

# GUIDA MANAGERIALE ALL'EMERGENZA VIRUS

all'interno

www.italiaoggi.it

# Italia Oggi

QUOTIDIANO ECONOMICO, GIURIDICO E POLITICO

NUOVA TECNOLOGIA

## Italcer pronto a lanciare le piastrelle antibatteriche

Sottilaro a pag. 16

Italcer fa rotta sul distretto americano della ceramica e testa Advance, il gres antibatterico

# La piastrella del futuro va negli Usa

## Applicazioni dal residenziale alle scuole. Non servono detersivi

DI FRANCESCA SOTTILARO

La piastrella del futuro in fase di test in America si chiama Advance, antibacterial & bio-air purifying, è antibatterica in gres porcellanato e promette di far risparmiare litri di detersivi e vivere in ambienti salubri. Il gruppo Italcer vuole adottare la tecnologia brevettata su tutti i suoi brand, ovvero Ceramica Rondine, La Fabbrica Ceramiche, Ava, Elios, Bottega, Devon&Devon. Intanto l'hub creato nel 2017 da **Graziano Verdi**, manager della ceramica insieme ad **Alberto Forchielli** del Fondo Mandarin Capital Partners, guarda alla crescita internazionale. «Il cuore lo facciamo pulsare in Italia, ma gli occhi sono puntati sul mondo. Parlo della Spagna, dove sono appena stato, ma soprattutto del mercato americano: è qui che i brand italiani, spesso acquistati da aziende Usa, stanno prosperando», racconta a *ItaliaOggi*



Un salotto con rivestimenti in gres. A destra, la lavorazione di Advance presso gli stabilimenti di Italcer

Verdi, che vanta un lungo percorso nel settore all'estero e in Italia, interrotto da un passaggio da a.d. di Technogym.

Oltreoceano dove un colosso come Mohwak Industries ha comprato Marrazzi nel 2012, la meta per Italcer è lo stato del Tennessee che replica il distretto di Sassuolo a Stelle e strisce: lì operano e produco-

no realtà come Del Conca, Iris, Panaria, Atlas, solo per citare alcune. «Vogliamo approdare con uno stabilimento 4.0 per grandi lastre. Avevamo in programma di farlo l'anno prossimo, ma il Covid ha allungato i tempi», sottolinea Verdi. «Dalla nostra il dato che gli italiani sono market leader in America: le fabbriche insediate producono 100 milioni di metri quadri di ceramica dei 300 milioni venduti ogni anno Oltreoceano». Anche per questo il numero uno di Italcer, polo da 530 dipendenti e 205 milioni di ricavi aggregati, è volato in America per far testare «il supermateriale», così il ceo definisce Advance, al Tile council of North America (Tena). «Attendiamo i test per settembre

sulla resistenza al Covid-19», spiega.

Al gruppo e al mercato, interessano le applicazioni nel residenziale e non (si veda anche *ItaliaOggi* del 28/4/2020), ovvero scuole, locali pubblici, strutture sanitarie. Padre del materiale messo a punto dopo anni di ricerche e test scientifici è **Isidoro Giorgio Lesci**, professore di chimica e fisica titolare di 15 brevetti che lo ha definito «innovativo». «Advance è ottenuto con la cottura in primo fuoco», sottolinea Verdi, «svolge sia un'attività antinquinante certificata dall'Università di Torino, sia un'azione antibatterica. La depurazione avviene con la fotocatalisi, la luce del sole, grazie a componenti naturali che rendono

Advance anche anti odore e promettono di tagliare l'uso dei detersivi».

Si lavora anche alla comunicazione del prodotto: «Verso la fine di settembre accompagneremo il marchio Advance con immagini evocative di maggiore benessere e sicurezza», sottolinea il ceo di Italcer. «Abbiamo clienti che hanno già chiesto di commercializzarlo. Ci troveremo ad avere un doppio magazzino e tutti i nostri marchi avranno due o tre collezioni con o senza la tecnologia: stiamo lavorando perché sia appetibile e sexy come tutti i nostri cataloghi, e la forbice di prezzo sia contenuta con una maggiorazione massima del 25%».

Intanto gli ultimi due mesi sono stati molto proficui. «La crescita è stata a doppia cifra, merito dei nuovi cataloghi, ma anche della ritrovata voglia di rinnovare le case», conclude Verdi, «normalmente le piastrelle si cambiano ogni 15 anni, ora c'è stata un'accelerazione».

Intanto gli ultimi due mesi sono stati molto proficui. «La crescita è stata a doppia cifra, merito dei nuovi cataloghi, ma anche della ritrovata voglia di rinnovare le case», conclude Verdi, «normalmente le piastrelle si cambiano ogni 15 anni, ora c'è stata un'accelerazione».

© Riproduzione riservata



Graziano Verdi