

**PIASTRELLA VALLEY** Nel distretto di Sassuolo è tempo di nuove sfide tra i big. Granitifiandre in primavera aprirà uno stabilimento negli States. Ma a piazza Affari arrivano alcuni concorrenti diretti

# Ceramica rovente

di Stefano Catellani

**L**a tensione competitiva che da sempre tiene sull'attenti i vip di piastrella valley, l'area ceramica reggiano-modenese, sta salendo alle stelle. **Panaria group**, sotto la guida di Giuliano Mussini, sta per entrare nel segmento Star di piazza Affari (società con alti requisiti) e la stessa strada dovrebbe imboccare Filippo Marazzi, che in Russia ha appena rilevato per 103 milioni di dollari la Welor Kerama, 72 milioni di dollari di giro d'affari (e mol intorno al 50%), fondata da italiani (gruppo Welko) nel 1988, che controlla oltre il 15% del mercato ceramico russo. Così **Marazzi**, che vicino a Mosca sta costruendo un maxi-stabilimento, si ritrova 100 punti vendita in più. E la prossima tappa sarà la Cina.

Anche Cirillo Mussini, del gruppo **Atlas Concorde**, sta tes-

sendo una tela fatta di acquisizioni (l'ultima è la Mirage), mentre Oscar Zannoni, il primo a portare le piastrelle in borsa con **Ricchetti**, ha appena chiuso un bilancio al 30 settembre con utile ante imposte di 4 milioni di euro, +3,2%, fatturato consolidato di 222,6 milioni (da 228 milioni), ebitda ed ebit al 10,3% e 4,2%. Piccoli passi.

E Romano Minozzi? Il fondatore del gruppo Iris, con due società quotate (Maffei e Granitifiandre, prima matricola su Star nel giugno 2001), sta costruendo uno stabilimento in America. Sarà pronto nei primi mesi del 2005. Dopo l'avvio di quello in Germania, nel land del Brandeburgo, triplicherà i metri quadrati di lastre in grès porcellanato che **Granitifiandre** produceva prima del piano di espansione internazionale. Graziano Verdi, presidente e a.d., macina chilometri e ore di aereo, il portafoglio ordini cresce (+11%) ma il titolo in borsa perde il 10% da inizio anno (però ha staccato un

dividendo di 0,12 euro) per via di un calo degli utili. I numeri: fatturato consolidato (al 30 settembre) di 120,8 milioni, +10,6% (+12,1% nel raffronto a cambi costanti), mol di 21,9 milioni (erano 24,4 nei primi nove mesi del 2003) con un'incidenza sul fatturato del 18,1%, risultato ante imposte di 12,9 milioni (da 18,8 milioni). In ogni caso Verdi si dice ottimista: «Possiamo prevedere una chiusura di esercizio in crescita rispetto all'anno precedente, mantenendo al contempo elevati livelli di redditività e di flussi di cassa». Da inizio anno sono stati finanziati investimenti per 25,7 milioni di euro, principalmente riconducibili allo stabilimento americano e all'acquisizione di Savoia Canada. Scelto anche il

marchio commerciale per il mercato Usa: StonePeak. (riproduzione riservata)

