



Il tavolo durante la presentazione di ieri del Club degli imprenditori

FORMIGINE. NOVITÀ NEL DISTRETTO CERAMICO

Un Club di imprenditori per reggere sui mercati esteri

Un Club per restare al vertice internazionale. Diverse realtà imprenditoriali del Distretto Ceramico hanno lanciato ieri a Formigine una nuova piattaforma per puntare ancora in alto... e rimanerci.

«Non ci guardiamo alle spalle - ha riconosciuto Fabio Tarozzi, amministratore delegato di Siti B&T Group, l'azienda padrona di casa - ma il nostro sguardo è rivolto avanti».

Cosa accadrà di concreto con Club Imprenditori per l'Innovazione del Distretto Ceramico? Intanto, è nato un sito internet (smartceramicdistrict.it), in cui sono inseriti gli attori che ne fanno parte e le iniziative già in programma. Ieri pomeriggio si è svolto un workshop con rappresentanti del panorama globale (come Ibm e Siemens) e accademico (Unimore).

«Il Distretto Ceramico è molto forte - ha riconosciuto Massimo Zocche, in qualità di rappresentante di Ibm Italia - ma ha la caratteristica di essere molto autoreferenziale, come molti distretti. Il valore di questi eventi è riuscire a portare esperienze di distretti e settori industriali non afferenti al mondo della ceramica, ma che possono essere buoni esempi per raccogliere nuovi segreti e nuove soluzioni».

Soluzioni che possono suggerire anche i giovani talenti di Modena. «Svolgiamo una ricerca focalizzata sulle esigen-

ze del territorio - ha ripreso Marcello Pellicciari, docente del dipartimento d'Ingegneria Enzo Ferrari - e lavoriamo sull'ambito didattico. Svolgiamo corsi di alta formazione specifici per garantire la competitività e la leadership tecnologica del Distretto. Lavoriamo sia con esso sia con le aziende del territorio».

«Il cambiamento culturale è fortissimo - ha ribadito Tarozzi - e rappresenta la vera sfida del prossimo futuro. Il distretto avrà successo nella misura in cui riuscirà a sfruttare tutte le sue potenzialità per rimanere leader. La ceramica ha potenzialità parzialmente inespresse enormi e sono tutte da giocare». Il Club "giocherà" con due obiettivi specifici: sviluppare idee e creare progetti pilota. Nel primo caso si affiderà a un Think Tank, nel secondo si avvarrà di uno specifico laboratorio. Cinque gli incontri in programma quest'anno.

«I temi d'interesse sono tanti - ha garantito Emilio Mussini, in rappresentanza di Panaria Group - soprattutto se abbiamo voglia confrontarci fuori dal Distretto e dal territorio». Le iscrizioni al Club sono ancora aperte. Ne fanno parte al momento Casalgrande Padana, Colorobbia Italia, Ferro Coatings Italia, Marazzi Group, Panaria Group, Siti B&T, Sacmi Impianti.

Gabriele Farina

