

# Il commento

di Fortunato D'Amico

Ala - Assoarchitetti



Il mondo della produzione cerca nuovi canali per supportare la vendita, con azioni rivolte agli utilizzatori e soprattutto ai professionisti che gestiscono le dinamiche del progetto. Il confronto sul tema tra Fortunato D'Amico e Claudio Malagoli, direttore commerciale di Cooperative Ceramiche d'Imola.

## Interagire a monte Quando la produzione partecipa alla definizione del processo

**L**a produzione e la commercializzazione dei prodotti ceramici destinati all'edilizia ha cambiato in questi ultimi anni i modi e i criteri di relazione con il mercato delle costruzioni, sempre più caratterizzato dalla presenza delle Real Estate e degli operatori immobiliari che attuano logiche organizzative e decisionali rivolte a incrementare la qualità del prodotto architettonico. Quali sono oggi le modalità per relazionarsi nella maniera giusta con il proprio target?

Il tradizionale canale distributivo produttore-rivenditore oggi non è più sufficiente a garantire un corretto rapporto con gli utenti di riferimento. È divenuto necessario supportare la vendita con azioni rivolte agli utilizzatori e soprattutto ai professionisti che gestiscono le dinamiche del progetto, individuando nelle proposte architettoniche gli aspetti innovativi e da questi partendo per riorganizzare i processi produttivi per soddisfare i nuovi bisogni. Offrire un prodotto di qualità è ormai un obiettivo scontato per tutti i produttori. Ciò che determina la differenza è la capacità di collaborare con i protagonisti del sistema costruttivo affinché si mettano in atto quei meccanismi necessari alla definizione della soluzione più adeguata. I produttori italiani sono tra i più qualificati nel panorama mondiale per l'innovazione tecnica e tecnologica riferita ai materiali ceramici. Questo riconoscimento impone che la ricerca in termini di risparmio e di recupero delle materie prime debba essere oggi uno degli aspetti di maggior attenzione, non solo per le aziende impegnate a sviluppare business oltre frontiera, ma anche per gli altri operatori dei mercati locali.

**Come si confronta la Cooperativa Ceramica d'Imola con i temi della sostenibilità e del risparmio energetico?**

La Cooperativa Ceramica d'Imola, con il suo laboratorio di ricerca, ha di recente ottenuto una sovvenzione dalla comunità europea per un progetto di recupero degli scarti di lavorazione, riutilizzati dagli impianti di levigatura e ricondotti nel ciclo produttivo attraverso un processo di trasformazione. Questa ricerca, determina un passaggio importante nella

definizione di nuovi prodotti ceramici che tengono in considerazione le problematiche legate alla sostenibilità ambientale e al rispetto dell'habitat umano e corrisponde alle esigenze dell'azienda che vuole consegnare proposte più adeguate ai protagonisti della progettazione. La cooperativa ha compiuto grandi passi avanti sia dal punto di vista tecnologico che da quello organizzativo. Con Imola Tecnica si vogliono tradurre le istanze degli architetti e dei progettisti in obiettivi aziendali finalizzati a creare soluzioni in grado di soddisfare anche le aree di mercato più esigenti. Per questo il progetto delle nuove reti aziendali prevede di consolidare e tra-

sferire all'interno i processi di comunicazione con gli attori del sistema, che determinano la domanda di nuove proposte e sono organizzatori della qualità architettonica. È importante lavorare con metodo sviluppando e rendendo sempre più concrete le attività creative tra progettisti e produttori. È solo con un meccanismo di comunicazione ininterrotto tra queste due realtà e attraverso un dialogo non filtrato che è possibile restituire la volontà di adesione alle nuove filosofie progettuali.

Ceramica d'Imola interagisce prima di tutto con il suo territorio impegnandosi a raccontare la sua storia, la storia di una cultura industriale

che nella regione ha originato benessere, sviluppo, creatività, ingegno, innovazione, senza mai tradire le proprie origini. Ancora oggi la sezione artistica della Cooperativa si occupa del restauro di manufatti ceramici e sul territorio è l'unica realtà produttiva in questo settore. Il Museo della Ceramica, collocato all'interno dell'azienda, accoglie opere d'arte in terracotta, maioliche, porcellane, firmate da artisti internazionali che in questi materiali hanno colto le potenzialità espressive e hanno saputo valorizzarlo, diffondendone la cultura in tutto il mondo. Un altro aspetto estremamente positivo, che è anche un ulteriore fattore di radicamento e sviluppo della cultura territoriale, è l'impiego esclusivo di manodopera locale insieme alla pianificazione di interventi a scala mondiale per l'organizzazione della distribuzione e della rete commerciale.

»» «Offrire un prodotto di qualità è ormai un obiettivo scontato per tutti i produttori. Ciò che determina la differenza è la capacità di collaborare con i protagonisti del sistema costruttivo affinché si mettano in atto quei meccanismi necessari alla definizione della soluzione più adeguata».