



Imprese, Panariagroup a Cersaie: â??Innovazione e sostenibilit  sfide della ceramicaâ?•

Descrizione

(Adnkronos) â?? â??Cersaie, per chi come noi produce superfici ceramiche, rappresenta il luogo d elezione in cui architettura, design e industria si incontranoâ?•.

Lo dice Andrea Anghinetti, brand manager Panaria Ceramica e Lea Ceramiche, parlando di Cersaie 2026, il salone internazionale della ceramica e dell arredobagno di Bologna. â??   un occasione privilegiata di ascolto e confronto con il mercato, ma anche il contesto ideale per presentare soluzioni capaci di coniugare innovazione, ricerca estetica e una visione contemporanea dell abitareâ?•. (VIDEO)

  Innovazione, sostenibilit  , nuove esigenze del mercato e capacit  di competere sui mercati internazionali. Sono alcune delle sfide al centro di un settore chiamato a coniugare ricerca tecnologica e nuove richieste progettuali, senza perdere il legame con una tradizione produttiva che continua a rappresentare uno degli elementi distintivi dell industria italianaâ?•, si legge in una nota dell azienda. Panariagroup presenta a Bologna le ultime novit  dei propri marchi, tra cui gli italiani Panaria Ceramica, Lea Ceramiche e Cotto d Este. â??Proposte diverse per linguaggio e posizionamento, ma accomunate dalla ricerca sulla materia e sulle sue applicazioni nel progetto architettonico. Per Lea Ceramiche, debuttano Mimesi, reinterpretazione contemporanea del limestone costruita attraverso materia, luce e lavorazione, e Bio Charme, nuova espressione del rovere select come icona di stile Panaria Ceramica esplora invece a diversi modi di abitare gli spazi in modo personale con le attraverso quattro nuove collezioni: Aura, pietra calda e avvolgente; Fil  , piccolo formato ispirato alla ceramica artigianale italiana; Formula, interpretazione morbida del cemento; e Dimora, ispirata al calore naturale del rovereâ?•.

  Il know-how, la qualit  e, soprattutto, la ricerca estetica rappresentano gli elementi che distinguono il prodotto italiano e il valore del Made in Italy rispetto alle proposte della concorrenza esteraâ?•, spiega Anghinetti. Cotto d Este, altro storico marchio del Gruppo, porta a Cersaie le collezioni Legend, ispirata alla Pierre Bleue belga; Shade, una reinterpretazione del cemento â??morbida, colorata e sensorialeâ?•; e Solaris, che richiama â??il calore luminoso del Mediterraneo, all interno di un percorso sensoriale dedicato proprio alla ricerca sulle superfici e sulle possibilit  offerte dalla materia,

dai dettagli e dall'innovazione. Il mercato si sta evolvendo lungo direttrici diverse dichiara Bruno Buratti, brand manager Cotto d'Este. Da un lato, la sostenibilità rappresenta un tema sempre più rilevante, soprattutto per i consumatori finali; dall'altro, cresce la ricerca di soluzioni innovative, capaci di valorizzare elementi della tradizione reinterpretandoli in chiave moderna.

Per le aziende italiane la sfida riguarda la competitività, in un quadro segnato dai costi energetici e dalle regole ambientali, mentre la domanda chiede prodotti sempre più sostenibili e, allo stesso tempo, capaci di offrire nuove soluzioni estetiche e progettuali. L'industria italiana si distingue per la capacità di innovare, sviluppare nuovi prodotti e creare un valore riconoscibile rispetto ai competitor internazionali. Per questo è fondamentale continuare a sostenere il Made in Italy e il suo contributo alla competitività dell'intero settore ceramico, conclude Buratti.

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Settembre 22, 2026

Autore

redazione