

SCHEMA SINTETICA RIASSUNTIVA

“Cersaie, Ceramicland ed Expo 2015”

progetto di valorizzazione di Cersaie, del settore ceramico emiliano-romagnolo e del distretto ceramico di Modena e Reggio-Emilia.

Nell'anno di **Expo 2015**, l'importante iniziativa internazionale che quest'anno si terrà da maggio a ottobre a Milano, l'intera nazione con le sue Regioni, i territori ed i sistemi produttivi di eccellenza godranno di un palcoscenico privilegiato agli occhi di tutto il mondo.

Forti di tale straordinaria iniziativa, **Cersaie** (*Salone internazionale della ceramica per l'architettura e dell'arredobagno – Bologna, 28 settembre-2 ottobre 2015*), **l'industria ceramica** ed il **distretto ceramico** non possono perdere l'occasione di essere messi in mostra quali principali espressioni dell'eccellenza della Regione Emilia-Romagna.

Il progetto “**Cersaie, Ceramicland ed Expo 2015**” prende quindi il via da questo spunto per portare l'attenzione degli interlocutori internazionali privilegiati sul territorio e le aziende produttive che ivi risiedono.

Tre i principali cardini del progetto, composto da azioni perfettamente integrate e coordinate fra loro, che si muovono sull'asse **Bologna-Distretto ceramico**:

1. **Cersaie Business**
2. **Costruire Abitare Pensare**
3. **Ceramicland**

1. Cersaie Business:

L'iniziativa fa capo ad un **importante progetto** avviato insieme a codesta Regione di cui il programma 2012 costituiva una prima innovativa ed apprezzatissima fase composta da specifici studi di marketing su alcuni mercati emergenti ed un incoming a *Cersaie 2012*. Esso mira ad un maggiore coinvolgimento dei decisori finali del mondo della progettazione e delle costruzioni al fine di creare networking fra questi importanti interlocutori e gli espositori della manifestazione sui mercati selezionati che si configurano sempre più come potenziali sbocchi commerciali per i prodotti di alta gamma. Il grande successo dell'iniziativa ha visto la soddisfazione delle aziende del settore ceramico espositrici a *Cersaie* per cui è stata ripetuta anche nel 2013 e nel 2014 (circa 50 delegati hanno effettuato 160 visite agli stand delle aziende associate espositrici). Questo ha generato anche per l'edizione 2015 una forte richiesta di ripetizione del progetto per il quarto anno consecutivo e una formula di progetto implementata ed ancora più mirata per numero di partecipanti e modalità di gestione (come la partecipazione al programma a. *Costruire Abitare Pensare* e le visite a stabilimenti produttivi e/o showroom del distretto ceramico di Modena e Reggio Emilia nell'ambito del progetto c. *Ceramicland*).

Il progetto risponde pertanto a specifiche esigenze ed istanze delle imprese ceramiche italiane.

2. Costruire Abitare Pensare

E' il programma convegnistico rivolto al mondo dei progettisti in occasione di *Cersaie 2015*. Al fine di valorizzare la percezione della manifestazione presso i professionisti internazionali della progettazione, *Cersaie* ha ideato il programma “*Costruire, Abitare, Pensare*” incentrato principalmente sui temi dell'architettura e del design. Nel 2015 il programma sarà alla sua settima edizione e si concretizzerà nella realizzazione di conferenze, seminari, mostre e concorsi di idee.

Nell'ambito del programma sono inclusi incontri di livello internazionale con esponenti di chiara fama del mondo dell'architettura (premi Pritzker) e del design che, attirando un consistente numero di partecipanti, incrementano le visite a *Cersaie* e contribuiscono ad favorire la conoscenza del prodotto ceramico e la sua applicazione in architettura. Il programma gode infatti di accreditamento presso gli ordini professionali e garantisce crediti formativi. L'ultima edizione di *Costruire Abitare Pensare* ha portato in fiera oltre 3.000 progettisti. Assistono ai convegni anche i delegati del progetto *Cersaie Business*.

Luoghi deputati agli incontri sono il *Palazzo dei Congressi* di Bologna (fino a 1000 posti) per gli eventi più importanti e la *Galleria dell'Architettura* (max 200 posti) presso la Fiera di Bologna, che verrà adeguatamente allestita per gli incontri convegnistici e seminariali.

Il progetto risponde pertanto a specifiche esigenze ed istanze delle imprese ceramiche italiane.

3. Ceramicland

Il progetto *Ceramicland* ha l'obiettivo di valorizzare e promuovere il territorio del distretto ceramico di Sassuolo e di altre sei amministrazioni comunali (Maranello, Formigine, Fiorano, Casalgrande, Castellarano, Scandiano) facendo conoscere nel mondo ogni aspetto dello stile di vita di chi ci abita e ci lavora (v. allegato 1.). La cultura, la qualità del cibo e della cucina, il benessere ed un'industria manifatturiera che coniuga la creatività artistica e la creatività tecnologica sono gli elementi che caratterizzano tale territorio e che costituiscono gli elementi di un modo di vivere sostenibile, italiano con una specificità emiliana.

Il prodotto ceramico è noto nel mondo, ma non sono note le caratteristiche del territorio che lo hanno prodotto. Narrando tali elementi costitutivi, che permeano ogni attività sul distretto, è possibile dare contenuto concreto al concetto generico di "made in italy", che se non viene spiegato in tutte le sue componenti rischia di rimanere uno slogan vuoto. Un "made in italy" che anche in questo territorio è costituito da eccellenze nel campo della cultura, del cibo, dell'arte e della tecnologia, nonché del benessere, con una specificità tutta territoriale. La narrazione verrà effettuata attraverso l'organizzazione di un tour che attraverso alcune tappe consentirà ai visitatori di accedere nei luoghi della creatività, dell'industria, di gustare la gastronomia e accedere alle bellezze architettoniche e ai borghi del distretto, ed in particolare stabilimenti produttivi della ceramica, musei sulla storia e sul design della ceramica, showroom, etc. A tal fine verranno ideati e realizzati strumenti informativi e multimediali per la promozione dei tour, utilizzando anche dalle agenzie di promozione turistica coinvolte sul progetto. L'offerta turistica è infatti rivolta in modo specifico ai visitatori di Expo e intende essere un'offerta nell'ambito del "turismo industriale" in stretta connessione con il territorio, con l'obiettivo di sperimentare un modello da utilizzare anche quando Expo sarà terminato.

Il progetto *Ceramicland* – che coinvolge realtà produttive e amministrative appartenenti a due province (Modena e Reggio Emilia) - si avvale della connessione con il tour per Expo *DiscoverFerrari & Pavarottiland* sia dal punto di vista organizzativo che comunicativo. In occasione di *Cersaie* si ipotizza il picco di visita nel distretto, anche in coordinamento con il progetto *Cersaie Business* e con la *Serata Cersaie* per le quali si prevede una tappa del programma di visita al distretto al fine di creare un legame tangibile fra la manifestazione, i suoi espositori ed il territorio dell'Emilia-Romagna.

Il progetto risponde pertanto a specifiche esigenze ed istanze delle imprese ceramiche italiane.

Paesi prioritari per l'iniziativa in oggetto e per la quale si richiede il finanziamento (in particolare per il progetto a. *Cersaie Business*) sono principalmente **alcuni paesi asiatici (Singapore, Hong Kong, Giappone, Vietnam), Australia e Sud Africa.**

Per quanto riguarda *Ceramicland*, particolare attenzione verrà posta sui Paesi Europei, specialmente **Francia e Germania.**

L'iniziativa *Cersaie Business* vede il sempre maggiore coinvolgimento di questi importanti **influenzatori e prescrittori internazionali del mondo del progetto** (studi di progettazione, imprese di costruzione, ingegneri, key players del contract, amministratori pubblici, architetti, interior designers, decoratori, etc.) con l'obiettivo di promuovere nel mondo le merceologie rappresentate da Cersaie e di creare networking fra questi interlocutori e le aziende produttrici di ceramica che espongono alla manifestazione.

Essendo *Ceramicland* un'iniziativa intesa a valorizzare il territorio, con tutte le sue valenze dall'arte, alla cultura, dal cibo all'industria manifatturiera al fine di dare contenuto al concetto di Made in Italy in un'ottica di turismo industriale, i target di riferimento, accanto al **pubblico generico** cui si rivolgono in generale le iniziative di Expo, sono gli **operatori e i professionisti del settore a livello internazionale (architetti, interior designer, studenti) e i giornalisti internazionali.**

Sede privilegiata dell'iniziativa è **Cersaie**, il più importante salone internazionale della ceramica per l'architettura e dell'arredobagno – **Bologna, 28 settembre – 2 ottobre 2015 – www.cersaie.it** – che vedrà in questo periodo lo svolgimento delle principali attività del progetto **Costruire Abitare Pensare a Bologna** ed il clou del progetto **Ceramicland** nel **distretto ceramico** per l'intera durata di Expo 2015.

CERSAIE è promosso da **Confindustria Ceramica** (Associazione dell'industria ceramica italiana) in collaborazione con *BolognaFiere* ed organizzato da **Edi.Cer. Spa Società Unipersonale.**

In termini di **rappresentatività** del settore produttivo, segnaliamo che Confindustria Ceramica rappresenta la quasi totalità delle realtà dell'industria ceramica nazionale in termini di piastrelle di ceramica e sanitari in ceramica. Tali aziende sono espositrici di *Cersaie*.

CERSAIE è la **fiera leader mondiale** per i settori rappresentati e si propone come la vetrina di indiscusso prestigio in cui presentare il prodotto in tutte le soluzioni estetiche e tecnologiche, confrontarsi con il mondo dell'architettura e del design, da sempre ideatori di originali frontiere di utilizzo, incontrare il mondo della distribuzione, portavoce innegabile delle esigenze e delle tendenze del mercato. Cersaie ha confermato nei numeri dell'edizione 2014 la propria vocazione ad essere 'la' fiera di riferimento a livello internazionale per i settori della ceramica per l'architettura e dell'arredobagno. Sono state più di 100.000 le presenze nei cinque giorni di fiera, con una crescita dei 'primi ingressi' pari a 66.096 persone, +3,6% rispetto all'edizione precedente. Una crescente attrattiva mondiale che trova conferma anche nei visitatori internazionali, che hanno raggiunto le 23.363 unità (+4,1% rispetto all'anno precedente). Quanto agli espositori che hanno esposto su 166.000 mq, la parte numericamente più importante appartiene alle aziende italiane: 263 aziende di piastrelle; 159 di arredobagno; 105 di altri settori presenti – in quanto portatrici di quell'eccellenza del "Made in Italy". Accanto a queste vi sono oltre 331 aziende straniere, le più qualificate in assoluto a livello mondiale e che contribuiscono a conferire a CERSAIE una

dimensione internazionale per antonomasia.

CERSAIE è anche una fiera di **grandissima rilevanza regionale** e nazionale, in termini di logica di distretto ceramico (fra Sassuolo e Reggio Emilia + Romagna) e dei produttori di ceramica per sanitari (Viterbo). **Le aziende espositrici della Regione Emilia-Romagna sono 277.**

CERSAIE, la **manifestazione annuale più importante che si svolge a Bologna**, ha capacità di stimolare collaborazioni sul territorio per la realizzazione di iniziative, servizi ed eventi collaterali da parte di enti pubblici e privati. Si segnala che in occasione di CERSAIE tutti gli hotel delle province di Bologna, Modena, Reggio Emilia, Forlì, Ravenna e Ferrara registrano il tutto esaurito considerando il periodo di fiera “alta stagione”.

Attraverso questo progetto, i Promotori/Soggetto Attuatore – che rappresentano la quasi totalità delle realtà produttive ceramiche nazionali e regionali – intendono **portare positive ricadute sulla fiera Cersaie, sul sistema produttivo e sulle aziende che ne fanno parte** svolgendo una fattiva azione di promozione, reale e concreta, che mira al networking fra aziende e personaggi-chiave del mondo del progetto internazionale.

Si vuole raggiungere tale obiettivo anche con la **diffusione della conoscenza e dell’uso del prodotto ceramico** attraverso la **promozione del territorio in cui viene prodotto**. Narrando tali elementi costitutivi, che permeano ogni attività sul distretto ceramico, è possibile dare contenuto concreto al concetto generico di “made in italy”, che se non viene spiegato in tutte le sue componenti rischia di rimanere uno slogan vuoto. Ciò consentirà che il prodotto ceramico italiano e in particolare quello prodotto nel più importante distretto produttivo (Sassuolo-Reggio Emilia) venga percepito come unico al mondo **differenziandosi per qualità dalla produzione dei concorrenti internazionali e rafforzando la competitività delle aziende italiane.**