

ATTUALITÀ / CERAMICA DOLOMITE

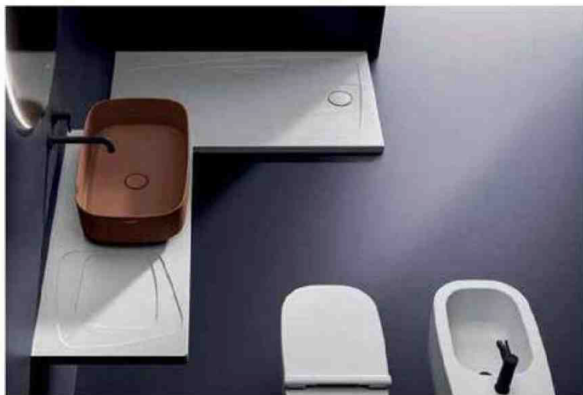
SAPER FARE (CERAMICA) MADE IN ITALY

FONDATA NEL 1965 A TRICHIANA (ORA BORGO VALBELLUNA), AI PIEDI DELLE DOLOMITI BELLUNESI, CERAMICA DOLOMITE RAPPRESENTA IL "SAPER FARE" LA CERAMICA SANITARIA E SI DISTINGUE NEL MONDO DELL'ARREDOBAGNO. OGGI, FORTE DELLA SUA ESPERIENZA, PRODUCE NEL SUO STABILIMENTO DI 250.000 MQ SERIE DA BAGNO, CON UN NUOVO SLANCIO, NEL PIENO RISPETTO DELL'AMBIENTE.

DI FRANCESCA GUERINI ROCCO

La fabbrica che ancora oggi è sede di Ceramica Dolomite, e che abbiamo avuto occasione di visitare di recente, è nata quasi sessant'anni fa dalla lungimiranza dei tre tecnici Attilio Bandiera, Aldo Pessot e Angelo De Paoli, con il supporto di due famiglie importanti, Frattini di Varese e i banchieri Maruffa. Fino al 1969 produceva piatti doccia, lavatoi, lavelli della cucina in grès, a cui si sono aggiunti successivamente prodotti sanitari in vetroresina. Trichiana si trovava nel fondovalle devastato solo due anni prima dal crollo della diga del Vajont e solo grazie agli incentivi regionali per la ricostruzione e il rilancio dell'economia ha potuto risollevarsi. Ceramica Dolomite è nata da qui: dalla volontà delle persone di ridare vita e ri-

sorse al territorio. E da qui inizia la bella storia, travagliata ma resistente, che ci racconta Luciano Favero, Amministratore Delegato, durante la nostra visita. Con il boom economico e sotto la multinazionale inglese Blue Circle negli anni Novanta, il marchio cresce velocemente, con serie come Novella e Clodia, e grazie alla collaborazione con architetti del calibro di Marco Zanuso e Renzo Piano, per citarne alcuni. Poi arriva l'acquisizione di Simi e Ceramiche Senesi, e dopo ancora il gruppo viene a sua volta acquisito da Ideal Standard, nel 1999, allora parte di American Standard Companies, che arriva così a dominare il 60-65% del mercato con un fatturato, fino al 2006-2007, di quasi 320 milioni di euro. Nel 2007, però, subentra Bain Capital e con la crisi del settore italiano, la produzione passa da 8 milioni di pezzi a poco più



di 4,4 milioni. Gli stabilimenti chiudono gradualmente, fino al 2021 con la chiusura definitiva di Ceramica Dolomite, che però non si rassegna.

A scommettere sull'italianità del marchio sono quattro imprenditori veneti, che con una cordata la rilanciano con un assetto societario al 100% italiano. "Puntare sul design che guarda al futuro e sulla produzione italiana è un valore aggiunto - dichiara Luciano Favero -. La scommessa, oggi, è diventare un competitor a livello europeo". Oggi Ceramica Dolomite produce senza soluzione di continuità, su tre turni, con fornaci accessibili h24, puntando sul made in Italy e su un servizio puntuale "per un mercato di riferimento medio-alto". "Le normative internazionali permettono di spingere prodotti globalizzati su diversi mercati, ma bisogna adattarli alle diverse esigenze, per essere sempre competitivi - spiega l'Azienda - per questo le fiere sono cruciali: Cersaie, ISH fiera, leader mondiale del mondo del bagno, Big 5 Global in Medio Oriente, Unicera a Istanbul, Shanghai sono i nostri prossimi appuntamenti".

IL RINASCIMENTO DEL BAGNO

"Il nostro claim è Rinascimento del bagno! Ceramica Dolomite è sempre rimasta viva e vogliamo riportarla alla vitalità degli anni 80-90, puntando su designer e architetti come Nilo Gioacchini che ha firmato tutte le nuove collezioni." La nuova direzione, mossa da idee chiare e forte volontà di raggiungere obiettivi ambiziosi, ha deciso di ripartire fin dallo scorso anno con collezioni fresche e colorate; alla base tecnologie DLC e innovazioni produttive come il sistema di risciacquo Vortice ultra silenzioso (un quarto di decibel, fondamentale per l'hotellerie) e washer saver oppure come lo smalto naturale UltraGrip Glaze, studiato per un effetto più materico. "Usiamo tecnologie avanzate, con una componente artigianale ancora forte, ma ciò che ci distingue sul mercato è soprattutto il colore - sottolinea l'ing. Rinaldo Sartori, Responsabile Produzione Fine Fire Clay che ci ha guidato in visita ai reparti produttivi -. Le piastrelle dettano la tendenza del colore sui sanitari e noi vantiamo una palette vastissima, studiata e creata nel laboratorio interno, con costi maggiori rispetto al classico bianco. Al trend verso la finitura opaca, per esempio, Ceramica Dolomite risponde differenziandosi con un bianco setoso".

Tra le sfide di Ceramica Dolomite anche quella di ri-



ISCRIZIONE CERAMICA DOLOMITE

Nel 2024, Ceramica Dolomite ha ottenuto l'iscrizione nel Registro Nazionale dei Produttori Italiani certificati "100% Made in Italy". Un'attestazione prestigiosa - rilasciata dall'Istituto per la Tutela dei Produttori Italiani (l'unico ente certificatore nazionale iscritto al CNEL) che certifica origine e qualità totalmente italiane per l'intero ciclo produttivo.

prendere il mercato dei piatti doccia, oggi dominato dalla resina, con un modello in ceramica spesso solo 2 cm e, più ambiziosa ancora, quella di introdurre a catalogo il sistema washlet / smart toilet, soprattutto per i capitolati dei nuovi appartamenti. "Cersaie in tal senso sarà la prima vera grande opportunità per avviare questa strategia di gamma, spingeremo sull'arredobagno su misura e sui piatti doccia. L'obiettivo è introdurre il concetto di "limited edition", realizzate da designer di fama internazionale, preferibilmente italiani per rimarcare la nostra identità - dichiara Nilo Gioacchini -. Oltre al progetto di merchandising per il retail italiano, l'azienda sta pensando anche ad uno showroom a Milano".

MENO PRODOTTI, PIÙ MODULARITÀ

Una nuova strategia d'impresa basata su un'idea di "sistema", progettata per Ceramica Dolomite dal noto designer toscano: meno prodotti ma più soluzioni intercambiabili, una filiera più sostenibile. Il fil rouge è la trasversalità (premiata con l'Iconic Award 2024), che mette in sinergia ogni prodotto di Ceramica Dolomite. Tra le novità spiccano il sistema Oltre, i lavabi Move in limited edition e la collezione di sanitari Mia+.

Oltre, come dice il nome stesso, offre prodotti ceramici con composizioni variabili e una palette che include finiture opache e il bianco UltraGripGlaze. L'estetica pulita ed essenziale è una metafora dell'acqua e definisce i lavabi, i ripiani in ceramica, gli accessori "satellite" e i piatti doccia. I lavabi Move, invece, integrano collezioni già esistenti con bordi sottili, ampi bacini e smaltature interne in oro, argento, nero opaco o bianco. Mia+, infine, rivisita la serie Mia con nuances naturali, fissaggi invisibili e vasi certificati per scaricare a 4,5 litri grazie al sistema Aqua-Fall.

Unicità, tecnologica e soprattutto sostenibilità. Le materie prime sono selezionate dalle migliori cave europee, con un ciclo produttivo che ottimizza il riciclo fino al 100%. La qualità finissima superiore rende il prodotto più brillante, riduce l'impatto sull'ambiente e rimarca l'eccellenza visionaria di questo brand.



In apertura da sinistra il sistema Oltre, i sanitari Mia+ e i lavabi Move.