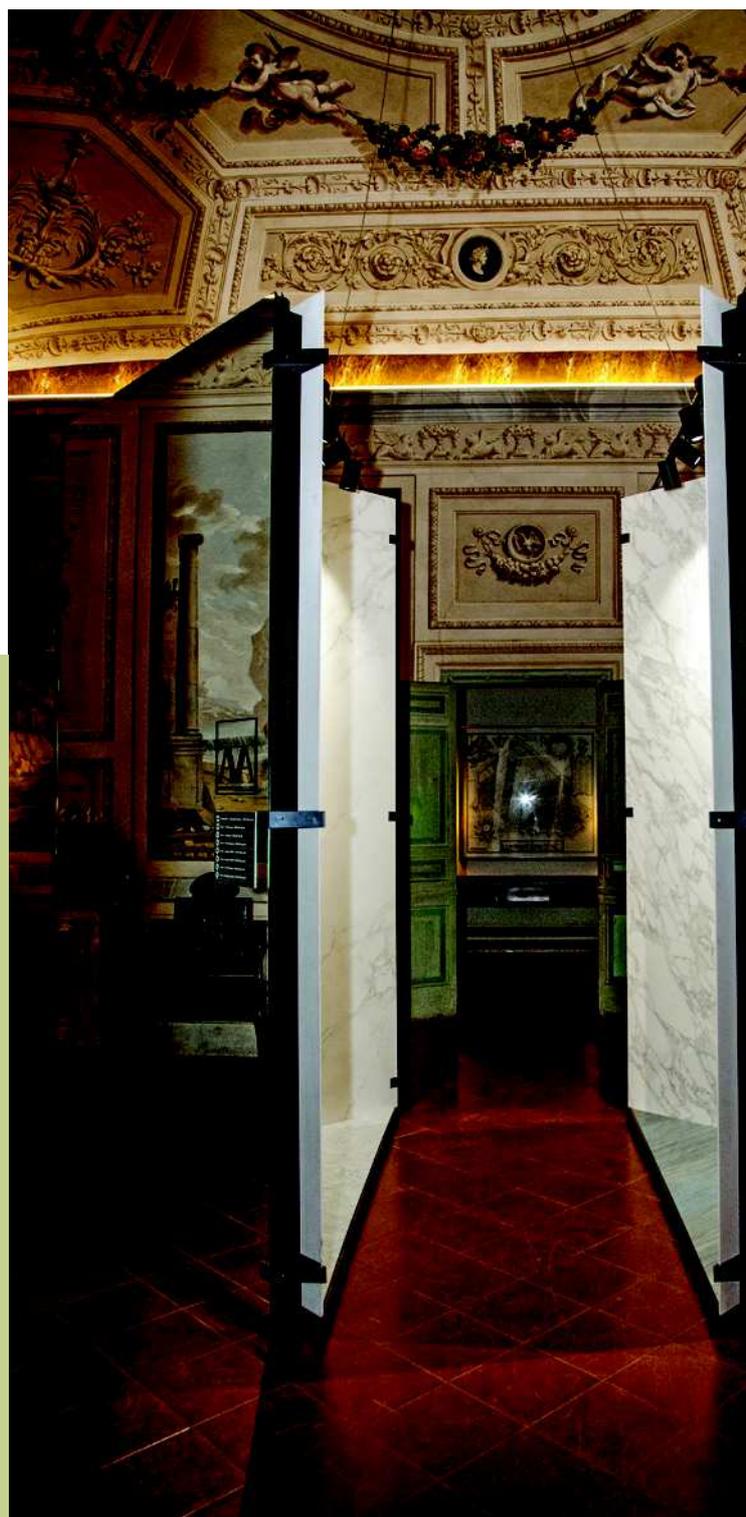


foto nell'articolo: Marco Isola



Tile Italia: - Perché inserire un centro espositivo in un così pregiato palazzo storico? -

Graziano Verdi: “Perché abbiamo voluto realizzare un’esposizione di assoluta eccellenza, in grado di mettere in evidenza il connubio tra l’irripetibile tradizione artistico-culturale italiana e l’incontrastato primato tecnologico che tuttora caratterizza la produzione delle piastrelle di ceramica nel nostro Paese. Un connubio magnificamente espresso da un concept comunicativo costituito da un magnifico palazzo le cui origini risalgono al XV sec. e che fa da cornice alla contemporaneità della filosofia di “prodotto di lusso” adottato da Italcer. Il conseguimento per La Fabbrica, in soli tre mesi, della certificazione ISO 9001:2015 costituisce peraltro un importante attestato della qualità dei materiali e dei processi adottati dall’azienda.”

Tile Italia: - Ma come siete arrivati a Palazzo Dal Monte Casani? -

G. Verdi: “La scelta di questa location rispecchia una scelta aziendale, stilistica e imprenditoriale, molto ambiziosa. Ho proposto ad Alberto Forchielli, partner fondatore di Mandarin Capital Partners, di utilizzare questo edificio storico quale splendida cornice per impreziosire ancor più i nostri materiali, facendolo anche diventare un meraviglioso “biglietto da visita” per i clienti stranieri in visita in Italia. Importantissimo elemento, quest’ultimo, se si considera che i due marchi di La Fabbrica Ceramiche - La Fabbrica e

AVA - traggono oltre l'80% del fatturato proprio dall'esportazione e che, per vendere nel mondo bisogna, come dice Forchielli, farle percepire come "beni di lusso".

Tile Italia: - Ma quale è la rilevanza del capitale cinese sul secondo fondo Mandarin Capital? Lo chiedo perché circolano ancora "voci" contrastanti al riguardo... -

G. Verdi: "Il maggior investitore del secondo fondo Mandarin è Banca Intesa, poi ci sono capitali americani ed europei, il capitale cinese non rappresenta neanche il 10% del totale, quindi molto al di sotto della media partecipativa nei fondi di investimento. La proprietà di Italcera Group è, quindi, saldamente in mano italiana ed occidentale, ma la conoscenza di Mandarin Capital della Cina è un importantissimo "viatico" presso uno dei mercati più ricchi del mondo."

Tile Italia: - L'acquisizione di La Fabbrica Ceramiche risale a maggio 2017 ma, nello stesso anno, Italcera ha poi acquisito Elios Ceramica, in agosto, e Devon & Devon, in dicembre. Quindi il primo obiettivo che vi eravate posti, quello di raggiungere entro il 2017 i quasi 100 milioni di euro

di fatturato aggregato, è stato raggiunto? -

G. Verdi: "Italcera Group ha raggiunto il suo primo obiettivo. Ora stiamo lavorando ad una nuova acquisizione, molto importante, mentre procede il progetto di realizzazione di uno stabilimento produttivo di grandi lastre in Tennessee.

Delle prossime possibili acquisizioni non voglio ancora parlare, mentre è evidente l'opportunità di realizzare uno stabilimento produttivo in USA: basti pensare che il consumo di piastrelle in quel Paese in cinque anni è passato dai 200 milioni/mq del 2012 ai 283 milioni/mq nel 2017. Un analogo fortissimo incremento sta caratterizzando la produzione locale USA di piastrelle che, nel 2017, ha superato i 90 milioni/mq."

Tile Italia: - Quindi Italcera sta decisamente mirando al raggiungimento del secondo obiettivo, quello dei 300 milioni di euro di fatturato entro il 2019? -

G. Verdi: "Certamente. Ho già accennato a prossime, importanti, acquisizioni che, sono convinto, ci porteranno diritti alla meta... e chissà che non riusciamo addirittura a superare il traguardo dei 300 milioni accelerando così anche l'altro

obiettivo, quello della quotazione in Borsa..."

Tile Italia: - Però le aziende fin qui acquisite dal Gruppo sono di dimensioni medie... -

G. Verdi: "Abbiamo acquistato ciò che di meglio era in vendita... peraltro il tempo del "piccolo è bello" è finito: oggi, oltre ad avere posizioni forti sul mercato italiano, bisogna andare a vendere verso l'America e verso l'Oriente perché i mercati in crescita sono lì ed è lì che il Made in Italy può farsi maggiormente valere. Il "mercato dell'alto di gamma" oggi è soprattutto oltre l'Europa e, per vendere lontano, occorrono soldi, organizzazione, pianificazioni sui sistemi distributivi e sulla comunicazione ai progettisti.

Quindi ci sono medie/piccole aziende che sentono il bisogno di accorparsi e che possono essere interessate ad entrare in un importante "polo italiano" della ceramica con mercati altamente sviluppati oltreoceano e verso l'Oriente. Certo bisogna che queste aziende abbiano un prodotto all'altezza e conti in ordine..."

Tile Italia: - Cosa ci dice degli altri due acquisti del 2017, Elios Ceramica e Devon & Devon? -



ESPOSIZIONE DI ASSOLUTA ECCELLENZA CHE METTE IN EVIDENZA IL CONNUBIO TRA TRADIZIONE ARTISTICO-CULTURALE ITALIANA E L'INCONTRASTATO PRIMATO TECNOLOGICO

G. Verdi: “L’azienda fiorentina Devon & Devon è la concreta rappresentazione della filosofia di “aggregazione del lusso” di cui abbiamo appena parlato. Il marchio Devon & Devon è infatti tra i leader mondiali dell’arredo bagno, esporta in oltre 80 paesi con una rete di boutique, retailers e flagship stores localizzati in alcune delle più prestigiose capitali del mondo, dall’Europa agli Usa, alla Russia, al Medio Oriente fino a Cina e Australia. Devon & Devon, con un fatturato aggregato prossimo ai 18 milioni, è sempre stata proprietà di Gianni e Paola Tanini che, con questa operazione sono entrati nel parterre dei soci Italcir reinvestendovi una parte significativa del capitale ricava-

vato dalla cessione.

Durante la scorsa estate l’altra operazione aveva invece riguardato l’acquisizione dell’emiliana Elios Ceramica, con un fatturato di oltre 20 milioni, rilevata dalla famiglia Levoni insieme all’attività di Elle Ceramica.

Un’acquisizione che ha interessato un’azienda fortemente complementare rispetto a La Fabbrica in termini di formati, posizionamento e geografie coperte. Un marchio storico, forte, ben posizionato, che possiamo rilanciare con successo. Lo stabilimento, infine, rappresenta in termini di efficienza industriale un altro elemento di forza”.

Tile Italia: - Quindi tutto procede secon-

do la prevista tabella di marcia.... -

G. Verdi: “Il piano industriale annunciato ad inizio 2017 si sta confermando operativamente, giorno per giorno, anche con la qualità delle acquisizioni che il gruppo sta portando avanti e l’ultimo acquisto Italcir, quello della fiorentina Devon & Devon, conferma la nostra focalizzazione sull’alto di gamma e sulla creatività italiana.

Entro la fine del 2018 miriamo ad ampliare ulteriormente il portafoglio di marchi, a sbarcare negli Stati Uniti nel 2019 con una fabbrica 4.0 e a concludere altre nuove significative acquisizioni nel frattempo”.

