



SUPERFICI DI VITA

LIFE SURFACES

COMPANY PRESENTATION

PANARIAgroup®

SUPERFICI DI VITA

Siamo le superfici su cui si posano le vite di milioni di persone.

Attraverso le loro voci, parliamo di noi.

Testimoni del nostro essere e agire nel mondo, uomini e donne raccontano con immagini e parole la storia di un incontro. Quello, talvolta inconsapevole, con Panariagroup.

Eterno o fugace che sia, è nell'istante di un contatto, di uno sguardo posato, di un passo affrettato che la nostra impresa si compie.

Viviamo per quell'attimo. È lì che siamo. Ovunque.

LIFE SURFACES

We are the surfaces on which millions of people act out their lives.

Let's listen to them as they speak about us.

They are witnesses to our being and our function, these men and women who, through words and images tell the story of their encounter. Meeting the Panariagroup, sometimes unknowingly.

Eternal or fleeting, it's that instant of contact, of a calm glance, of hasty footsteps, where our job is done.

We live for that moment. And that's us. The world over.

INDICE

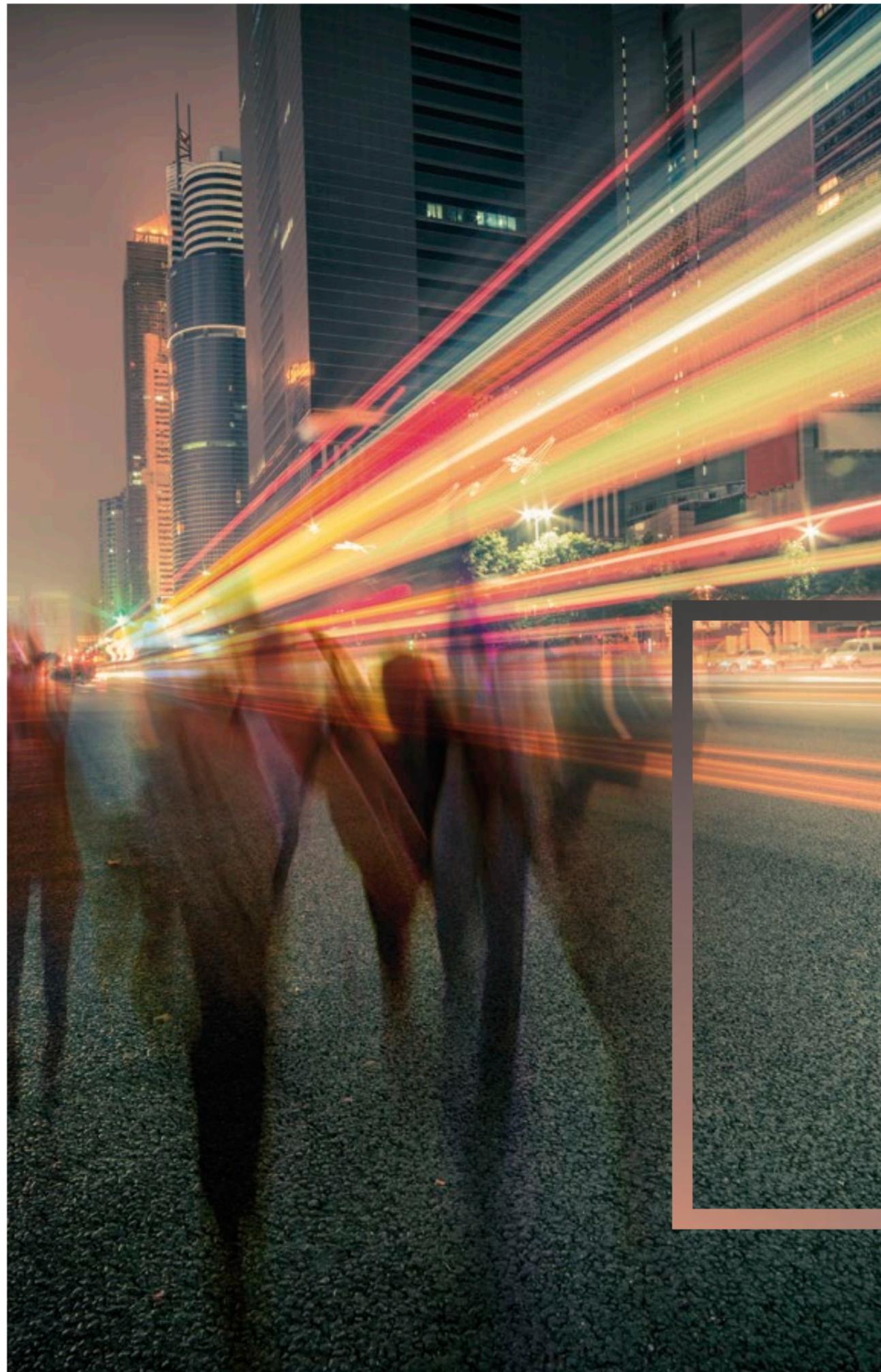
INDEX

1.0 L'ESSENZA DI PANARIAGROUP <i>1.0 THE PANARIAGROUP ESSENCE</i>	7
2.0 LA STORIA DEL GRUPPO <i>2.0 THE STORY OF THE GROUP</i>	15
3.0 I NOSTRI CARDINI <i>3.0 OUR FUNDAMENTAL PRINCIPLES</i>	27
4.0 L'AVANGUARDIA TECNOLOGICA <i>4.0 THE VANGUARD OF TECHNOLOGY</i>	49
5.0 I BRAND DEL GRUPPO <i>5.0 THE GROUP BRANDS</i>	59
6.0 LA RESPONSABILITÀ E LA SOSTENIBILITÀ <i>6.0 RESPONSIBILITY AND SUSTAINABILITY</i>	79
7.0 LE OPERE E I PROGETTI <i>7.0 REFERENCES AND PROJECTS</i>	89



MOSCOW INTERNATIONAL
BUSINESS CENTER, TOWER 1
"IQ-QUARTER"
MOSCOW - RUSSIA

Panariagroup
reference project



È il luogo in cui si nasce che scrive la prima riga di ogni storia. Noi siamo nati in Italia, è da qui che inizia il racconto epico di chi intende creare e donare nuovi sensi alla bellezza. Qui è l'origine, qui è la fonte, qui è il cuore che pulsa e ci spinge lontano.

*The first line of every story is the place where you are born.
We were born in Italy and here is the beginning of an epic story about wanting to create and give new meaning to beauty.
Here is the origin, the source and the heart that beats and drives us far.*

1.0 L'ESSENZA DI PANARIAGROUP

THE PANARIAGROUP ESSENCE

C'è chi li chiama "non luoghi", chi li vede come spazi senza identità, senza relazioni. Per Andrea non è così. Attraversa da anni decine di aeroporti ogni mese, e alcuni di questi sono diventati nel tempo luoghi familiari per lui. Quando fa scalo a Doha, in Qatar, riconosce quelle superfici e quasi non si accorge di essere a migliaia di chilometri da casa.

THE VALUE OF A LIFE OF MOVEMENT LIES IN THE PLACES WE PASS THROUGH. Some call them "non-places", spaces without identity, spaces we can't relate to. Not Andrea, though. For years he has been passing through dozens of airports a month and some of them have become quite familiar to him. When he lands at Doha, Qatar, he recognises those surfaces and he almost doesn't realize he is thousands of miles from home.

IL VALORE DI UNA VITA IN MOVIMENTO STA NEI LUOGHI DI PASSAGGIO.



ANDREA
MUTTONI

EXPORT MANAGER
PANARIAGROUP TRADE

HAMAD INTERNATIONAL AIRPORT,
DOHA, QATAR.
REALIZZATO CON PRODOTTI COTTO D'ESTE
MADE WITH COTTO D'ESTE PRODUCTS



L'ESSENZA DI PANARIAGROUP

Tra le molte sfumature di carattere che la nostra terra infonde nelle persone, ce n'è una che in Panariagroup trova lo spazio per la sua più alta espressione: l'estrema attenzione. Quella profondissima cura prestata a ogni dettaglio, che nel valore del lavoro assume per noi, ogni giorno, i connotati della più ferrea determinazione.

Definiamo i canoni dell'eccellenza ceramica, plasmiamo la materia con lo stato dell'arte della tecnologia, generiamo superfici votate all'estetica assoluta. Non abbiamo mai saputo, né mai sapremo, accontentarci di nulla di meno del massimo.

Dall'Italia che ci ha visto nascere, produciamo bellezza per gli occhi del mondo.

THE PANARIAGROUP ESSENCE

Among the many traits of character that our homeland distils in people, at the Panariagroup there is one which finds space to develop to the highest level: extreme care. This profound attention to every detail, the basis of our work, is inseparable each and every day from the most steely determination to succeed.

We define the rules of excellence in ceramics, shape materials with the state of the art technology and create surfaces dedicated to pure aesthetics. We have never been able, nor will we ever be able, to be satisfied with anything less than the maximum.

In Italy where we were born, we produce beauty to enchant the eyes of the world.



DENISE MARTINI

STUDENTESSA DI ARCHITETTURA
ARCHITECTURE STUDENT

MILANO, BOSCO VERTICALE.
REALIZZATO CON PRODOTTI COTTO D'ESTE E
LEA CERAMICHE
MILAN, ITALY, BOSCO VERTICALE
(VERTICAL FOREST).
MADE WITH COTTO D'ESTE AND LEA
CERAMICHE PRODUCTS

L'ARCHITETTURA SI ELEVA AD ARTE QUANDO LA TECNICA, DI NASCOSTO, SPOSA L'ETICA E L'ESTETICA.

Denise vede ogni giorno il Bosco Verticale ai margini del quartiere Isola, a Milano; è sulla strada che percorre per raggiungere la sua università. Studia architettura e quando alza gli occhi verso la bellezza di quelle due opere, si ricorda ogni volta il perché lo fa.

ARCHITECTURE BECOMES AN ART
FORM WHEN TECHNOLOGY IS
SECRETLY MARRIED TO ETHICS AND
AESTHETICS.

Every day, on the edge of the Isola neighbourhood in Milan, Denise sees the Bosco Verticale (Vertical Forest); it's on her way to the university. She is studying architecture and when she looks up at the beauty of those two buildings, she always remembers why she does it.

METRO
BRESCIA - ITALY



Panariagroup
reference project



Tra gli infiniti sentieri che attraversano il tempo, camminiamo d'istinto un passo avanti al presente. Il nostro adesso è forgiato dal poi.

Through the endless criss-cross tracks of time, it is our instinct that takes us beyond the present. Our now is shaped by the future.

2.0 LA STORIA DEL GRUPPO

THE STORY OF THE GROUP



CROSS WOOD, BONE
PANARIA CERAMICA

ANNI DI NOI

In oltre quaranta anni di storia, abbiamo visto cambiare il nostro mondo. Lo abbiamo osservato crescere, evolvere, sorprenderci e spesso siamo stati noi stessi i primi pionieristici artefici del suo avanzare.

Una cosa però è rimasta immutata, nella forma e nel tempo: Panariagroup, dall'alba della sua fondazione, si nutre della stessa linfa imprenditoriale, dello spirito audace di chi non sa guardare altro che avanti. Dal 1974 produciamo progresso, camminando sul margine più avanzato del tempo.

THESE YEARS

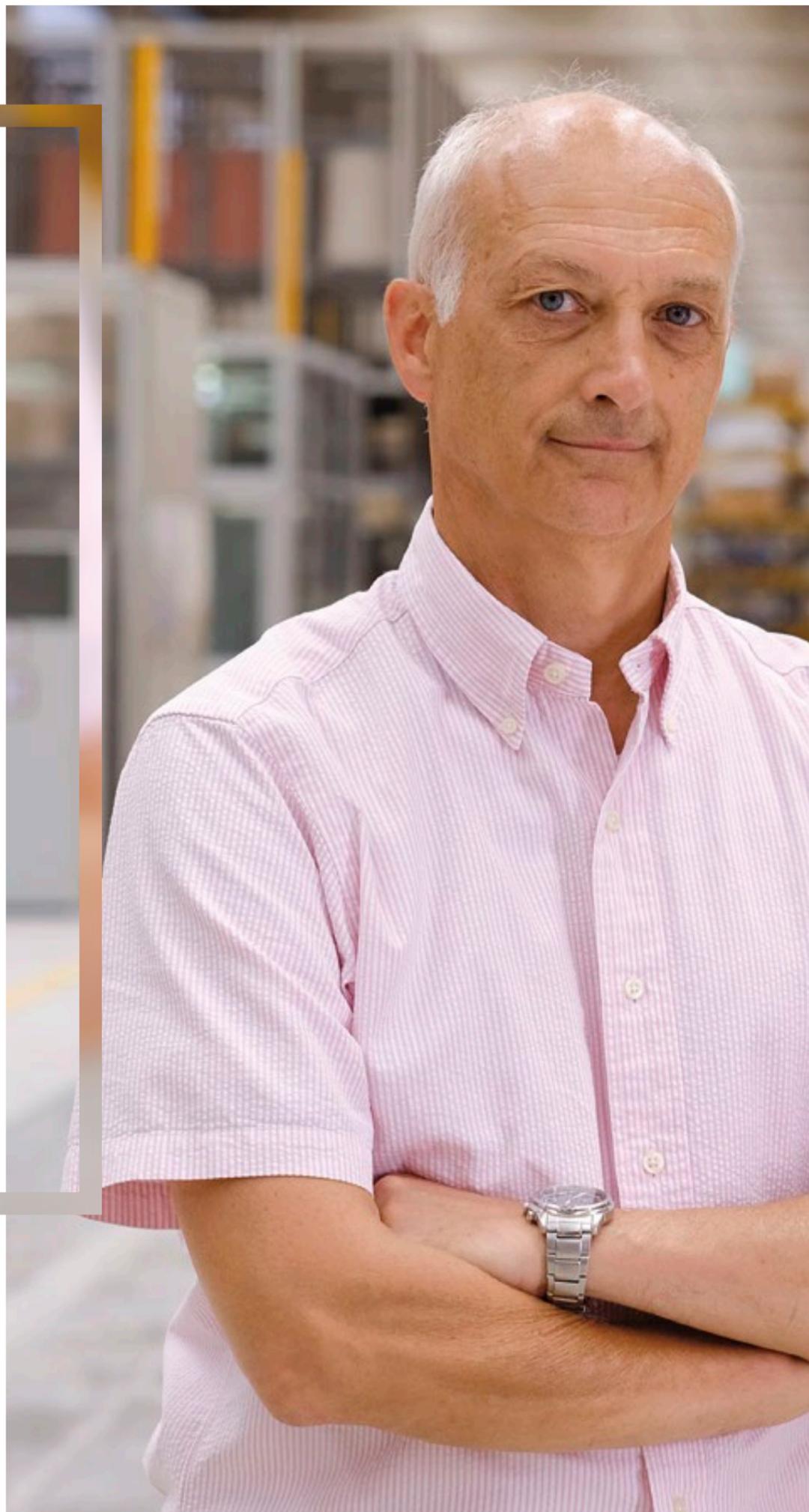
In over forty years, we have seen our world change. We have watched it grow, evolve and surprise us. And then, we have often been the pioneering authors of progress.

One thing, however, has not changed, neither in form, nor over time: the Panariagroup, from the beginning, has been fed by the same entrepreneurial lifeblood, the audacious spirit of those who can't look anywhere but ahead. Since 1974 we are progress, we are the leading edge.

MI SONO SEMPRE CHIESTO COSA POTESSE USCIRE DA QUESTE GRANDI FABBRICHE. ORA LO SO: IL MEGLIO.

Luigi ricorda bene la curiosità che provava da ragazzo, quando osservava da lontano gli enormi stabilimenti produttivi delle ceramiche. Nel tempo, la curiosità è diventata interesse, poi fascino, poi studio, lavoro e carriera. E oggi di quei luoghi conosce ogni segreto e ogni dettaglio.

I ALWAYS WANTED TO KNOW WHAT COULD COME OUT OF THESE HUGE FACTORIES. NOW I KNOW: THE VERY BEST. Luigi can still feel the curiosity he felt as a boy when he saw the enormous ceramic manufacturing facilities. As time went on, his curiosity first developed into interest, then into fascination, then study, work and a career. Today he knows all the secrets and every detail of the place.



LUIGI
BENEDETTINI

DIRETTORE DI STABILIMENTO
FINALE EMILIA PANARIAGROUP
PLANT DIRECTOR AT FINALE
EMILIA PANARIAGROUP



1974

Nel 1974, da un gruppo di imprenditori tra i quali Giuliano Mussini, capostipite della famiglia Mussini, attuale proprietaria di maggioranza di Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A., viene fondata Panaria Ceramica.

In 1974 Panaria Ceramica was founded by a group of entrepreneurs including Giuliano Mussini, head of the Mussini family, the current major shareholder of Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.

DALL'ORIGINE,
L'ORIZZONTE.
DALLA MATERIA,
LO SPIRITO.

ORIGINS TO
HORIZONS.
MATERIALS TO
SPIRIT.

1992

Negli anni '90, Panaria implementa una strategia di espansione e di ampliamento dei marchi e dei prodotti con l'acquisizione, nel 1992, di Ceramiche Artistiche Lea, società specializzata nella produzione di pavimenti in monocottura, e con la costituzione, nello stesso anno, di Cotto d'Este, società creata per l'ideazione e la commercializzazione di esclusive e prestigiose linee di prodotto, destinate a conquistare la fascia lusso del mercato.

During the 90's Panaria implemented a strategy of expansion and extension of its brands and products through the acquisition, in 1992, of Ceramiche Artistiche Lea, a company specialised in the production of white body single-fired floor tiles, and by founding, that same year, Cotto d'Este, a brand producing high-end product lines which would go on to conquer the luxury market.

1995

Nel 1995 la capacità produttiva del Gruppo si espande con la costruzione dello stabilimento di Toano, tecnologicamente avanzato e destinato esclusivamente alla produzione di grès porcellanato. Contestualmente, per presidiare in modo sempre più completo il mercato, nasce il marchio Fiordo Industrie Ceramiche.

In 1995 the production capacity of the company was increased with the construction of the technologically advanced production site in Toano (Reggio Emilia, in the north of Italy), specialized in the production of porcelain stoneware. In that same year, Fiordo Industrie Ceramiche was founded in order to strengthen the market leading position.

2002

Il processo di espansione sui mercati internazionali si concretizza con l'acquisizione, nel 2002, di Maronâgres, oggi Margres, società di riferimento nella produzione di materiale ceramico in grès porcellanato in Portogallo.

The process of expansion into international markets became a reality with the acquisition, in 2002, of Maronâgres (today Margres), an important company in the field of porcelain stoneware in Portugal.

2004

Il 2004 è l'anno di nascita di Panariagroup, a seguito della fusione per incorporazione di tutte le società italiane in Panaria. Nello stesso anno Panariagroup decide di intraprendere la strada della quotazione azionaria e il 19 novembre 2004 il Gruppo è quotato al segmento STAR di Borsa Italiana. L'internazionalizzazione prosegue con la costituzione, sempre nel 2004, di Lea North America LLC., società nata per presidiare in modo dedicato la distribuzione del prodotto Lea su un mercato sempre più strategico come quello USA.

In 2004 all the Panaria Italian companies merged into Panariagroup which was then listed on the STAR segment of the Italian Stock Exchange on November 19th of the same year. The internationalization process continues with the founding, in 2004, of Lea North America LLC., that is specialized in the commercialization of Lea products in the USA.

2005

Nel 2005, Panariagroup acquisisce una seconda società in Portogallo: Novagrés, oggi Love Tiles, marchio leader nella produzione di rivestimenti in monoporosa di grande formato e pavimenti in grès porcellanato smaltato.

Il processo di internazionalizzazione continua nel 2006 con l'acquisizione del marchio e dei principali assets di Florida Tile Industries, uno dei marchi storici di riferimento negli Stati Uniti per la produzione e distribuzione di materiale ceramico. Nel dicembre 2006, le due società portoghesi Novagrés e Margres si fondono in Gres Panaria Portugal mantenendo l'identità dei due marchi. Nasce, inoltre, una nuova società denominata Panariagroup USA Inc., che controlla le due società Florida Tile e Lea North America.

In 2005 Panariagroup acquired another company in Portugal, Novagrés, called Love Tiles today, a leading manufacturer of large size monoporosa wall tiles and glazed porcelain stoneware floor tiles.

The process of internationalisation continued in 2006 with the acquisition of the trademark and main assets of Florida Tile Industries, a historical brand in the United States for the production and distribution of ceramic tiles. In December 2006, the two Portuguese companies Novagrés and Margres merged into Gres Panaria Portugal whilst retaining the two different brands separate. Furthermore, Panariagroup USA Inc. was established to run Florida Tile and Lea North America.

2008

Nel 2008 nasce Blustyle Ceramica, con l'obiettivo di proporsi al mercato con un modello agile e innovativo, nelle logiche sia di prodotto sia di approccio alla distribuzione. Il marchio progressivamente si afferma e oggi rappresenta ufficialmente un brand della famiglia Cotto d'Este, da cui attinge tutti i connotati di qualità proposti su prodotti a spessore tradizionale.

Blustyle Ceramica was created in 2008 to offer on the market an agile and innovative model, in terms of both product rationale and distribution methods. The company gradually flourished and is today an official brand of Cotto d'Este, with whom it shares all quality characteristics - in standard thickness products.

2009

Dopo avere iniziato da anni con successo la commercializzazione del grès porcellanato laminato, materiale rivoluzionario, altamente performante e frutto di una tecnologia all'avanguardia, nel 2009 Panariagroup installa la sua prima linea di produzione di questo prodotto presso lo stabilimento di Fiorano Modenese.

After years of successful commercialization of laminated porcelain stoneware, a revolutionary, high performance material, fruit of state-of-the-art technology, in 2009 the Panariagroup installed the first production line for this product at the Fiorano Modenese plant.

2010

L'espansione prosegue e nel 2010 viene creata una nuova organizzazione commerciale, Panariagroup Trade, con l'obiettivo di guadagnare quote di mercato nelle aree del Medio Oriente, del Far East e dell'Oceania. In particolare, Panariagroup Trade risponde all'esigenza di distribuire i brand del Gruppo in queste zone attraverso politiche commerciali più mirate, nel pieno rispetto della precisa identità e delle specifiche peculiarità di ciascun marchio.

The expansion of Panariagroup does not stop here and in 2010 a new sales organisation, Panariagroup Trade, was established. Its purpose is to obtain important market shares in the Middle East, the Far East and Oceania. Panariagroup Trade has the purpose of distributing the brands of the group in these new areas by means of specific sales policies that respect the identity and peculiar features of each brand.

2012

La tappa più recente del costante processo di internazionalizzazione di Panariagroup avviene nel 2012, grazie alla joint venture con Asian Granito, azienda leader nel mercato indiano. Nasce così il marchio Bellissimo, con l'obiettivo di realizzare e commercializzare sul mercato asiatico prodotti ceramici di lusso, ricchi di stile e tecnologia.

The most recent step in the Panariagroup internationalization process happened in 2012 with the joint venture with Asian Granito, a leading company in the Indian market. The "Bellissimo" brand was launched with the purpose of producing and selling on the Asian market luxury ceramic products with high value in terms of style and technology.

2017

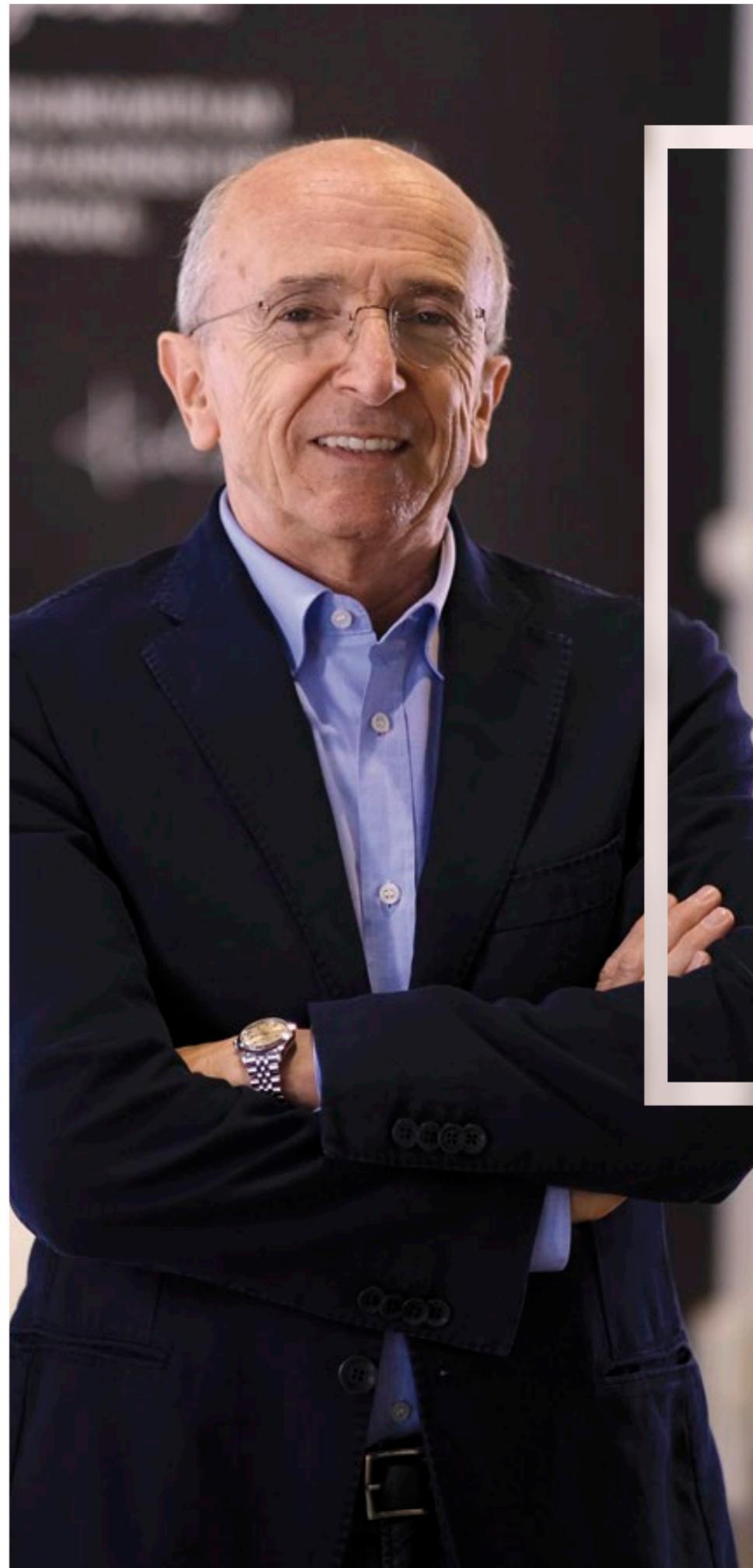
Negli anni seguenti, prosegue un cammino di evoluzione costante, dettata dalla volontà di confermarsi come Gruppo imprenditoriale all'avanguardia dal punto di vista tecnologico e non solo. Sul fronte industriale, tra il 2015 e il 2016, tutti gli stabilimenti produttivi sono oggetto di aggiornamento tecnologico degli impianti, per soddisfare pienamente i nuovi trend di mercato. Inoltre, vengono implementate una terza linea di produzione del grès porcellanato laminato nello stabilimento italiano di Fiorano Modenese e una terza linea di produzione di grès porcellanato nello stabilimento americano di Lawrenceburg. Nello stesso periodo, prende il via un'attività volta alla riorganizzazione delle reti commerciali, all'implementazione di nuovi canali distributivi e a una ridefinizione sempre più accurata del posizionamento dei vari brand per comporre un efficace spettro di copertura del mercato e dei diversi target.

Over the next few years the company underwent a process of constant evolution, to affirm itself as, among other things, a technologically avant-garde business group. Industrially speaking, between 2015 and 2016, the technology systems of all the manufacturing facilities were updated to fully satisfy the new market trends. Furthermore, a third production line of laminated porcelain stoneware and a third production line of porcelain stoneware were introduced at the Italian facility in Fiorano Modenese and at the American facility in Lawrenceburg respectively. During the same period, an effort to reorganize the sales networks, introduce new distribution channels, and more accurately redefine the positioning of various brands was begun to create an efficient spectrum of market coverage and of the various target segments.

GRAZIANO COLOMBO

RIVENDITORE CERAMICO
CERAMICS RETAILER

MILANO
MILAN



**È UN COLPO
DI FULMINE,
VEDONO
QUELLA
GIUSTA E SI
INNAMORANO.
A ME SUCCEDE
OGNI GIORNO.**

Crede da sempre al potere dell'intuizione, Graziano. Quella che vede negli occhi dei suoi clienti, quando per la prima volta si posano sulle superfici che li accompagneranno per la vita, e quella che ha portato lui a scegliere per il suo lavoro un partner ceramico prestigioso e affidabile. Una bella intuizione.

ONE LOOK, THEY SEE THE RIGHT ONE AND IT'S LOVE AT FIRST SIGHT. THIS HAPPENS TO ME EVERY DAY.

Graziano has always believed in the power of intuition. What he sees in the eyes of his Customers, when they take the first steps on surfaces that will accompany them for life, is what led him to choose a prestigious and reliable partner for ceramics. Good intuition.

HIGH-SPEED TRAIN STATION
ROMA TIBURTINA - ITALY



Panariagroup
reference project



È privilegio di chi costruisce le cose il raccogliere l'invisibile e l'innato per farne concretezza. Lo spazio diventa luogo, l'idea si fa oggetto, l'impresa diviene risultato e l'individuo muta in organizzazione.

It is the privilege of those who build things to take the invisible and the innate to make them concrete. Space changes into a place, the idea into an object, the endeavour into a result and the individual into an organization.

3.0 I NOSTRI CARDINI

OUR FUNDAMENTAL
PRINCIPLES

EMILIO
MUSSINI

PRESIDENTE PANARIAGROUP
PRESIDENT PANARIAGROUP



**POTER
SCEGLIERE
DI MIGLIORARE
IL MONDO È
UN PRIVILEGIO
CHE INTENDO
ONORARE
PER SEMPRE.**

*IT IS A PRIVILEGE TO BE ABLE
TO CHOOSE TO IMPROVE
THE WORLD; A PRIVILEGE
I INTEND TO HONOUR FOREVER.*

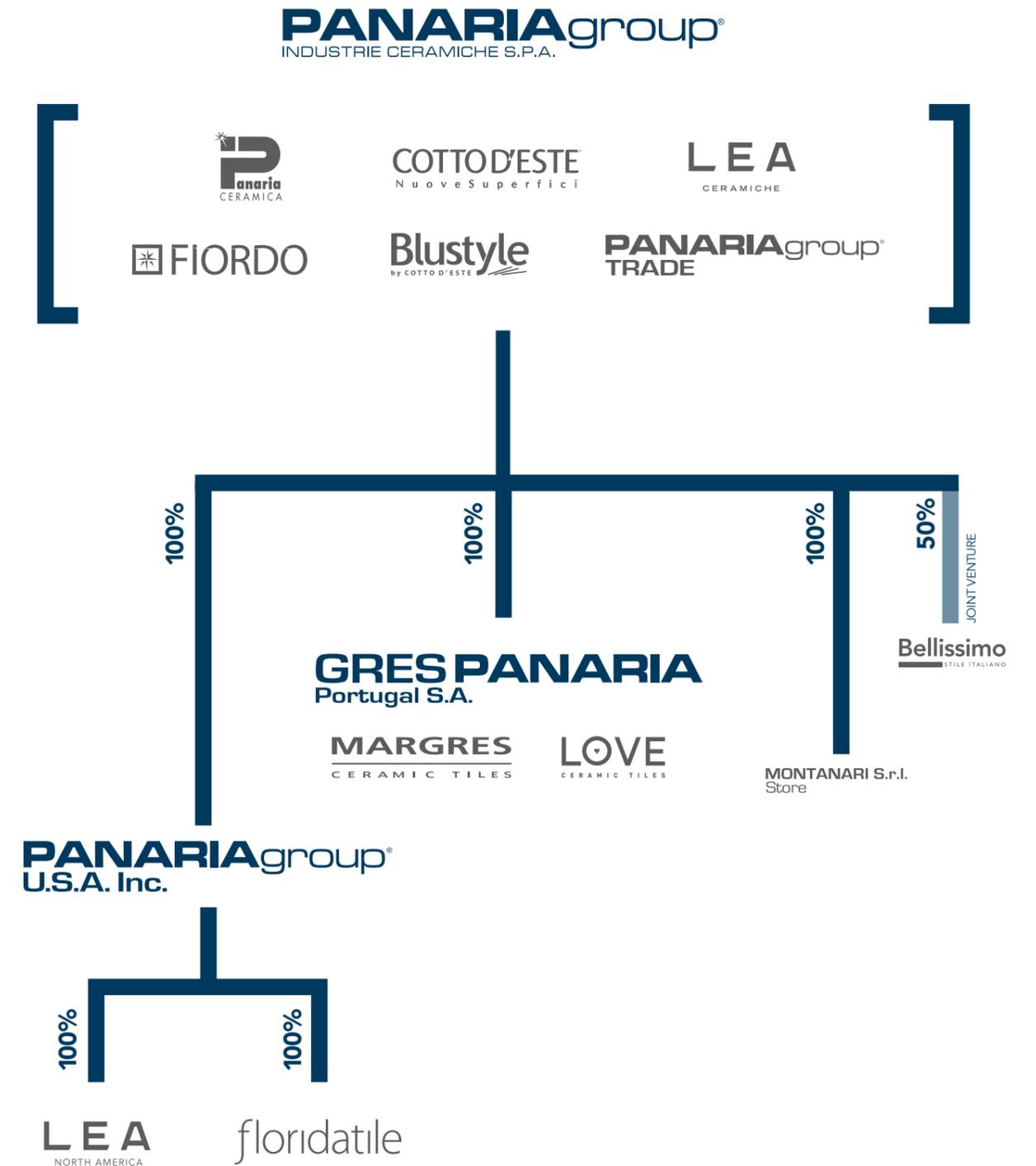
L'ORGANIZZAZIONE DEL GRUPPO

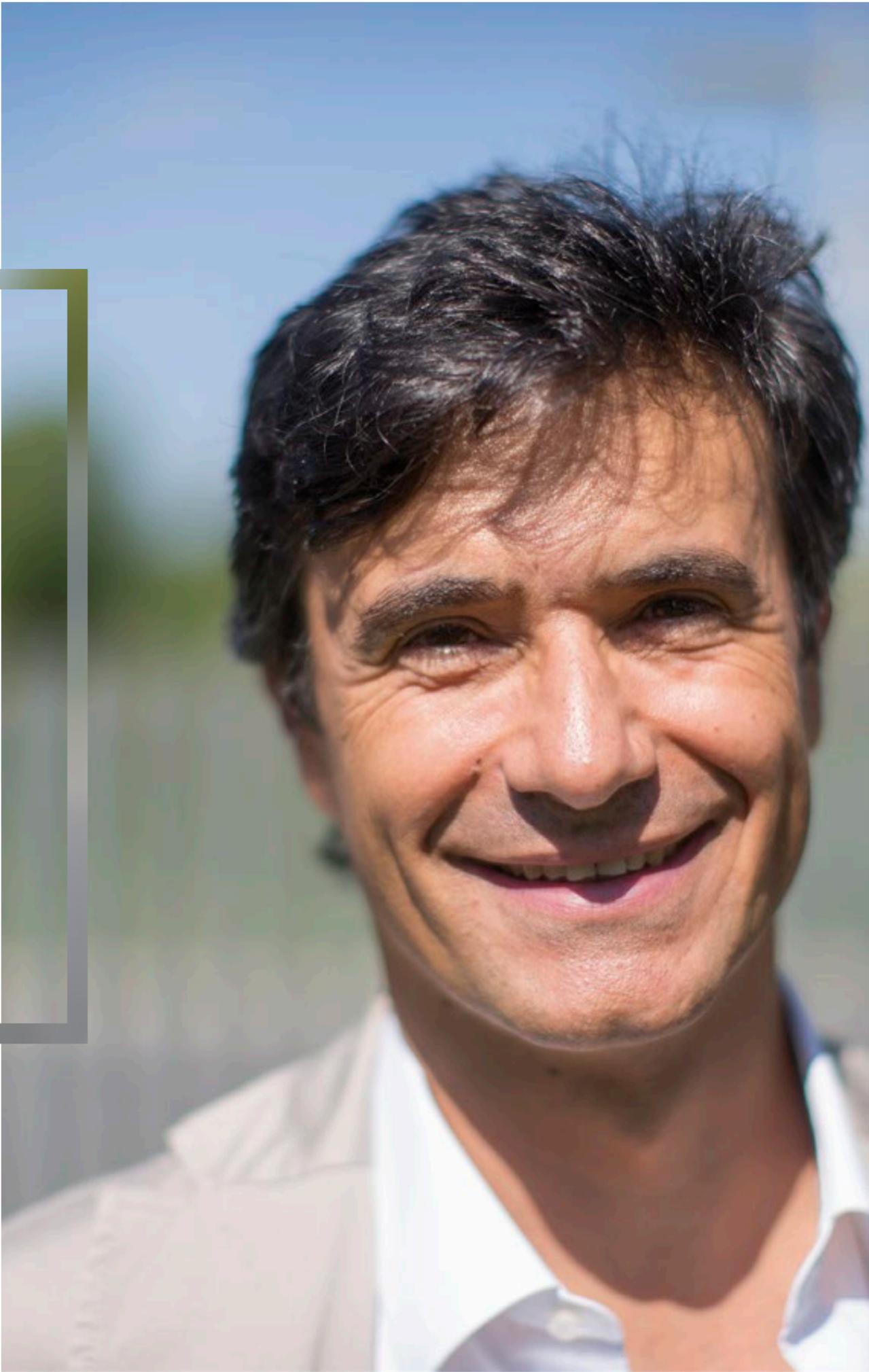
THE GROUP ORGANIZATION

La struttura organizzativa di Panariagroup, oltre a comprendere i brand che operano a partire dal territorio italiano, si compone delle società nate per gestire gli altri marchi e le sedi produttive nel mondo. Il Consiglio di Amministrazione di Panariagroup, composto da dieci membri, comprende gli Amministratori sia esecutivi sia non esecutivi ed è responsabile della gestione e delle scelte strategiche di Gruppo. Da sempre guidato dalla famiglia Mussini, oggi è presieduto da Emilio Mussini, mentre la gestione operativa è affidata a Giuliano Pini, Amministratore Delegato.

The organizational structure of the Panariagroup includes the brands operating in Italy and the companies formed to manage other brands and production sites around the world. Panariagroup's board of directors, made up of ten members, includes both executive and non-executive directors, and oversees management and the Group's strategic decisions. Led by the Mussini family since its establishment, it is now run by Emilio Mussini, as Chairman, and Giuliano Pini, as Executive Director.

MATERICA, CEMENTO
COTTO D'ESTE



A close-up portrait of Marco Mininni, a man with dark, wavy hair, smiling warmly. He is wearing a light-colored jacket over a white shirt. The background is a soft-focus outdoor setting with a clear blue sky.

SONO IL MIO PRIMO CLIENTE. NON VENDO NULLA CHE NON COMPRESI.

Oggi dirige un'importante rete commerciale, ma l'esperienza e il ruolo di Marco non hanno mai spostato di una virgola la prima e più grande regola che ha imparato il primo giorno della sua carriera: vendi il meglio e impara a migliorarlo.

I AM MY FIRST CUSTOMER. I DON'T SELL ANYTHING I WOULDN'T BUY.

Today he's the head of an important sales network, but Marco's experience and his role have never made him change the greatest rule he learned on the first day of his career: sell the best and learn to improve it.

MARCO
MININNI

DIRETTORE COMMERCIALE
PANARIA CERAMICA
SALES DIRECTOR
PANARIA CERAMICA

LA NOSTRA MISSION

Siamo specializzati nella produzione e vendita di superfici ceramiche al fine di promuovere bellezza e innovazione.

Il nostro **TEAM** genera valore sostenibile per soci, dipendenti e business partner nel rispetto dell'ambiente e della società.

Il nostro **FOCUS** sono la ricerca e l'innovazione, messe al servizio della bellezza e della qualità dei nostri prodotti.

Il nostro **OBIETTIVO** è soddisfare le alte aspettative di benessere ed estetica dei nostri Clienti privati e professionali, sia in edilizia sia in architettura.

Fondiamo la nostra **STRATEGIA** sulla forza del multibrand, con 9 marchi, ognuno dei quali a livello internazionale mira ad avere un ruolo preciso e distinto, sul mercato e nella competizione globale. Facendo leva su asset e investimenti di Gruppo, il multibrand di Panariagroup ha l'obiettivo di incontrare tutti i principali segmenti di mercato con un sistema di offerta prodotto dedicato e di qualità.

OUR MISSION

We are specialized in the manufacture and sale of ceramic surfaces that promote beauty and innovation.

*Our **TEAM** generates sustainable value for shareholders, employees and business partners in full respect of the environment and society.*

*Our **FOCUS** is research and innovation that serve to enhance the beauty and quality of our products.*

*Our **OBJECTIVE** is to meet the high aesthetic and comfort expectations of our private and professional Clients, in both construction and architecture.*

*Our **STRATEGY** is based on the strength of the multi-brand approach, with 9 brands that, at the international level, seek to fulfil a precise and distinct role in the market and in global competition. By leveraging assets and Group investments, Panariagroup aims to bring dedicated and high quality products to all major market segments.*

I NOSTRI VALORI

LEADERSHIP TECNOLOGICA

Investiamo costantemente in ricerca, tecnologie e stabilimenti all'avanguardia per rispondere a ogni esigenza dell'architettura e dell'interior design con soluzioni innovative, capaci di diventare punto di riferimento del settore.

QUALITÀ ED ECCELLENZA ESTETICA

Ricerchiamo con tenacia l'eccellenza industriale, dalla qualità delle materie prime all'efficienza del processo, per ottenere prodotti in grado di coniugare assoluto valore estetico ed elevatissime prestazioni tecniche.

RESPONSABILITÀ

Mettiamo sempre la persona e la qualità della vita al centro delle nostre attenzioni, con prodotti sicuri e sostenibili per l'ambiente, operando nel massimo rispetto di chi lavora con noi.

AFFIDABILITÀ

La garanzia di un Gruppo che, dalle radici familiari nel distretto ceramico di Sassuolo alla quotazione alla Borsa di Milano, è cresciuto fino a diventare una solida realtà internazionale che opera ovunque nel mondo mantenendo un cuore italiano.

OUR VALUES

TECHNOLOGICAL LEADERSHIP

We continuously invest in research, technology, and cutting-edge facilities to respond to every need of architecture and interior design with innovative solutions that become a reference point in the industry.

QUALITY AND AESTHETIC EXCELLENCE

We strive for industrial excellence, from the quality of raw materials to process efficiency, to achieve products that combine the utmost aesthetic value with the highest technical performance.

RESPONSIBILITY

We always place people and quality of life at the centre of our activities, with products that are safe and environmentally sustainable while operating with maximum respect for those who work with us.

RELIABILITY

The reliability of a Group that, from its family roots within the ceramic district of Sassuolo to its listing in Milan Stock Exchange, has grown to become an international company, operating worldwide while maintaining its Italian soul.



A woman with dark hair tied back, wearing a blue top, is laughing heartily. Her head is tilted back, and her eyes are closed. The air around her is filled with a fine mist of dust or flour, which is catching the light. The background is a blurred industrial or workshop setting with some machinery visible.

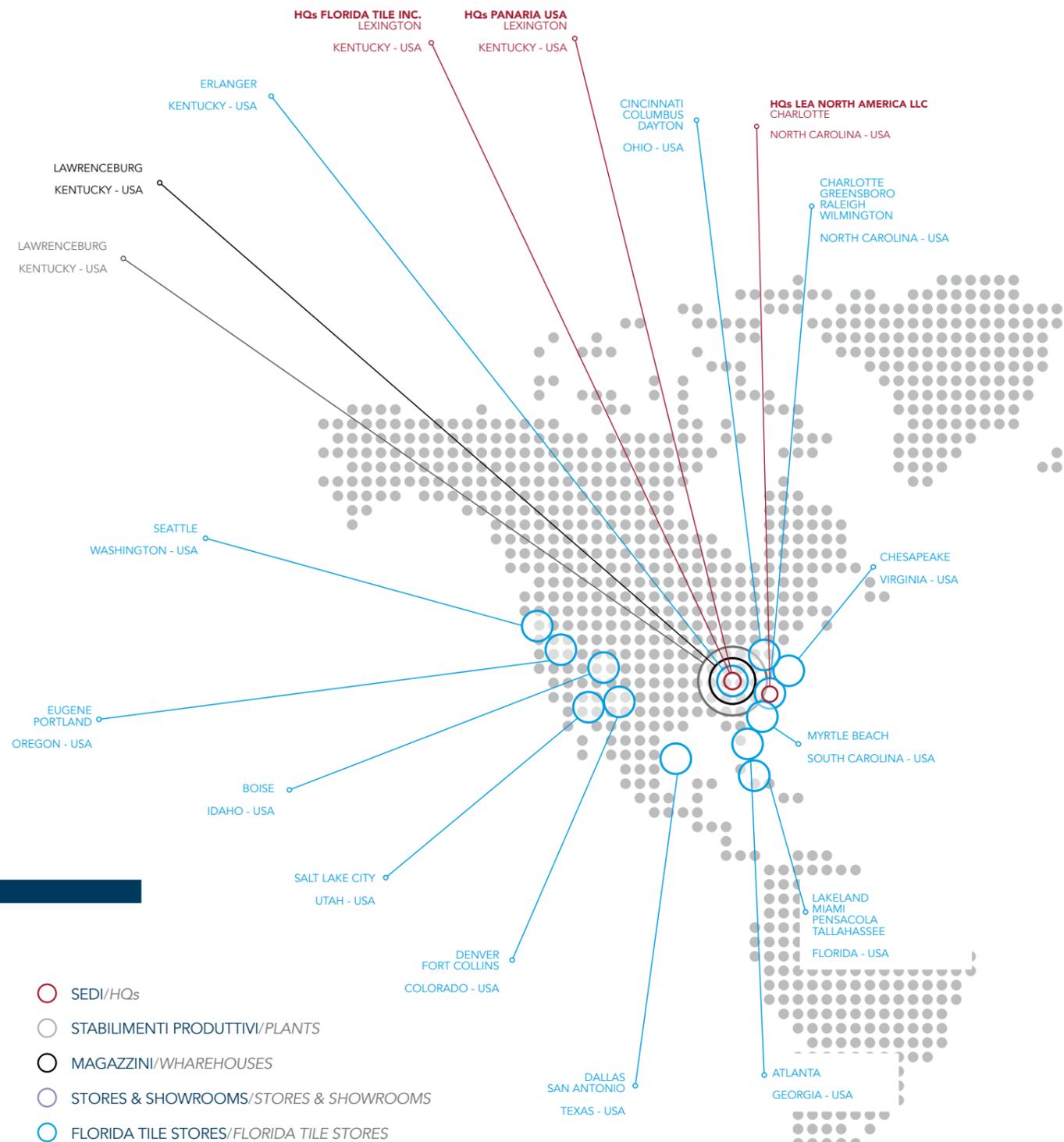
STEFANIA
FERRARINI

PRODUZIONE PANARIAGROUP
PRODUCTION PANARIAGROUP

TORNO A CASA, LA SERA, CON LA POLVERE NELLE MANI E L'ANIMA LEGGERA.

Ci sono molti modi di fare le cose, ma quasi sempre ce n'è solo uno giusto. È l'insegnamento che da sempre guida le scelte di Stefania. Voleva lavorare nel modo migliore, in un luogo sicuro, governato dalla correttezza, dalla qualità e dalla prospettiva. A fine giornata, lo sente di essere nel posto giusto.

*I GET HOME IN THE EVENING
WITH A LITTLE BIT OF DUST
ON MY HANDS AND LIGHTNESS
IN MY SOUL.
There are many ways to do things,
but almost always there is only
one right way. That lesson helps
Stefania. And what she has always
wanted is to do her work in the
best way possible, to work in a safe
environment, where fairness, quality
and future prospects all play an
important role. At the end of the day,
she feels she is in the right place.*



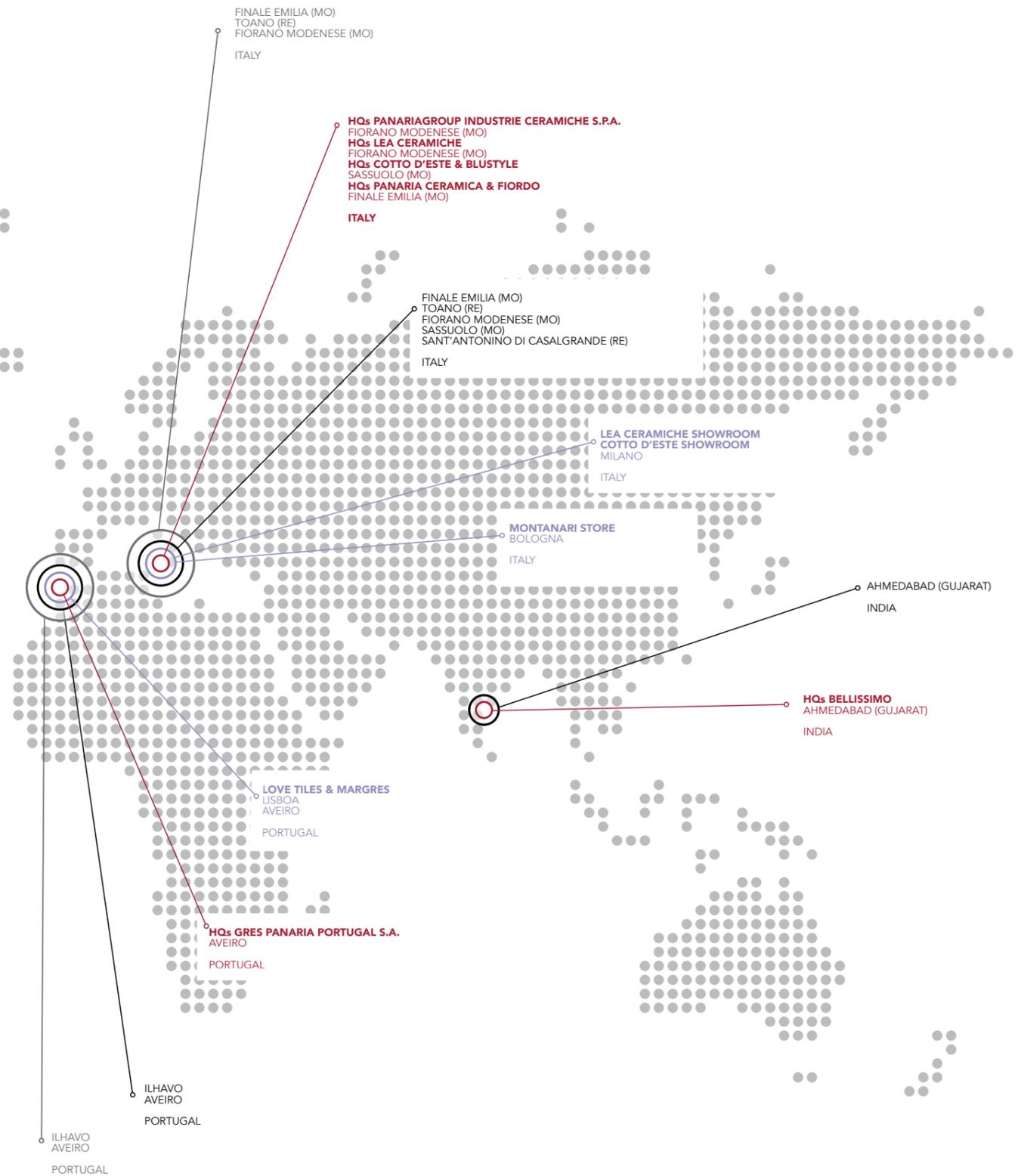
- SEDI/HQs
- STABILIMENTI PRODUTTIVI/PLANTS
- MAGAZZINI/WAREHOUSES
- STORES & SHOWROOMS/STORES & SHOWROOMS
- FLORIDA TILE STORES/FLORIDA TILE STORES

I LUOGHI

C'è lo spirito pionieristico dell'impresa in ogni passo del viaggio che ci porta agli angoli del mondo.

PLACES

It's the company's pioneering spirit at every step of the journey that takes us to the corners of the world.



EVERY DAY I PROUDLY INTERPRET A BIG AMERICAN BRAND. AND TODAY THE BRAND HAS GROWN.

Holds her head up high, Amanda. Yes, she is always proud of being a living and active part of this iconic American brand and she tells people about this great pride of hers, working for this world-class Group. Her passion grows along with the Group's expansion; this is the company which has welcomed her and looks after her.

Cammina a testa alta, Amanda. Da sempre fiera di essere parte viva e attiva di un marchio storico in America, oggi racconta alle persone l'orgoglio ancora sconfinato di lavorare per un Gruppo di caratura mondiale. La crescita della sua passione è la crescita stessa del Gruppo che l'ha accolta.

**OGNI GIORNO
INTERPRETO CON
ORGOGGIO UN
GRANDE BRAND
AMERICANO.
CHE OGGI È
ANCORA UN PO'
PIÙ GRANDE.**



AMANDA
IRWIN

BRAND GRAPHIC MANAGER
FLORIDA TILE

I NUMERI
THE FIGURES

OLTRE
23

MLN DI m² PRODOTTI
ALL'ANNO
MORE THAN 23 M SQ MT
MANUFACTURED EVERY YEAR

OLTRE
1.600

DIPENDENTI
MORE THAN 1,600
EMPLOYEES

377

MLN DI EURO
FATTURATO 2016
MLN EUROS
TURNOVER IN 2016

6

STABILIMENTI
PRODUTTIVI
MANUFACTURING
PLANTS

OLTRE
10.000

CLIENTI
PROFESSIONALI
MORE THAN
10,000 PROFESSIONAL
CUSTOMERS

38

MLN DI EURO
DI INVESTIMENTI
NEL 2016
MLN EUROS
IN INVESTMENTS IN 2016

9

BRANDS
BRANDS

VENDITE
IN PIÙ DI

120

PAESI
SALES IN
OVER 120
COUNTRIES

SLIMTECH NAIVE, NAIVE BLU
LEA CERAMICHE

JOÃO
NOVO

CONTROLLO DI GESTIONE
GRES PANARIA PORTUGAL
MANAGEMENT CONTROL
GRES PANARIA PORTUGAL



LA RAZIONALITÀ È IL MIO ISTINTO INNATO.

C'è chi per natura si dimentica le chiavi, chi per indole ripone i romanzi gialli tra i libri di ricette, chi proprio non riesce ad abbinare i colori di giacca e pantaloni. Poi c'è João, che per vocazione dà la caccia ai più piccoli fattori che potrebbero spostare l'equilibrio degli obiettivi di business dell'azienda. Secondo i suoi calcoli e dati alla mano, lui è fatto così.

*RATIONALITY IS
MY INNATE INSTINCT.*

There are those who, by nature, forget the keys, those who, in line with their character, put romantic crime novels in with the recipe books, and who just can't match the colours of jackets and trousers. Then there is João, who by vocation hunts out the smallest factors that could cause a shift in the balance of the company's business objectives. He's got the figures and data ready, that's what he's like.

CASA MILAN
MILANO - ITALY



Panariagroup
reference project



Una sottile e indissolubile verità connette
l'ambizione e la responsabilità.
Chi, per natura, ambisce a nulla che
non sia perfetto, ha il dovere di votare il
proprio agire all'eccellenza.

*A subtle and binding truth connects ambition to
responsibility.
Who, by nature, doesn't want anything that is not
perfect, must be sure to use his energy to achieve
excellence.*

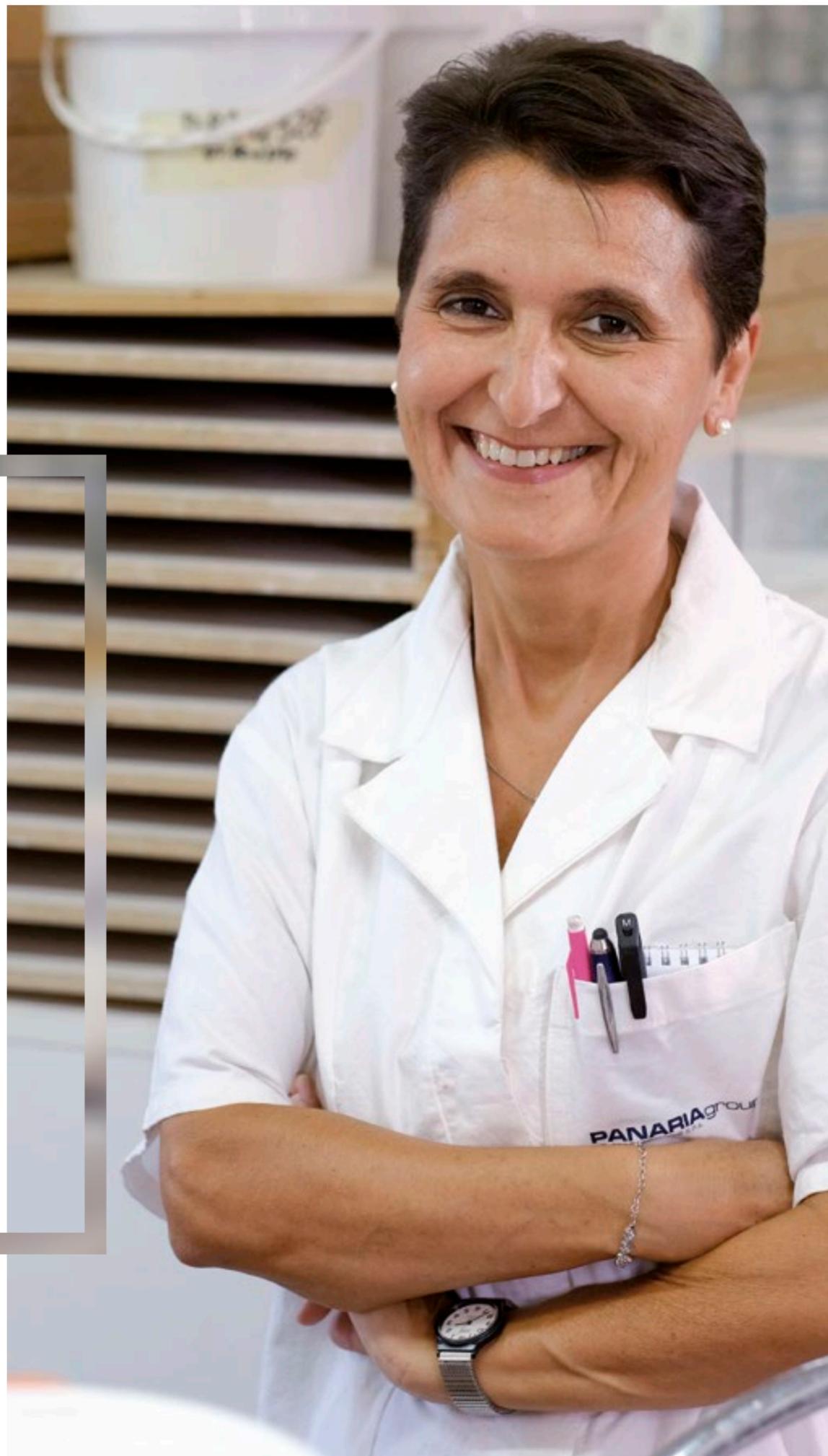
4.0 L'AVANGUARDIA TECNOLOGICA

THE VANGUARD OF TECHNOLOGY

WHEN IT SEEMS THAT THERE ARE
NO MORE SOLUTIONS, THAT'S
WHERE I KICK IN.
The challenge of finding new solutions
and ideas every day? That's fun
and motivation for Giuliana. Then
everyone's eyes, hands and feet are on
the results.

Giuliana è così, affrontare la sfida
di trovare ogni giorno soluzioni e
idee nuove la diverte e la motiva.
Il risultato, poi, è sotto gli occhi,
i piedi e le mani di tutti.

**QUANDO LE
SOLUZIONI
SEMBRANO
FINITE, INIZIO
A GIOCARE
IO.**



GIULIANA
MOLINARI

RESEARCH & DEVELOPMENT
PANARIAGROUP



RICERCA E SVILUPPO

La storia di Panariagroup è la storia dell'avanguardia tecnologica applicata alla creazione ceramica; un racconto imperniato sull'attività di Ricerca e Sviluppo che ha decretato il successo del Gruppo nella competizione mondiale per la definizione di metodologie produttive innovative. Le stesse metodologie capaci di originare, oggi, avanzate linee di prodotto.

Il Centro Ricerche di Panariagroup ospita un team altamente qualificato di tecnici, ingegneri, architetti e ricercatori animati dalla comune missione di spostare incessantemente in avanti lo stato dell'arte della produzione ceramica. La missione rimane sempre quella: vincere nella competizione di settore e sostenere la leadership del Gruppo in tutti i mercati.

RESEARCH AND DEVELOPMENT

The Panariagroup has a history of avant-garde technology used in the manufacture of ceramics. Research and Development are central to the success of the Group in defining innovative production methods against global competition. These same production methods are used at the core of today's advanced production lines.

A highly qualified team of technicians, engineers, architects and researchers work at Panariagroup's Research Centre. They have the common mission of continually ensuring the advancement of state of the art of ceramic production. The mission is always the same: win against industry competition and maintain the Group's leadership in all markets.



INNOVAZIONE

Ogni anno, imponenti risorse sono investite da Panariagroup nell'aggiornamento degli stabilimenti, nell'ampliamento degli spazi, nell'implementazione di tecnologie d'avanguardia in nuove linee produttive. Grande attenzione è dedicata anche alla ricerca costante di materie prime d'eccellenza e di sempre nuove applicazioni di superficie. L'innovazione, per il Gruppo, è un dogma assoluto.

Lo dimostra la capacità di vedere oltre e di investire su tecnologie di avanguardia come il grès porcellanato laminato, un prodotto rivoluzionario su cui Panariagroup punta da oltre 10 anni, reinterpretando e sviluppando questa tecnologia al servizio di utilizzi sempre più ambiziosi.

Ulteriore esempio è PROTECT, l'esclusiva linea di pavimenti e rivestimenti antibatterici realizzata in collaborazione con Microban®, azienda leader mondiale nelle tecnologie igienizzanti.

INNOVATION

Each year, the Panariagroup invests heavily in plant refurbishment, plant expansion and the implementation of cutting-edge technologies in new production lines.

Great attention is also constantly paid to the search for excellent raw materials and, as always, new surface applications.

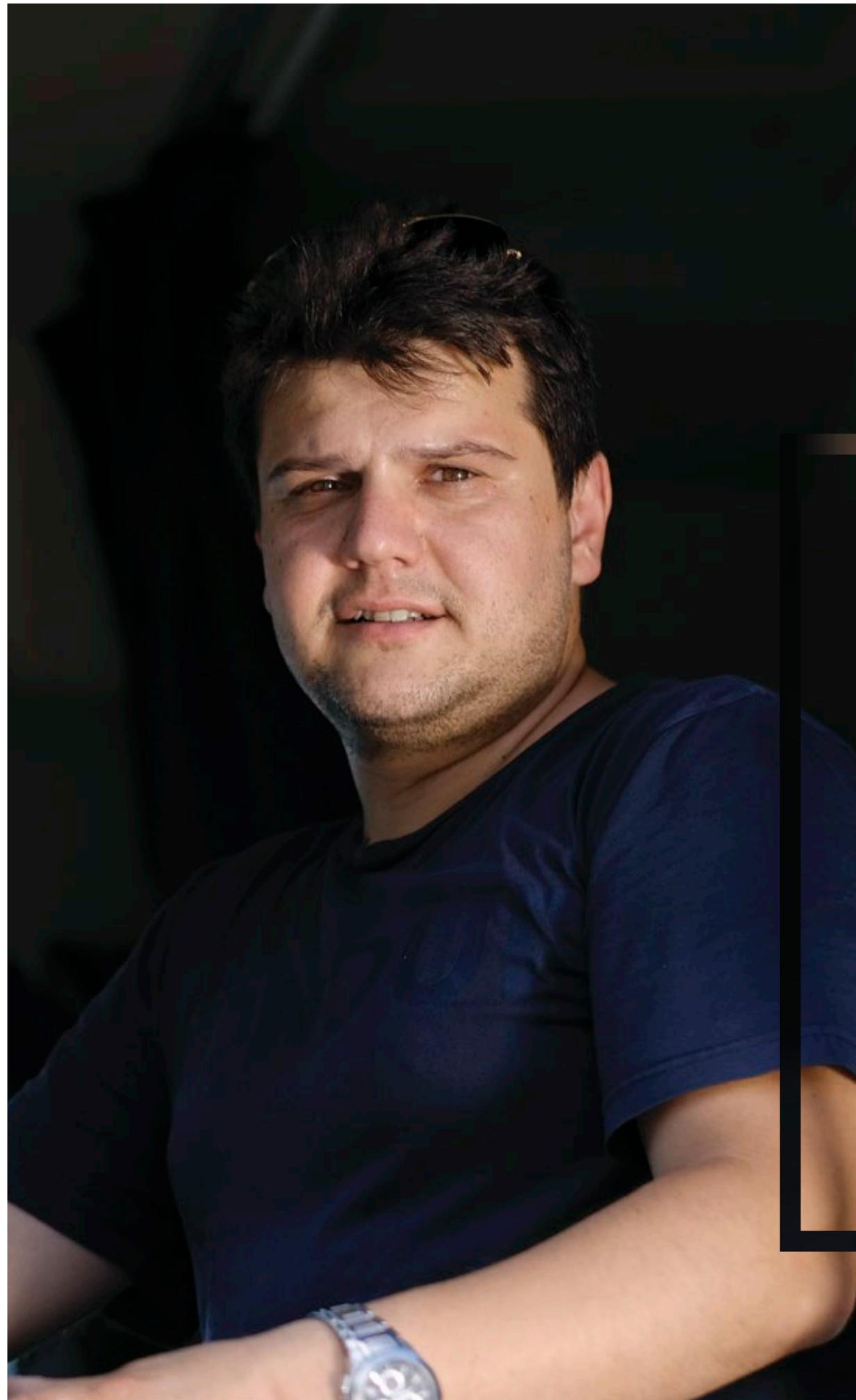
Innovation, for the Group, is an absolute dogma.

This is demonstrated by the ability to see further and invest in state-of-the-art technologies such as laminated porcelain stoneware. The Panariagroup has been focusing on this revolutionary product for over 10 years, reinterpreting and developing the technology for more and more ambitious uses.

A further example is PROTECT, the exclusive line of antimicrobial floor and wall coverings developed in collaboration with Microban®, a world leader in hygienic technologies.

MARCELLO DALLARI

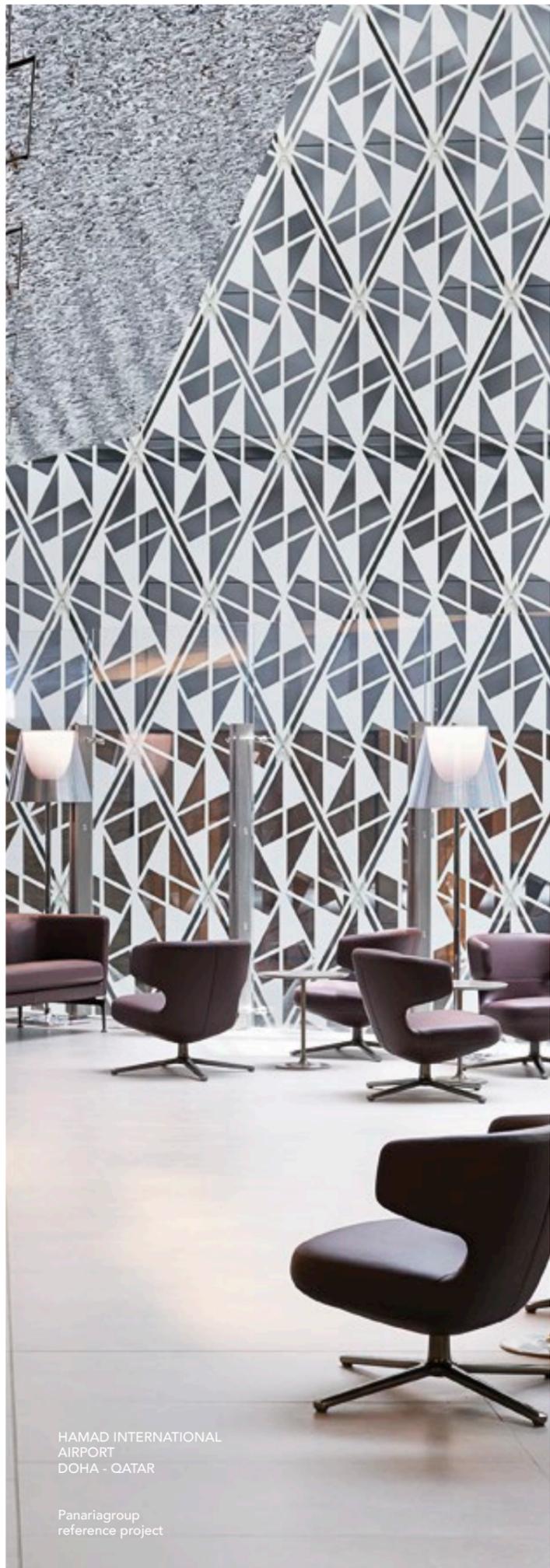
AUTOTRASPORTATORE
TRUCK DRIVER



I WOULD NEVER HAVE THOUGHT IT WAS POSSIBLE TO ENJOY THE VIEW WHEN YOU'RE DRIVING THROUGH A TUNNEL. After the inauguration, his was one of the first vehicles to drive along this new stretch of motorway with the new and futuristic ceramics which coat the curved walls of the longest tunnel of the "Variante di Valico". Since then, Marcello has driven through at least a hundred more times and each time he is fascinated to suddenly find himself immersed in the beauty of those ceramics.

Dopo l'inaugurazione, il suo è stato uno dei primi veicoli ad attraversare la Variante di Valico dell'Autostrada del Sole, realizzata con il nuovo e avveniristico rivestimento ceramico. Da allora, Marcello ha percorso lo spettacolo di quelle lastre curve almeno un altro centinaio di volte, sempre con lo sguardo affascinato di chi all'improvviso si ritrova immerso nella bellezza.

**CREDEVO
FOSSE
IMPOSSIBILE
GODERE DEL
PANORAMA
GUIDANDO
IN GALLERIA.**



HAMAD INTERNATIONAL
AIRPORT
DOHA - QATAR

Panariagroup
reference project



L'insieme è altro dalla sola somma
delle sue parti. È la caratura degli
elementi che ne individua la differenza.
È l'infinito valore dei punti che fa grandi
le superfici.

*The whole is not the same as the sum of the parts;
the importance of the parts makes a difference.
It is the infinite value of the points that make the
surfaces great.*

5.0 I BRAND DEL GRUPPO

THE GROUP BRANDS

NOVE BRAND. NOVE ESPRESSIONI DELL'ECCELLENZA CERAMICA.

NINE BRANDS. NINE EXPRESSIONS OF CERAMIC EXCELLENCE.

I marchi di Panariagroup, interpreti di eccellenza tecnica ed estetica e rinomati a livello internazionale, rispondono con puntualità alle multiformi richieste di un pubblico vasto e diversificato, accomunato dall'irrinunciabile orientamento alla qualità assoluta dei prodotti.

The Panariagroup brands, renowned internationally for technical and aesthetic excellence, react promptly to the multiform demands of a wide and diverse market, always with a focus on the absolute quality of the products.

Panaria Ceramica è l'espressione della grande tradizione ceramica del Gruppo.

Da sempre in grado di rappresentare i principali stili contemporanei combinando qualità e capacità di interpretare le esigenze dei Clienti, Panaria Ceramica è un brand dalla radicata cultura del "fare ceramica".

Propone soluzioni di pregio concepite prevalentemente per l'utilizzo residenziale, un catalogo di ricche e strutturate collezioni con ampie gamme di formati e complementi decorativi.

Panaria Ceramica embodies the Group's ceramic tradition. The brand has always represented the main contemporary styles, combining quality with the ability to interpret the needs of every customer. A Company that, thanks to its deep ceramic culture, offers upscale residential solutions, Panaria Ceramica appeals to those who want access to a complete catalogue of rich and structured collections for their home, with a wide range of formats and decorative elements for floors, walls and exterior areas.



PRIME STONE, SAND PRIME
PANARIA CERAMICA

LEA

CERAMICHE

Lea Ceramiche è la perfetta sintesi di design visionario e performance tecnologica, ed è partner della creatività ovunque nel mondo, per ogni tipo di progetto architettonico che ricerchi distinzione attraverso uno stile unico e riconoscibile. La continua innovazione, l'assoluta affidabilità delle prestazioni e la capacità di osare hanno reso Lea Ceramiche una protagonista indiscussa dell'architettura mondiale, permettendole di siglare significative e prestigiose partnership con designer e professionisti del progetto di fama internazionale.

The result of a perfect combination of visionary design and technological performance, Lea Ceramiche is a creative partner anywhere in the world for any type of architectural project requiring distinction. Continuous innovation, absolute reliability of technical performance and the capacity to dare and focus on the future have made Lea Ceramiche an undisputed key player in international architecture signing important and prestigious partnerships with internationally renowned designers.

COTTO D'ESTE

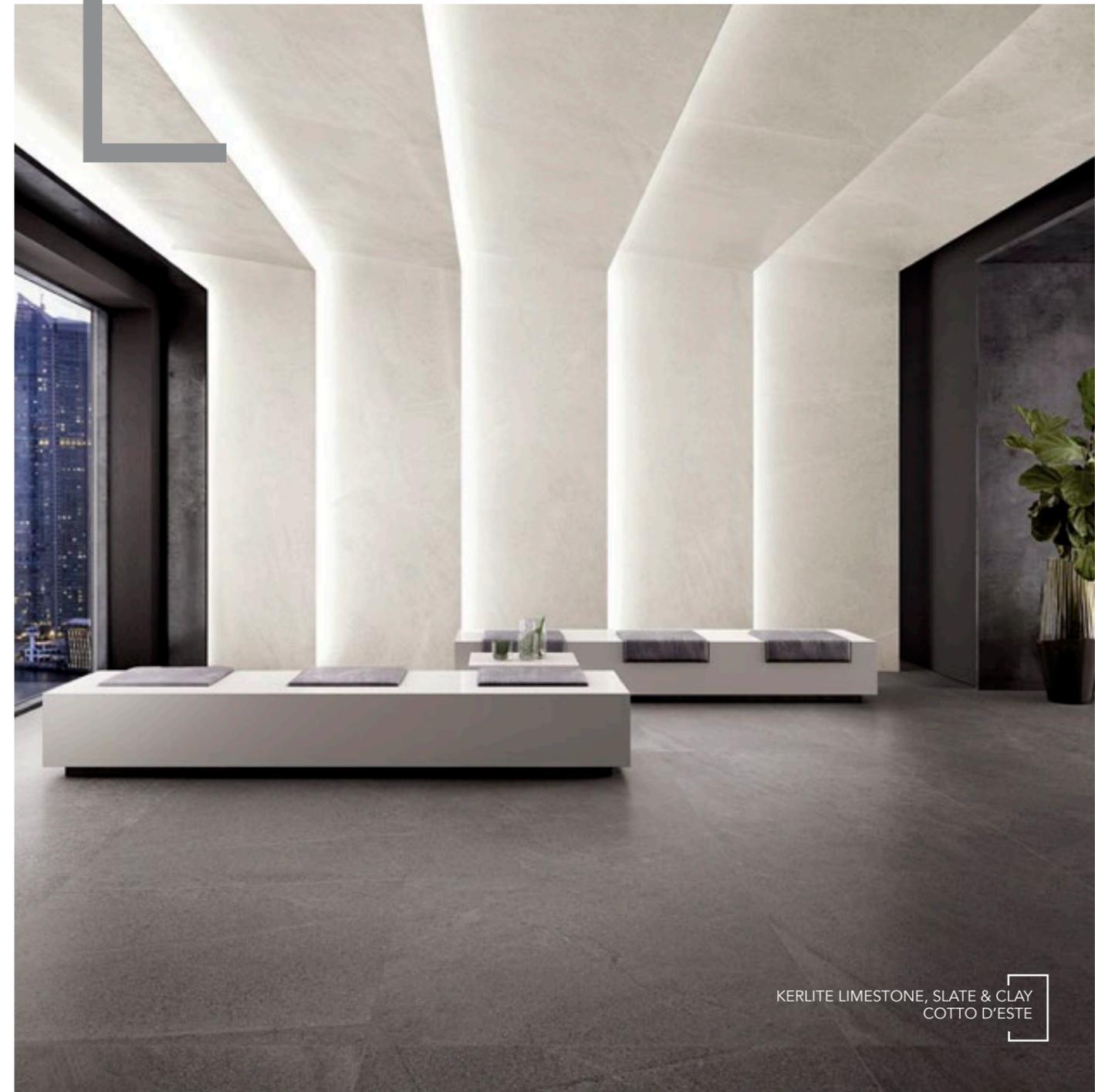
Nuove Superfici

Cotto d'Este è marchio di prestigio assoluto nel campo delle superfici ceramiche. Le sue creazioni, frutto di eccellente maestria produttiva e appassionata e perseverante cura del dettaglio, sono da sempre sinonimo di bellezza. La profonda vocazione alla ricerca dell'estetica, di tecniche uniche e innovative e di processi produttivi sostenibili ha portato il brand a firmare importanti referenze in tutto il mondo. In Cotto d'Este nascono prodotti unici, come le superfici a spessore 14mm e le rivoluzionarie grandi lastre sottili Kerlite.

Cotto d'Este is the most prestigious brand in the field of ceramic surfaces. Its creations, synonymous with quality and beauty, are the product of fine craftsmanship and of a passionate and dedicated attention to detail. The profound commitment to aesthetic research and to developing unique and innovative technical solutions and environmentally friendly manufacturing processes has contributed to the brand's reputation for excellence, as confirmed by important international references. Cotto d'Este's surfaces are available in the unique 14mm thickness, as well as in the famous Kerlite large ultra-thin slabs, which have revolutionized the world of ceramics.



SLIMTECH TIMELESS MARBLE, STATUARIO WHITE - SLIMTECH TYPE 32, HONEY
LEA CERAMICHE



KERLITE LIMESTONE, SLATE & CLAY
COTTO D'ESTE

Con i suoi Clienti ama parlare di effetto immediato, di impatto estetico, di superficie d'insieme.

La sicurezza nella sua voce viene da lontano, è fatta di passione e di credibilità, la sua e quella dell'azienda che produce le ceramiche che Carlo propone. Perché la soluzione per un progetto ambizioso è l'ambizione di scegliere il meglio.

FIRST, BEFORE REGISTERING PEOPLE OR SPACES, OUR EYES LOOK AT SURFACES.

With his Customers he likes to speak of the immediate effect, of the aesthetic impact, of surfaces. In his voice there's that confidence which stems from passion and credibility; his passion and credibility and that of the company that produces the ceramic surfaces that Carlo recommends. Because in finding the solution for an ambitious project, there's a desire to choose the best.

**PRIMA DEGLI
OGGETTI,
DELLE
PERSONE
E DEGLI SPAZI,
L'OCCHIO
GUARDA LA
SUPERFICIE.**



CARLO
DE SCHUTTER

IMPORTATORE E DISTRIBUTORE
CERAMICO
IMPORTER AND WHOLESALER FOR
CERAMIC TILES

BELGIO
BELGIUM

 **FIORDO**

Fiordo presenta soluzioni contemporanee e curate, con gamme prodotto semplici e facili da interpretare. Prodotti pensati per il residenziale, ma ideali anche per impieghi in esterno e commerciali, sempre impreziositi dalla massima qualità estetica e tecnologica.

Fiordo product ranges are contemporary, well-designed solutions, simple, easy to interpret. The products are designed for residential use but are also ideal for outdoor and commercial uses. As always the aesthetic and technological qualities are of the highest.

Blustyle
by COTTO D'ESTE

Blustyle è il brand di Cotto d'Este che ne eredita tutta la qualità e la ricercatezza nelle soluzioni, traducendole in collezioni più semplici e accessibili, realizzate in grès porcellanato a spessore tradizionale.

Blustyle is the brand that offers all Cotto d'Este's quality and elegance with solutions in standard thickness that are simpler and affordable.



MOTION, DUN
FIORDO



COUNTRY, ASPEN
BLUSTYLE

MARGRES
CERAMIC TILES

Margres, brand di riferimento in Portogallo nel grès porcellanato tecnico di qualità e importante player nel mercato internazionale, offre prodotti di pregio per ogni tipo di costruzione in spazi privati o pubblici, incontrando le esigenze dell'architettura contemporanea grazie a tecnologie produttive d'avanguardia, materie prime di alta qualità e raffinata cura dell'estetica.

Margres, Portugal's leading brand of technical porcelain stoneware and an important player in the international market, supplies high quality products for all types of construction in private or public spaces, meeting the needs of contemporary architecture with state-of-the-art production technologies, high quality raw materials and sophisticated aesthetics qualities.

LOVE
CERAMIC TILES

Love Tiles è il marchio leader in Portogallo nella produzione di rivestimenti in monoporosa di grande formato e pavimenti in grès porcellanato smaltato. I prodotti del brand puntano a essere la prima scelta di chi vive con passione il legame tra persone e spazi abitativi, scegliendo di creare per sé ambienti unici ed eleganti.

Love Tiles is the leading trademark in the Portuguese market of monoporosa wall tiles of large sizes and glazed porcelain stoneware for floors. Love Tile products seek to be a first choice for those who feel passionately about the connection between people and their living spaces through the creation of elegant, unique and distinctive environments.



SUBWAY, CLAY
MARGRES



AROMA, VANILLA AROMA, BLUEBERRY, VANILLA FLAVOUR,
BLUEBERRY FLAVOUR, WILDWOOD, BEIGE.
LOVE TILES

floridatile

Florida Tile, con una sede produttiva in Kentucky e 24 showroom negli Stati Uniti, crea e distribuisce prodotti da pavimento e rivestimento curati e innovativi, in ceramica e in pietra naturale, pensati per incontrare al meglio le esigenze del mercato americano.

Parte del Gruppo dal 2006, ma con oltre sessanta anni di storia, il brand compete sul mercato nazionale coi più grandi leader grazie alla rinnovata capacità produttiva e alla continua innovazione tecnica ed estetica delle sue offerte.

Florida Tile, with a Kentucky manufacturing facility and 24 showrooms in the United States, creates and sells innovative ceramic and natural stone flooring and coating products designed specifically to meet the needs of the American market.

It's been part of the Group since 2006, but with over sixty years of history, the brand competes on the national market leaders thanks to new production capacity and the continuous technical and aesthetic innovation of its products.

Bellissimo
STILE ITALIANO

Bellissimo nasce dall'incontro tra Panariagroup e Asian Granito, azienda leader nel mercato indiano. La mission di Bellissimo è produrre materiali ceramici di lusso, frutto della combinazione tra stile, tecnologia e know-how italiani e le esigenze dell'architettura e dell'industria delle costruzioni indiana.

Bellissimo was born from a partnership between Panariagroup and Asian Granito, a leading company in the Indian market.

The mission of Bellissimo is to produce luxury ceramic tiles that are a combination between Italian style, technology and know-how and the architectural needs of the Indian building industry.



SOMETIMES IT'S NOT NECESSARY TO SEE THEIR FACES. YOU CAN JUST FEEL THE SMILE OF A HAPPY CUSTOMER OVER THE PHONE.

Sometimes, just for fun, Stefania tries to reckon out how many hours she's spent on the phone since her first day at work. Or the number of people she's got to know, or the documents sent and received. Then, as she's smiling over the results of her guessing game, the phone rings again and the count goes up.

Capita, per gioco, che Stefania provi a calcolare il numero di ore trascorse parlando al telefono dal suo primo giorno di lavoro.

O il numero di persone conosciute, o di documenti inoltrati e ricevuti. Poi, tra ipotesi e sorrisi increduli, suona il telefono e il conto si aggiorna.

**A VOLTE
NON SERVE
VEDERLI
IN VOLTO.
I CLIENTI
FELICI LI SENTI
SORRIDERE AL
TELEFONO.**



STEFANIA
BOCEDI

CORRISPONDENTE COMMERCIALE
COTTO D'ESTE
CUSTOMER SALES
COTTO D'ESTE



RETE

Uno degli elementi distintivi di Panariagroup è la capacità di affrontare le sfide commerciali non solo con uno spettro di brand ampio, per coprire tutti i segmenti del mercato, ma anche con strutture dedicate a servire nel modo più mirato e completo specifici canali o aree geografiche; questo, seguendo un principio fondamentale per Panariagroup, ossia l'attenzione sempre massima alla cura del Cliente, da soddisfare con un'organizzazione solida e affidabile ma anche con flessibilità e capacità di rispondere alle richieste.

Organizzazioni verticali che puntano a coprire capillarmente i mercati e la distribuzione retail sono affiancate da strutture trasversali che operano in maniera dedicata per aree geografiche o per servire target particolarmente strategici, come i grandi progetti internazionali, il Contract e i buyer aziendali.

Nello specifico, nel canale dedicato al Contract e Key Accounting, Panariagroup mette a disposizione una struttura dedicata con un team commerciale e di relazione e una unit di progettazione e servizio in grado di rispondere in modo efficiente e qualitativo a tutte le esigenze dell'architettura su scala mondiale.

THE NETWORK

One of Panariagroup's distinctive traits is its ability to meet commercial challenges not only through a wide spectrum of brands, which cater for all market segments, but also through structures dedicated to serving specific channels or geographic areas in the most targeted and thorough the best way possible. Adhering to one of Panariagroup's fundamental principles, that of providing Clients with the utmost care and attention, the company's solid and reliable organization satisfies clients with flexibility and the ability to respond to demands.

A vertical organization that aims for widespread coverage of markets and retail distribution is backed by structures that operate according to geographic area or that serve particularly strategic target markets, like large international projects, Contracts, and corporate buyers. Specifically, in the channel dedicated to Key projects, Panariagroup offers a specific structure, with a sales and networking team and a design and service unit capable of efficiently and qualitatively responding to every architectural need worldwide.

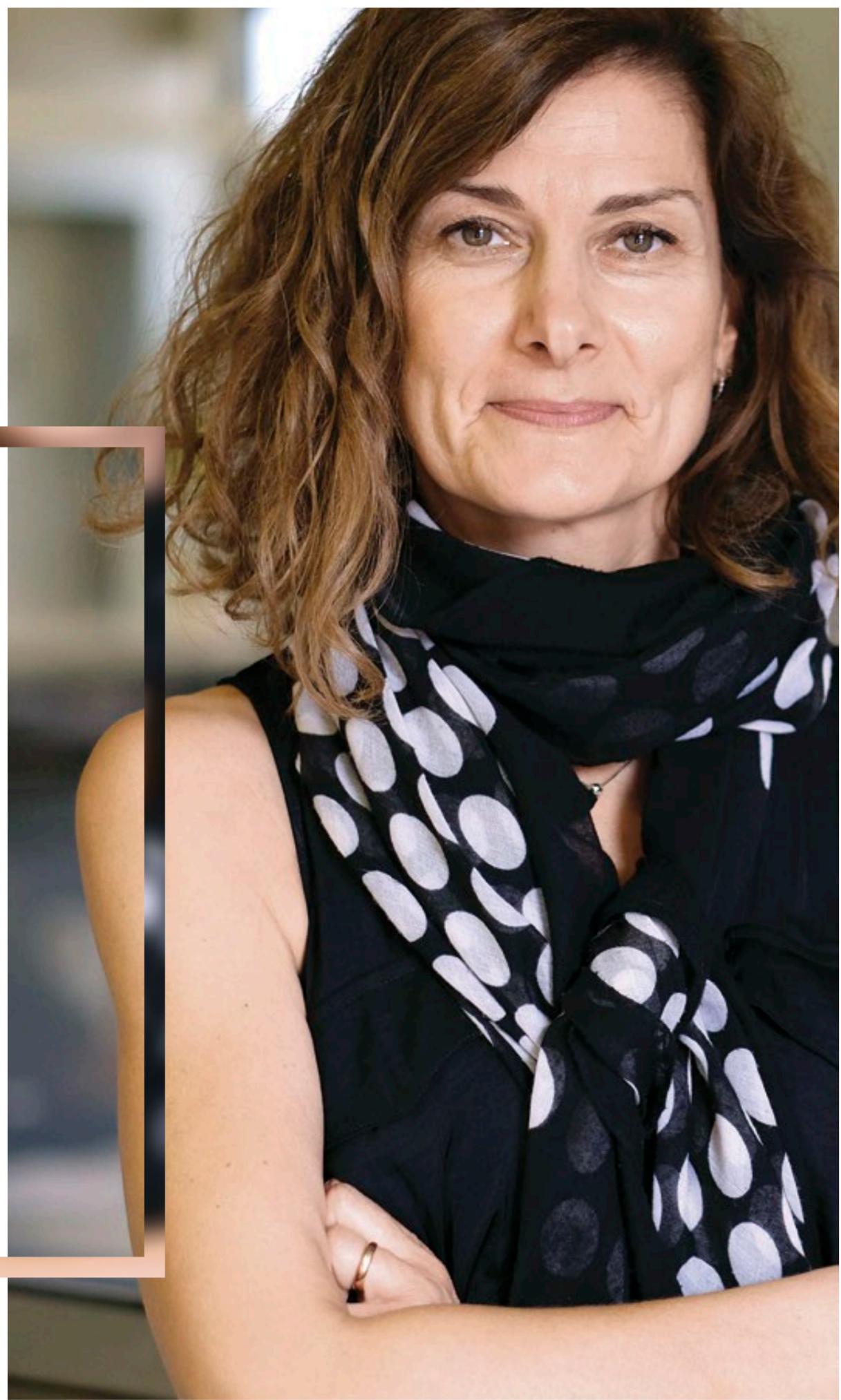


ZERO.3 TRILOGY, ONYX LIGHT
PANARIA CERAMICA

Le variabili sono l'unica costante.
Lo ripete spesso, Grazia, prima di elencare una manciata di cose che potrebbero accadere a una a caso delle spedizioni che gestisce. Può apparire strano agli occhi di chi non fa il suo mestiere, ma su ogni treno, nave o camion c'è una parte di lei che non vede l'ora di arrivare.

*A SHIPMENT LEAVING IS LIKE A FRIEND TRAVELLING AND YOU WAITING FOR NEWS.
The unexpected is the only constant. That's what Grazia tends to repeat before listing a handful of things that could happen to any shipment she's looking after. People who don't know the job will find it strange, but on every train, ship or truck there is a part of her that cannot wait to arrive.*

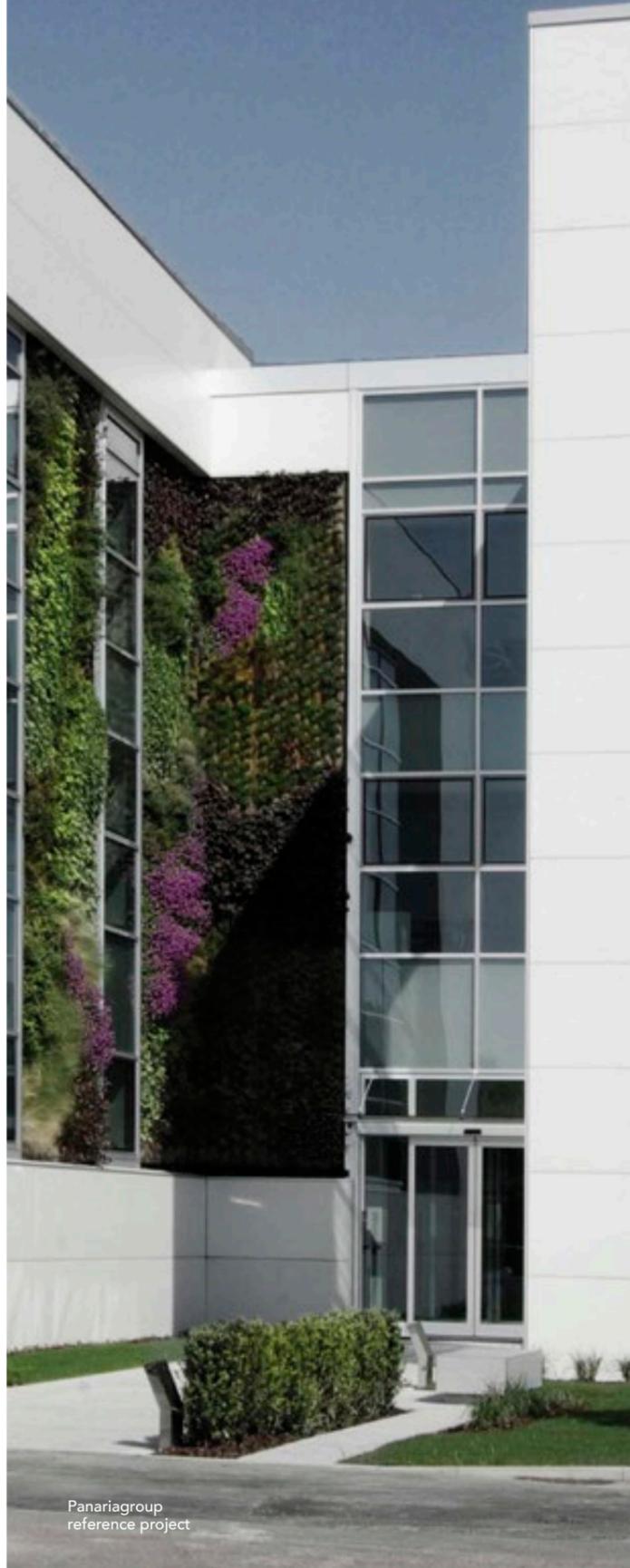
UN CARICO IN PARTENZA È COME UN AMICO IN VIAGGIO DI CUI ATTENDI NOTIZIE.



GRAZIA
SOLA

LOGISTICA PANARIAGROUP
LOGISTICS PANARIAGROUP

PANARIA CERAMICA
HEADQUARTERS
FINALE EMILIA - ITALIA



Panariagroup
reference project



La responsabilità è ciò che distingue il semplice crescere dal complesso maturare. Agire nei luoghi e nelle comunità, sospinti dall'ambizione di migliorare il mondo e i popoli, è l'impresa di chi pone il rispetto al timone delle scelte.

*Responsibility is what distinguishes simple from multifaceted growth.
Being active in communities, being driven by the ambition of improving the world and peoples' lives, that's what we respect when making choices.*

6.0 LA RESPONSABILITÀ E LA SOSTENIBILITÀ

RESPONSIBILITY AND SUSTAINABILITY

ERO UNO CHE RADDRIZZAVA I QUADRI STORTI ALLE PARETI. POI NE HO FATTO UN MESTIERE.

Quelli come lui provano un lieve senso di incompiutezza nel vedere un elemento distonico in una serie ordinata, non importa che siano libri su un ripiano o centesimi di millimetro nella dimensione di una lastra di ceramica. Gianluca, oggi, nel suo lavoro come nella vita mette al primo posto la ricerca instancabile della qualità.

ONCE I USED TO STRAIGHTEN PICTURES HANGING ON THE WALL. THEN I MADE A CAREER OUT OF IT.

People like him get this sense of something being wrong when there's an odd piece in a series, no matter whether it's books on a shelf or hundredths of a millimetre in the size of ceramic slabs. Gianluca in his work and in his life has the untiring quest for quality at the top of his list.

GIANLUCA
SCARABELLI

CONTROLLO QUALITÀ
PANARIAGROUP
QUALITY CONTROL
PANARIAGROUP



SOSTENIBILITÀ SUSTAINABILITY



Panariagroup coniuga in modo sapiente bellezza, qualità e sostenibilità, e quotidianamente si impegna per ridurre al massimo l'impatto ambientale degli stabilimenti produttivi dimostrando, attraverso i riconoscimenti ottenuti, l'eccellente attenzione alla salvaguardia dell'ecosistema e alla ricerca dei più elevati comfort abitativi.

Un principio, quello della sostenibilità, che abbraccia anche aspetti ulteriori rispetto alle politiche di tutela ambientale. Nelle strategie di gestione del Gruppo, infatti, si inseriscono politiche e pratiche che coinvolgono e regolano gli impatti di Panariagroup a livello sia economico sia sociale.

L'obiettivo è il raggiungimento continuo di una sempre maggiore sostenibilità globale del Gruppo a tutti i livelli, in tutti i settori e nei confronti di tutte le realtà con cui Panariagroup si relaziona.

Nel 2017, la pubblicazione del primo Bilancio di Sostenibilità del Gruppo ha dato forma e sostanza a questo principio.

Panariagroup consciously combines beauty, quality and sustainability. There is a daily effort to minimize the environmental impact of production facilities. Careful attention is paid to the preservation of the ecosystem and the pursuit of the highest living standards. The awards received are a confirmation of the results achieved.

The principles of sustainability go beyond environmental protection policies. In the Group's management strategies there are, in fact, policies and practices in place that regulate Panariagroup's impact in both economic and social areas.

The objective is to achieve continuous global sustainability of the Group at all levels, in all areas and in all the situations in which the Panariagroup is active.

In 2017, the publication of the Group's First Sustainability Report gave shape and substance to this principle.

LE CERTIFICAZIONI CERTIFICATIONS

Per Panariagroup gli aspetti legati all'impatto ambientale, alla sicurezza e all'igiene sul luogo di lavoro sono di fondamentale importanza, per questo la politica adottata nella gestione delle attività del Gruppo si basa su principi saldi e precisi:

- salvaguardia dell'ambiente che circonda gli stabilimenti produttivi, dell'ambiente interno a essi e dell'ambiente nel suo complesso
- costante rispetto delle disposizioni legislative vigenti relative all'ambiente e alla sicurezza, attraverso controlli continui e rigorosi
- gestione e, ove possibile, diminuzione dell'utilizzo di risorse naturali
- miglioramento continuo in termini di prestazioni ambientali, per ridurre al minimo la produzione di sostanze inquinanti e il consumo di risorse
- costante informazione e collaborazione con la popolazione e con gli enti pubblici in merito alla politica adottata per la tutela ambientale e alle azioni effettuate per il continuo rispetto dell'ambiente.

Tutti i siti produttivi in Italia e in Portogallo, altamente automatizzati, hanno conseguito le prestigiose certificazioni ISO 14001 ed EMAS per il sistema di gestione ambientale, e ISO 9001 per il sistema di gestione della qualità. Tutti gli aspetti ambientali coinvolti nello svolgimento delle attività produttive sono costantemente monitorati al fine di rispettare gli standard previsti dalla legge e per una costante salvaguardia delle risorse naturali.

Gli scarti produttivi sono totalmente riutilizzati, con una sensibile diminuzione dell'uso di nuove materie prime naturali. Tutti i prodotti sono sottoposti a rigorosi e accurati controlli di qualità, e la maggior parte di essi contribuisce all'ottenimento di crediti LEED e possiede il prestigioso marchio ECOLABEL. Panariagroup è membro di US Green Building Council e socio ordinario del Green Building Council Italia.

Panariagroup considers the aspects related to environmental impact and to safety and hygiene on the job to be of fundamental importance. That is why the policy it has put in place for management includes the following activities:

- *safeguarding the integrity of the environment that surrounds the manufacturing facilities as well as the environment within, thus protecting the environment as a whole*
- *ensuring constant respect of the existing legal norms regarding safety and the environment through ongoing and rigorous inspections*
- *managing, preserving, and, where possible, reducing the use of natural resources*
- *constantly improving its environmental approach, to keep the production of pollutants and the consumption of resources to a minimum*
- *providing constant information to and maintaining an ongoing collaboration with the population and with public organizations regarding the environmental policies adopted and the actions undertaken for continued protection of the environment.*

All the manufacturing sites either in Italy and Portugal, that are highly automated and integrated, have received the ISO 14001 and EMAS certifications for their environmental management systems and ISO 9001 for their quality management systems.

All the environmental aspects related to the manufacturing processes are constantly monitored and fully respect the environmental standards required by law.

The manufacturing waste is totally reused, with a substantial reduction in the use of new natural raw materials. All the company's products are then subjected to rigorous and careful quality control with the majority of them contributing to obtain LEED credits and having the prestigious ECOLABEL seal.

Lastly, Panariagroup is a member of the US Green Building Council and an ordinary member of the Green Building Council Italia.



In un certo senso e con un po' di fantasia, le piastrelle che escono dagli stabilimenti Vincenzo le ha viste passare tutte, sotto forma di materia prima. Lui da sempre pensa che la fase della produzione in cui è impiegato sia un punto di osservazione privilegiato, perché è solo guardando la materia che si capisce la grandezza del prodotto.

I LOOK AT THE CLAY AND THINK ABOUT WHAT'S GOING TO BE MADE OUT OF IT. AND I KNOW WE'RE VERY GOOD AT IT.

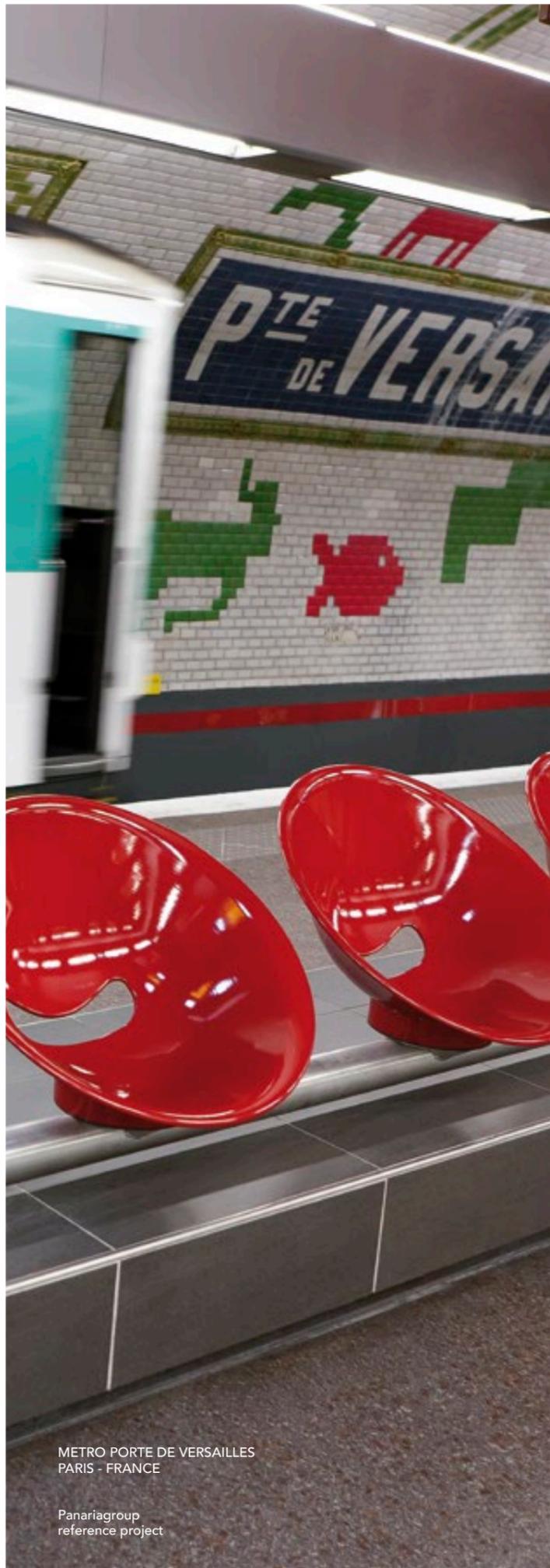
In a certain sense, and with a little phantasy, you can say Vincenzo has pictured all the tiles that leave the factories, from the raw material used. He always thinks he is privileged as an observer in the stage of production in which he is employed, because just looking at the material one can understand the greatness of the product.

**OSSERVO
L'ARGILLA
E PENSO
A CIÒ CHE
DIVENTERÀ.
E MI DICO
CHE SIAMO
DAVVERO
BRAVI.**



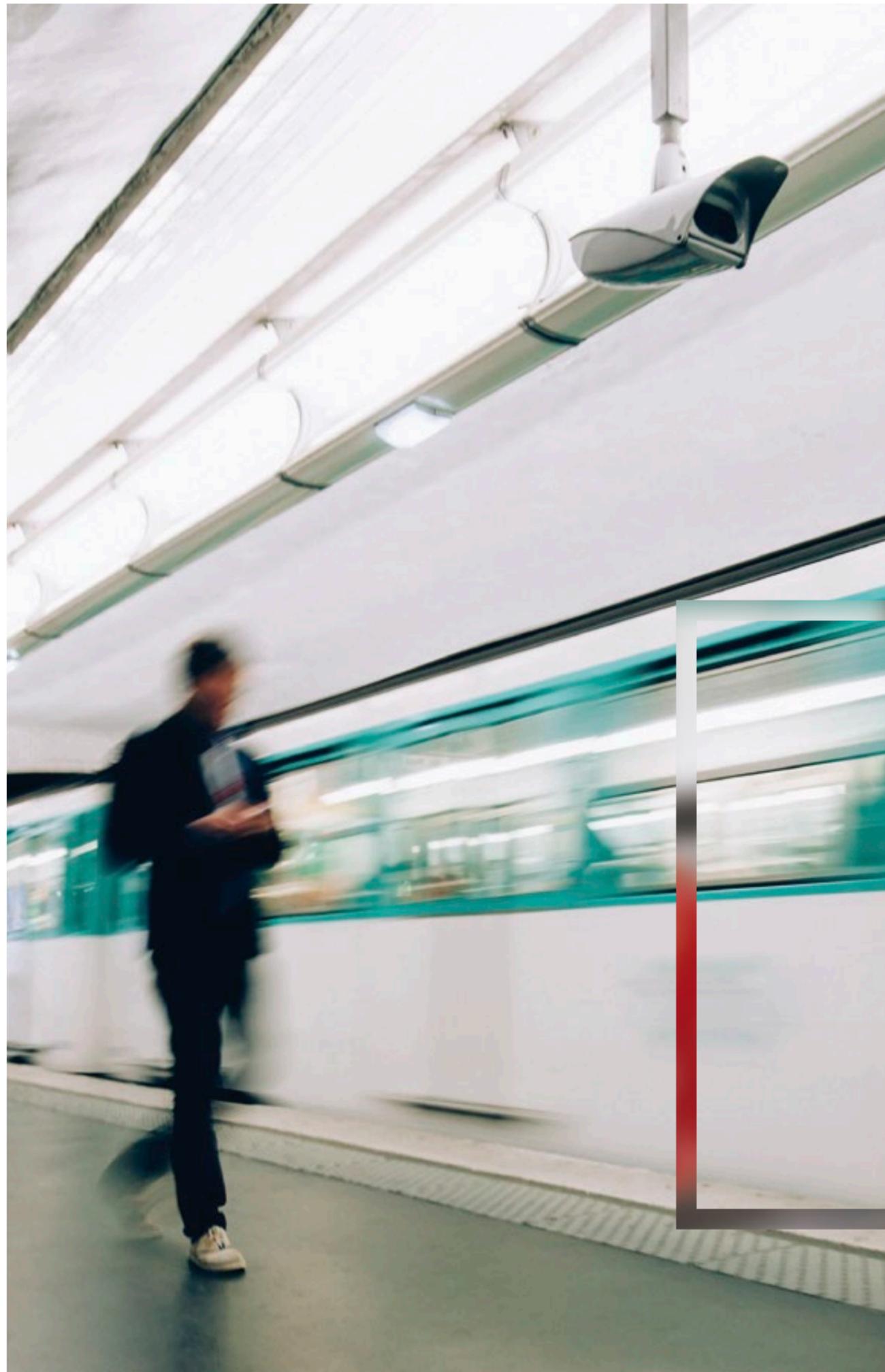
VINCENZO
ALTIERI

RICEVIMENTO MATERIE
PRIME PANARIAGROUP
INCOMING RAW MATERIALS
PANARIAGROUP



METRO PORTE DE VERSAILLES
PARIS - FRANCE

Panariagroup
reference project



L'orgoglio della mente e degli occhi sale su vette ardue a descriversi quando il prodotto della passione si fa materia per l'arte e lo sguardo sull'opera è patrimonio di tutti.

It is hard to describe the pride in the mind and in the eyes, when passion transforms into a work of art available for everyone to see.

7.0 LE OPERE E I PROGETTI

REFERENCES AND PROJECTS

VITTORIO GRASSI

ARCHITETTO
ARCHITECT

VITTORIO GRASSI ARCHITETTO
& PARTNERS
MILANO
MILAN



EACH PROJECT IS INNOVATION. THE OPPORTUNITY TO CREATE SOMETHING UNIQUE, SOMETHING UNREPEATABLE.

In architecture, a surface is always there for countless lives and countless stories.

This rule goes through the creative mind of Architect Vittorio Grassi: when designing a building, never forget who is going to live in it.

In architettura, una superficie accoglie sempre infinite vite e infinite storie. Questa regola percorre la mente creativa dell'Architetto Vittorio Grassi: quando progetta un edificio, non dimentica mai chi lo vivrà.

**OGNI
PROGETTO È
INNOVAZIONE.
L'OPPORTUNITÀ
PER CREARE
QUALCOSA
DI UNICO,
DI IR RIPETIBILE.**



REALIZZAZIONI E COLLABORAZIONI

Opere che parlano di eccellenza, realizzazioni architettoniche di massimo prestigio in tutto il mondo, collaborazioni con aziende, progettisti e designer di primissimo piano che nel corso degli anni hanno sempre più spesso cercato e scelto i prodotti del Gruppo.

La ricerca maniacale della qualità e della perfezione estetica ha reso i prodotti Panariagroup straordinariamente apprezzati, tanto da essere adottati in realizzazioni di rilievo mondiale, quali l'aeroporto di Doha, in Qatar, e il pluripremiato Bosco Verticale a Milano, e in grandi opere pubbliche come le stazioni della metropolitana di Parigi, l'Alta Velocità di Bologna e Roma Tiburtina, fino all'avveniristico rivestimento della Variante di Valico lungo la A1, la principale autostrada italiana.

PROJECTS AND COLLABORATIONS

Panariagroup's projects embody excellence: prestigious architectural creations around the world and collaboration with some of the top companies and designers in the industry, who throughout the years have often sought out and chosen the Group's products. A relentless quest for quality and aesthetic excellence has made Panariagroup's ceramic products extraordinarily admired, so much so that they are selected for architectural projects of global significance, like, for example, the Doha airport in Qatar, the award-winning Vertical Forest in Milan and other major projects like the metropolitan train station in Paris, the high-speed train stations in Bologna and Tiburtina Rome and the futuristic cladding of the Variante di Valico on the A1 motorway in Italy.

Come quella di ognuno, anche la vita di Roberto è un variopinto mosaico di tessere d'esperienza. Sono i momenti vissuti in paesi lontani, le parole scambiate con architetti visionari, i successi di progetti ambiziosi portati a compimento con competenza e passione. A volte guarda la sua opera da lontano, e l'immagine che scorge assomiglia alla vita che sognava.

MANAGING BIG PROJECTS AROUND THE WORLD IS MY WAY OF FEELING AT HOME EVERYWHERE.

Like everyone, Roberto has a life like a colourful mosaic of the tesserae of experience. The times spent in faraway countries, words exchanged with visionary architects, the successes of ambitious projects carried out with skill and passion. Sometimes he looks at his work from afar and the image he sees resembles the life he dreamt of.

GESTIRE GRANDI PROGETTI NEL MONDO È IL MIO MODO DI SENTIRMI A CASA OVUNQUE.



ROBERTO
CASINI

KEY ACCOUNT
PANARIAGROUP



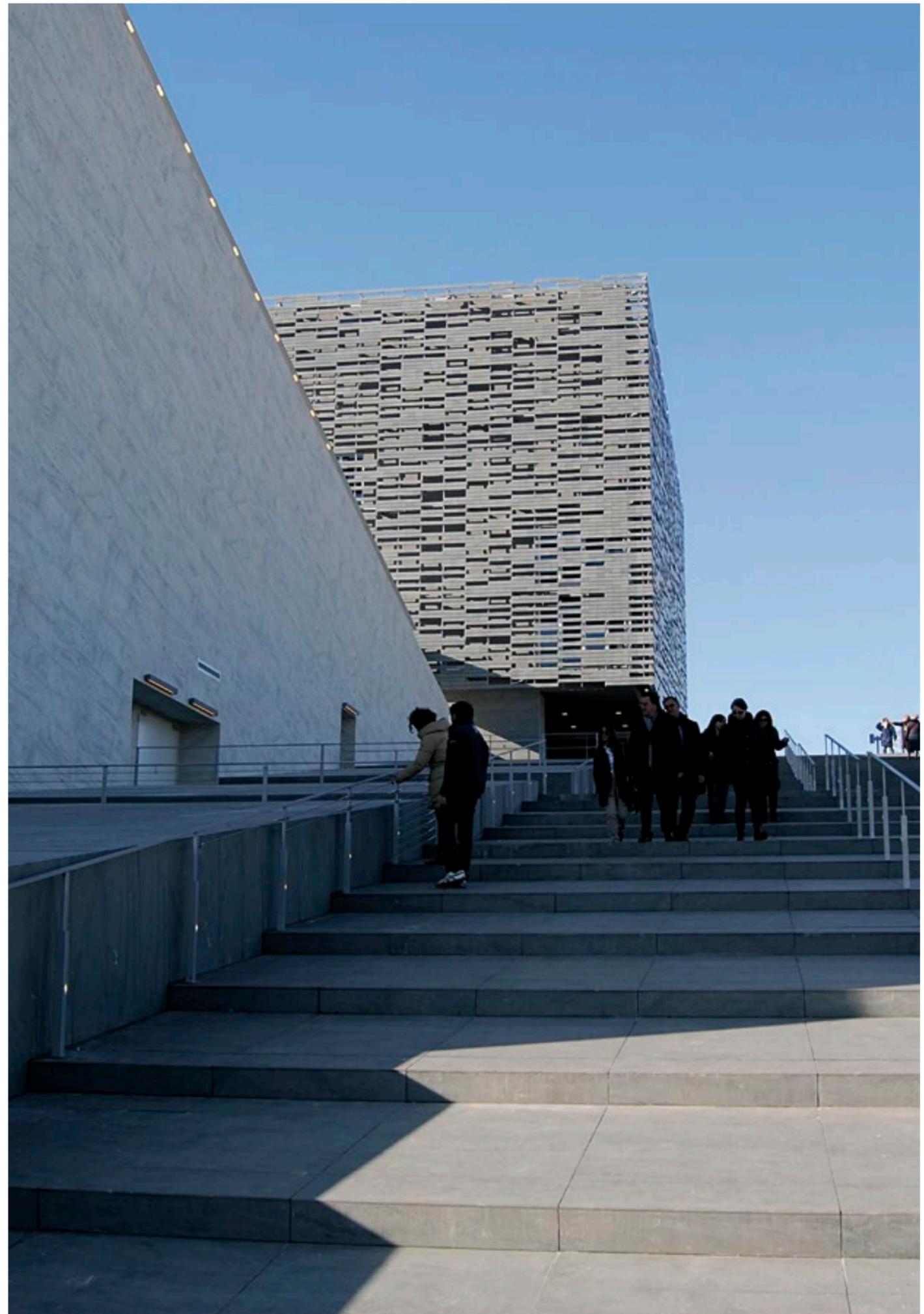
**RESIDENTIAL TOWERS
"VERTICAL FOREST"
MILAN - ITALY**

BOERI STUDIO
STEFANO BOERI, GIANANDREA BARRECA,
GIOVANNI LA VARRA



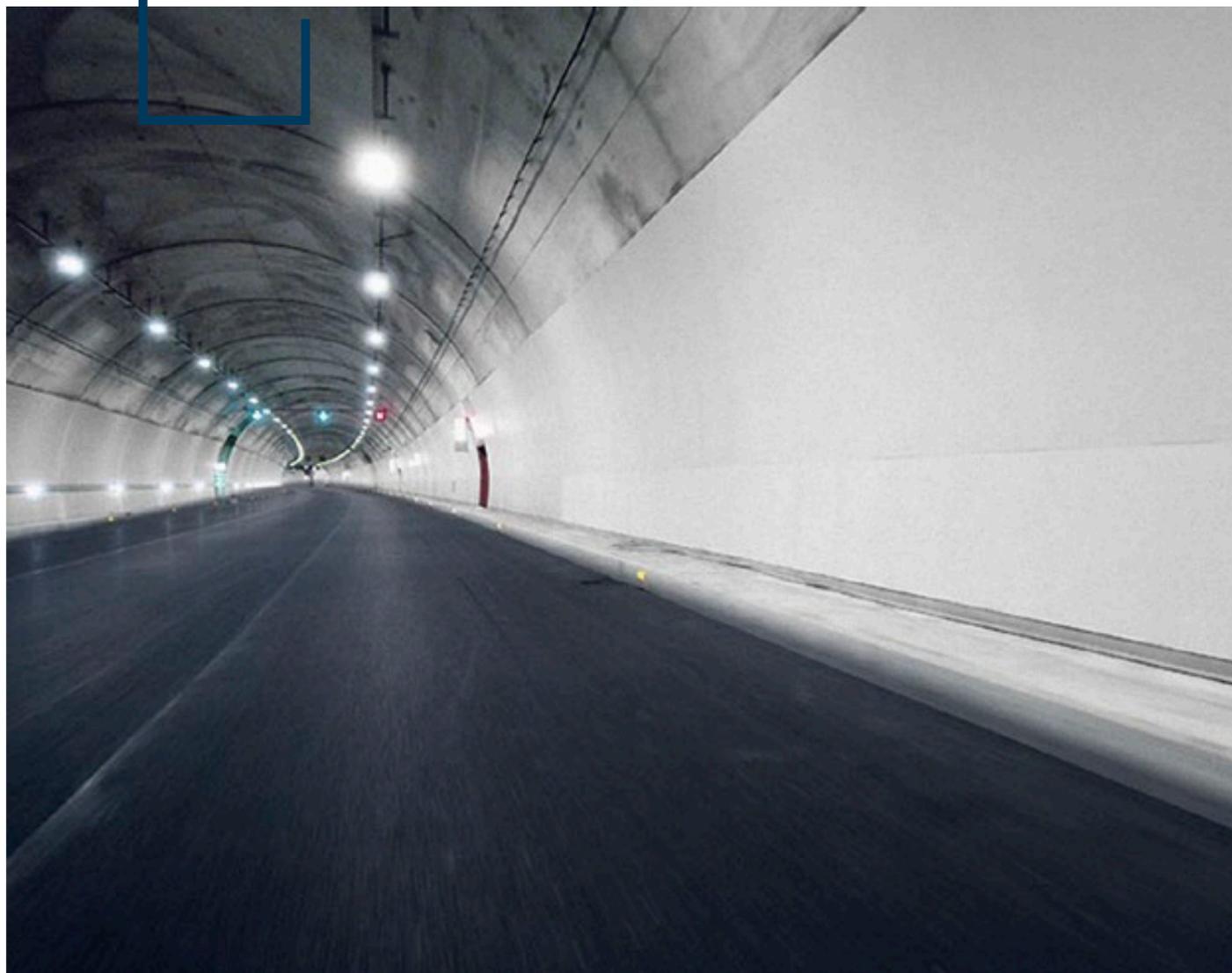
OPERA HOUSE
FLORENCE - ITALY

ABDR
ARCHITETTI ASSOCIATI



GALLERIA DEL VALICO A1
BADIA NUOVA,
AGLIO - ITALY

AUTOSTRADE PER L'ITALIA



PROTOSHOP DI LAMBORGHINI
SANT'AGATA BOLOGNESE (BO)
ITALY

STUDIO DI ARCHITETTURA
PROSPAZIO





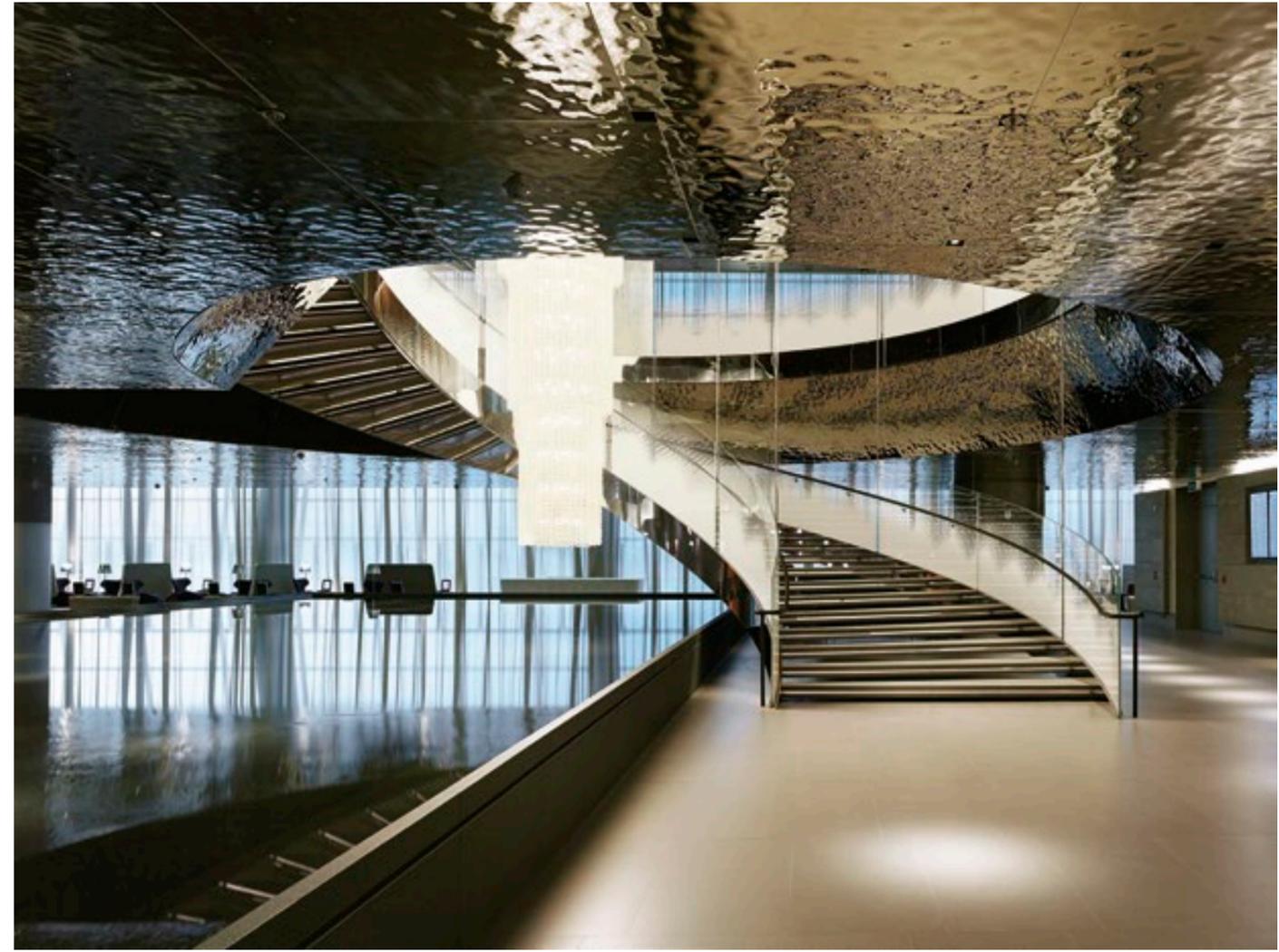
LAMBORGHINI
LOGISTIC CENTER
SANT'AGATA BOLOGNESE (BO)
ITALY

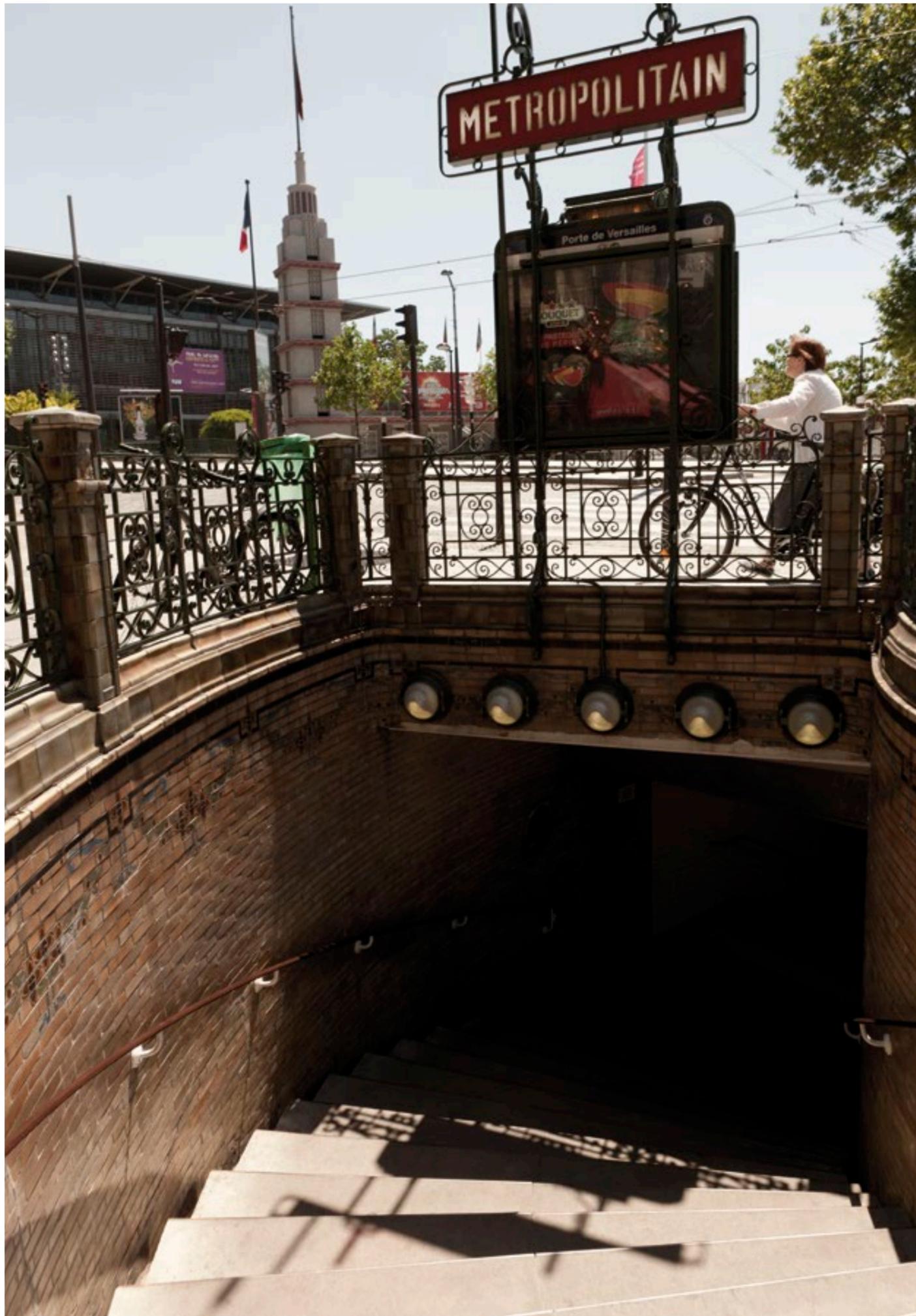
ARCHILINEA



HAMAD INTERNATIONAL
AIRPORT
DOHA - QATAR

ARCHITECTURAL STUDIO
ANTONIO CITTERIO
PATRICIA VIEL





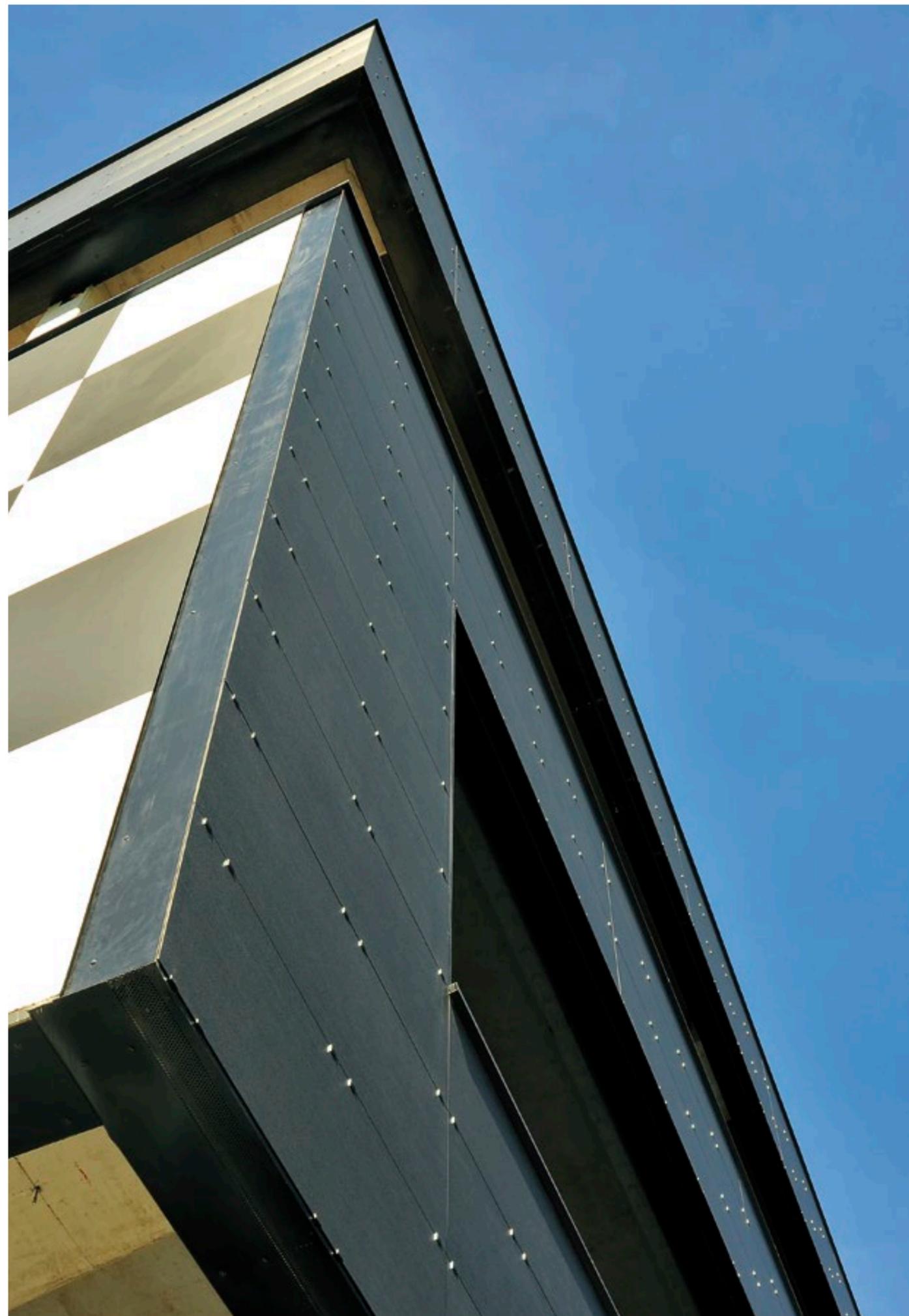
METRO PORTE
DE VERSAILLES
PARIS - FRANCE

DIDIER BERNARD



AUTODROMO DI MODENA
MODENA - ITALY

STUDIO DI ARCHITETTURA
PROSPAZIO





FABIO
NOVEMBRE

ARCHITETTO
ARCHITECT

STUDIO FABIO NOVEMBRE
MILANO
MILAN

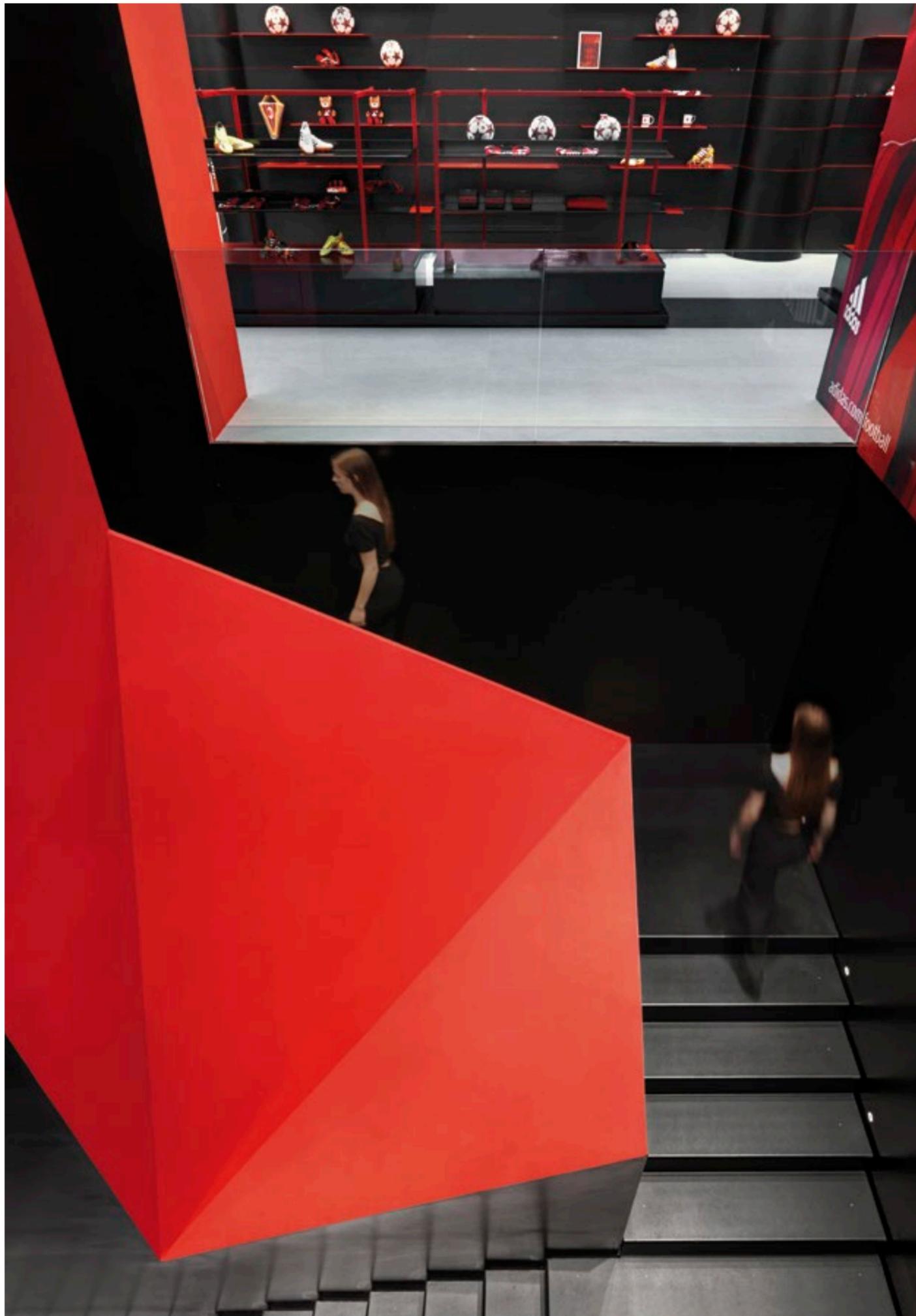


THE SURFACES WE WALK ON ARE THE
STAGE OF OUR LIVES.

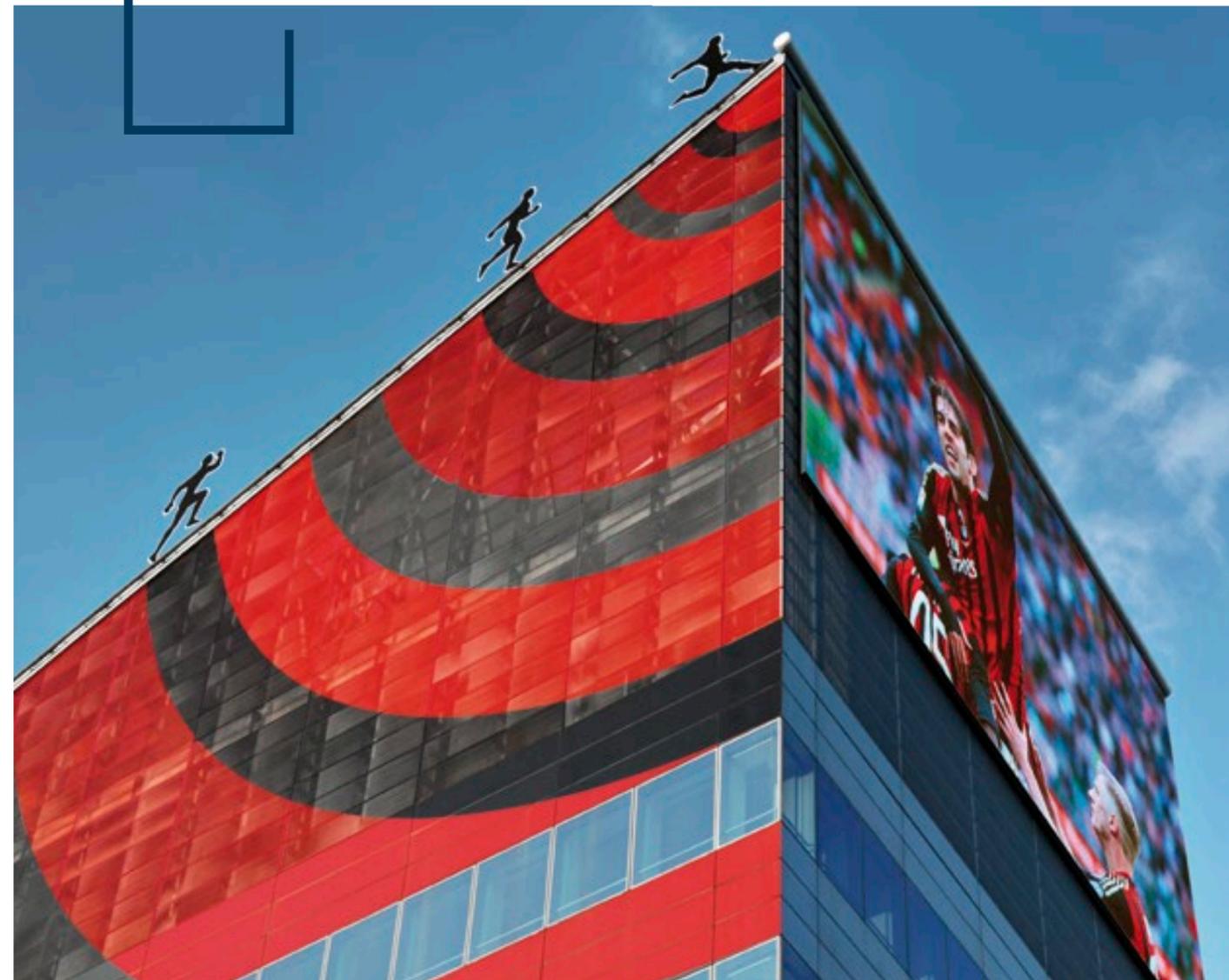
*Hofmannsthal claimed that depth
lies hidden on the surface. According
to Fabio Novembre, what we call
appearance is nothing but a house front
or the cover of the book of life. Anyway,
both are good reasons to choose to go
into that house or to read that book.*

Hofmannsthal sosteneva che
la profondità sta nascosta alla
superficie. Secondo l'Architetto Fabio
Novembre, quello che definiamo
apparenza altro non è che la facciata
della casa o la copertina del libro della
vita. In ogni caso, entrambi buoni
motivi per scegliere di entrare in
quella casa, o leggere quel libro.

**LE SUPERFICI
CHE
CALPESTIAMO
SONO IL
PALCOSCENICO
DELLA NOSTRA
VITA.**



CASA MILAN
MILAN - ITALY
STUDIO FABIO NOVEMBRE

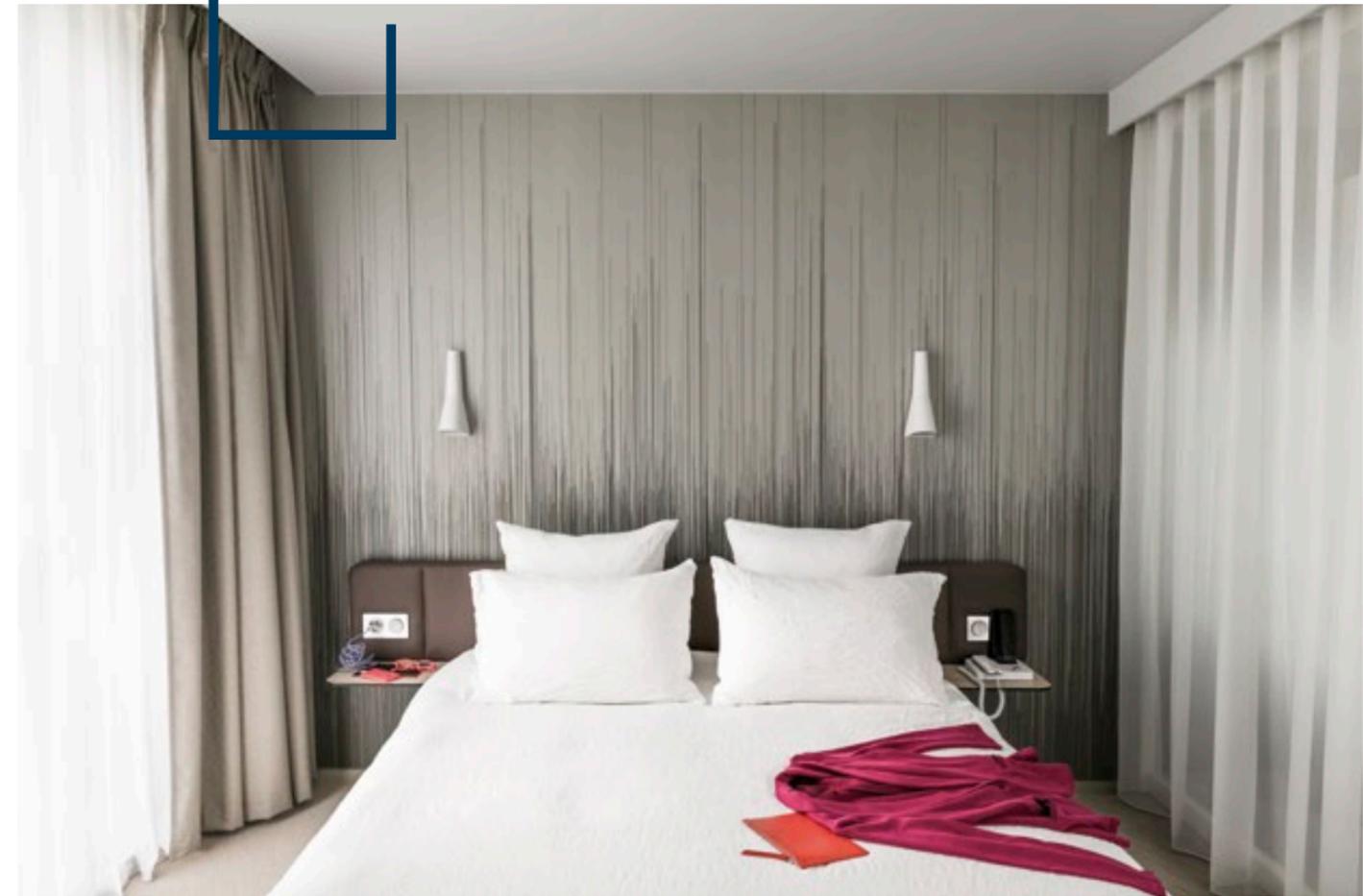




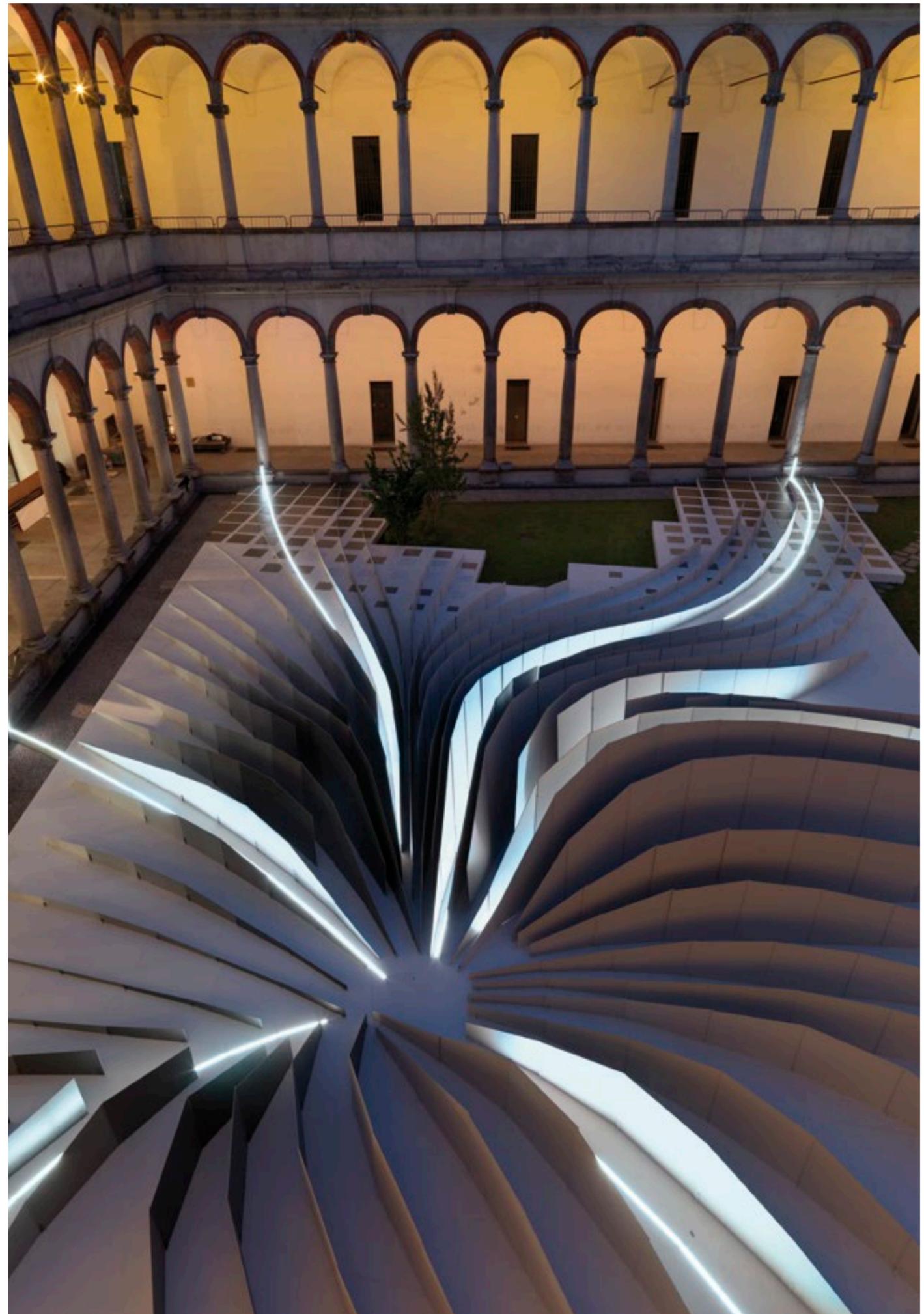


OKKO HOTEL
PARIS, PORTE DE VERSAILLES - FRANCE

PATRICK NORGUET



TWIRL
MILAN - ITALY
ZAHA HADID ARCHITECTS



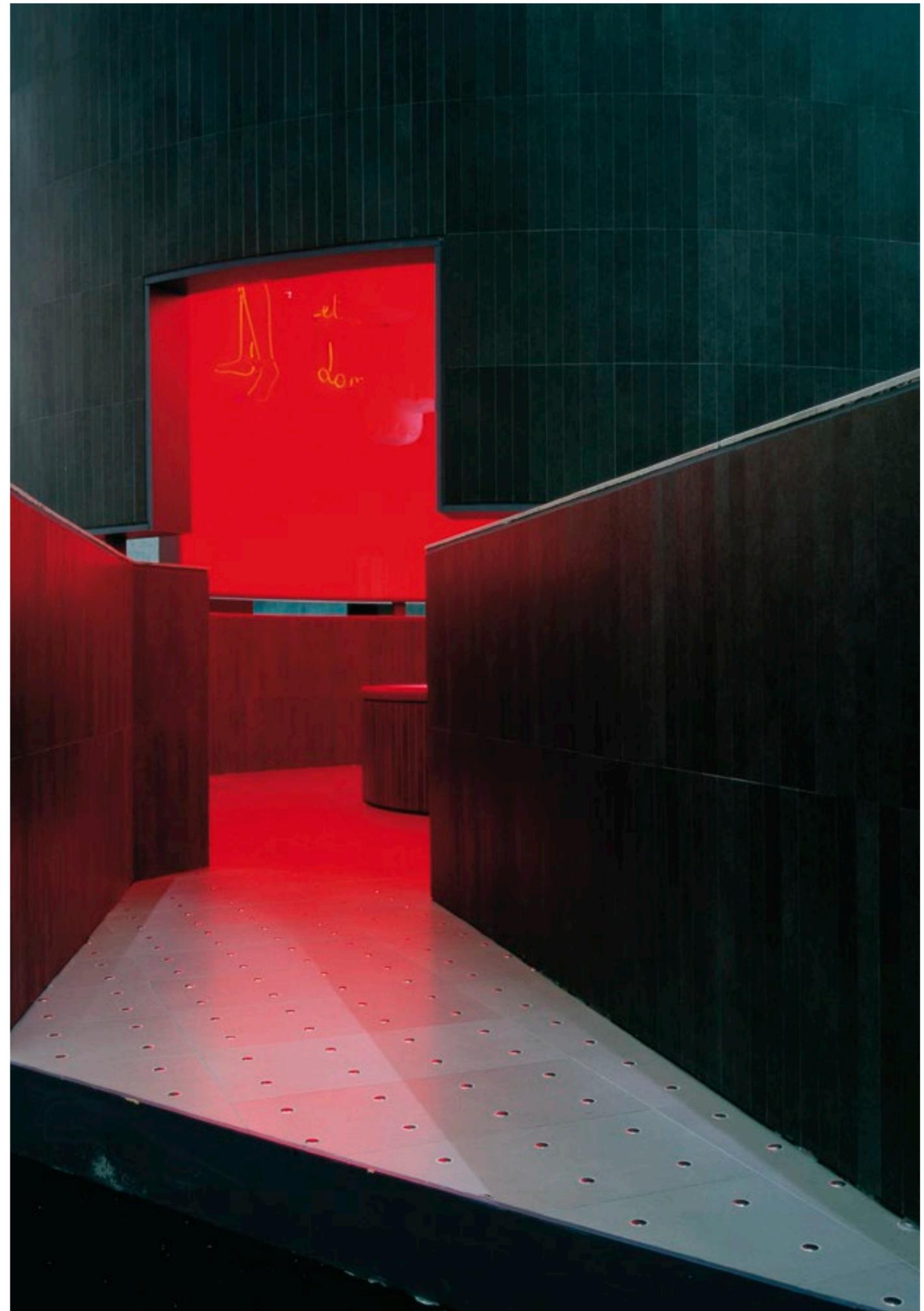
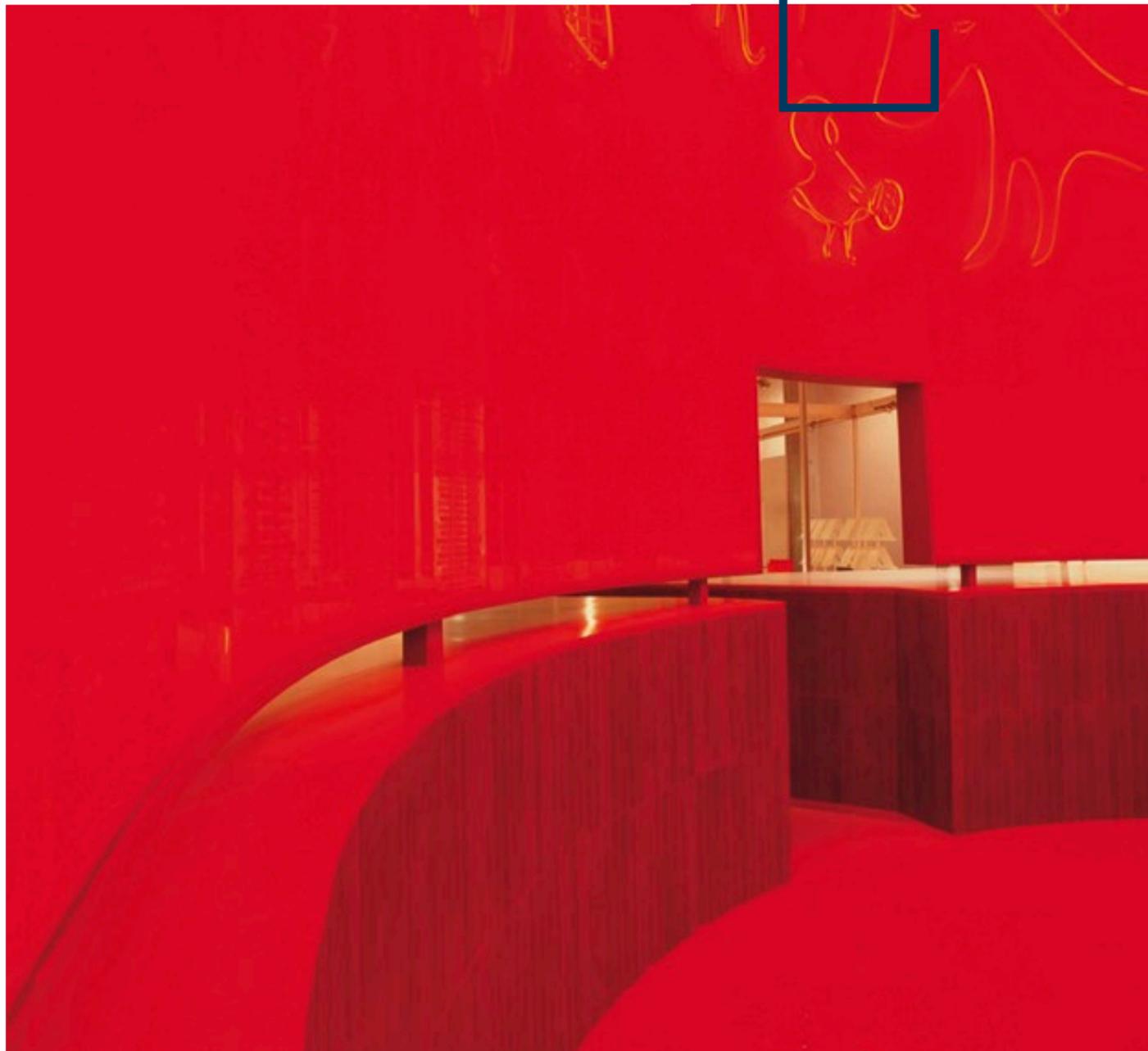


METRO BRUSSELS
ARTS-LOI
BRUSSELS - BELGIUM

BUREAU CERAU



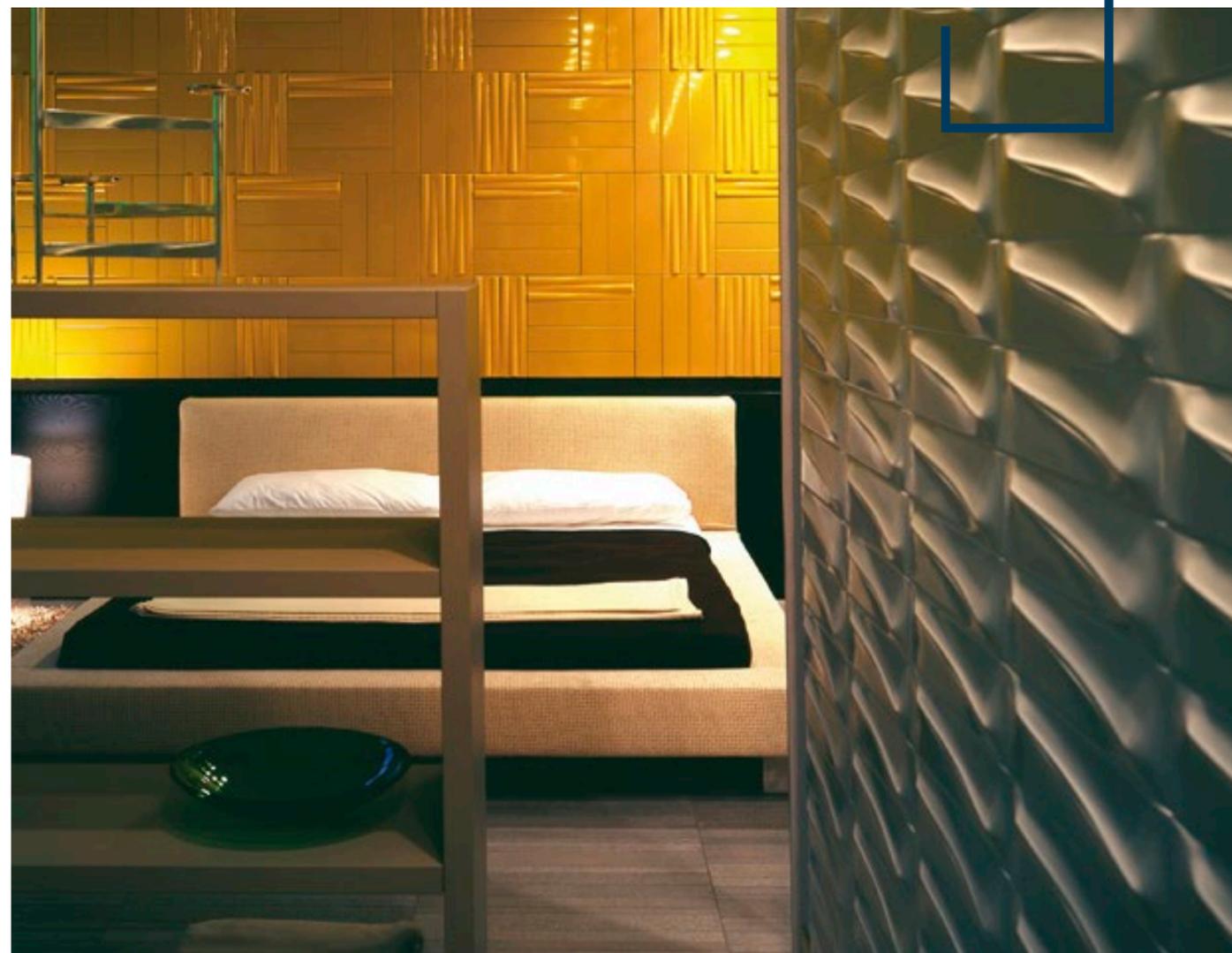
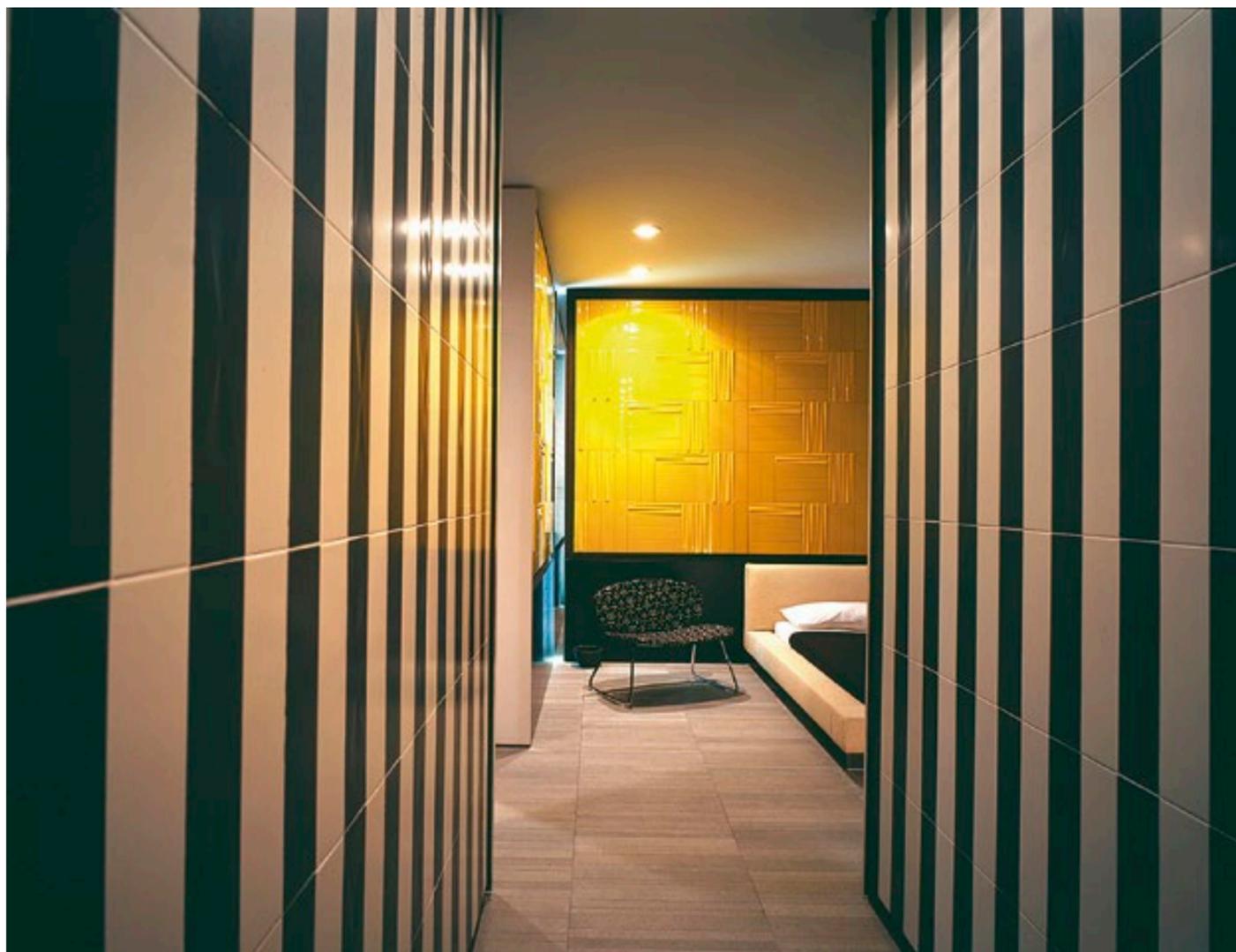
LE LOUP
PARIS - FRANCE
DIEGO GRANDI



XXX FROM MILANO
MILAN - ITALY
DIEGO GRANDI

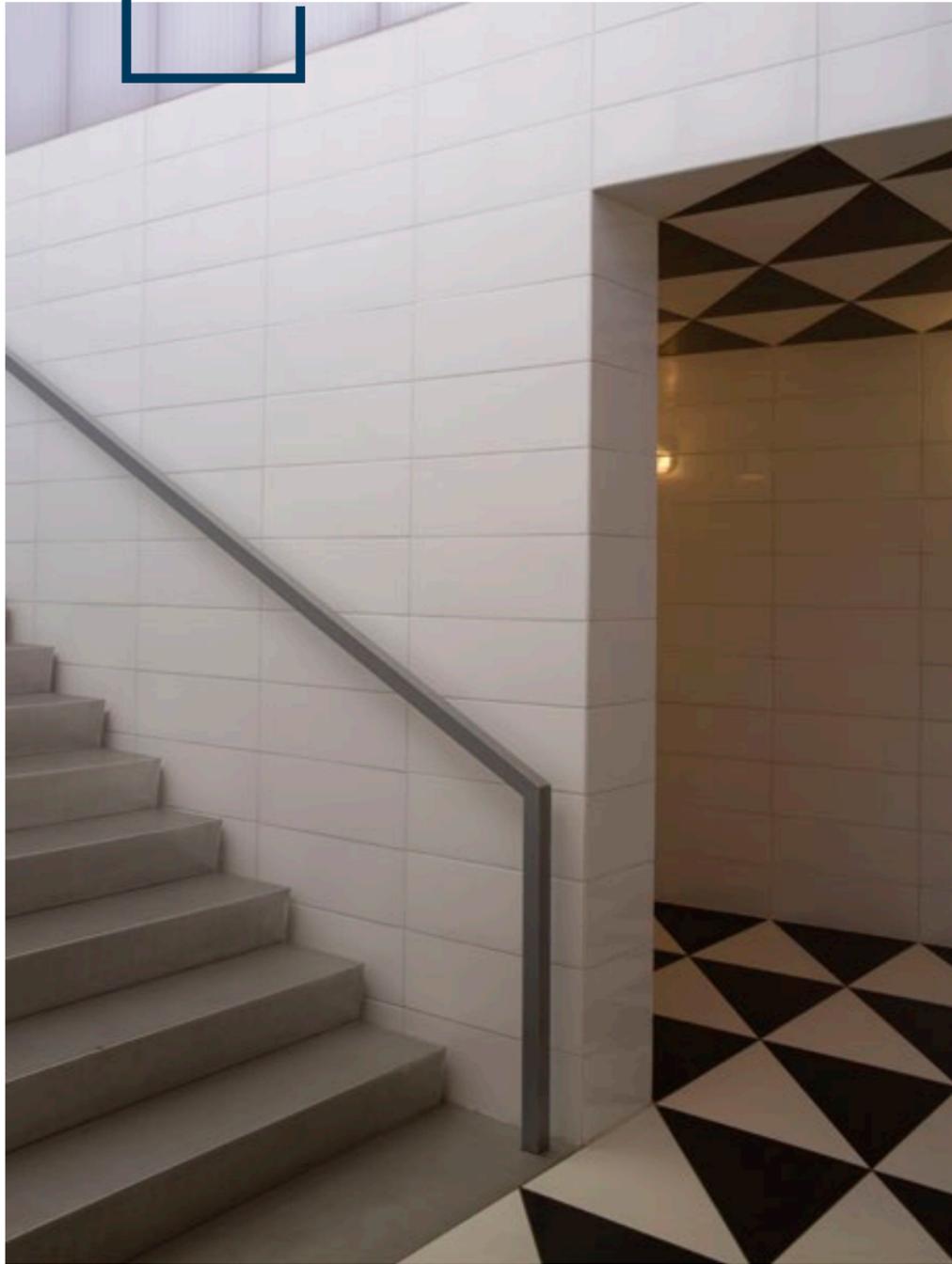


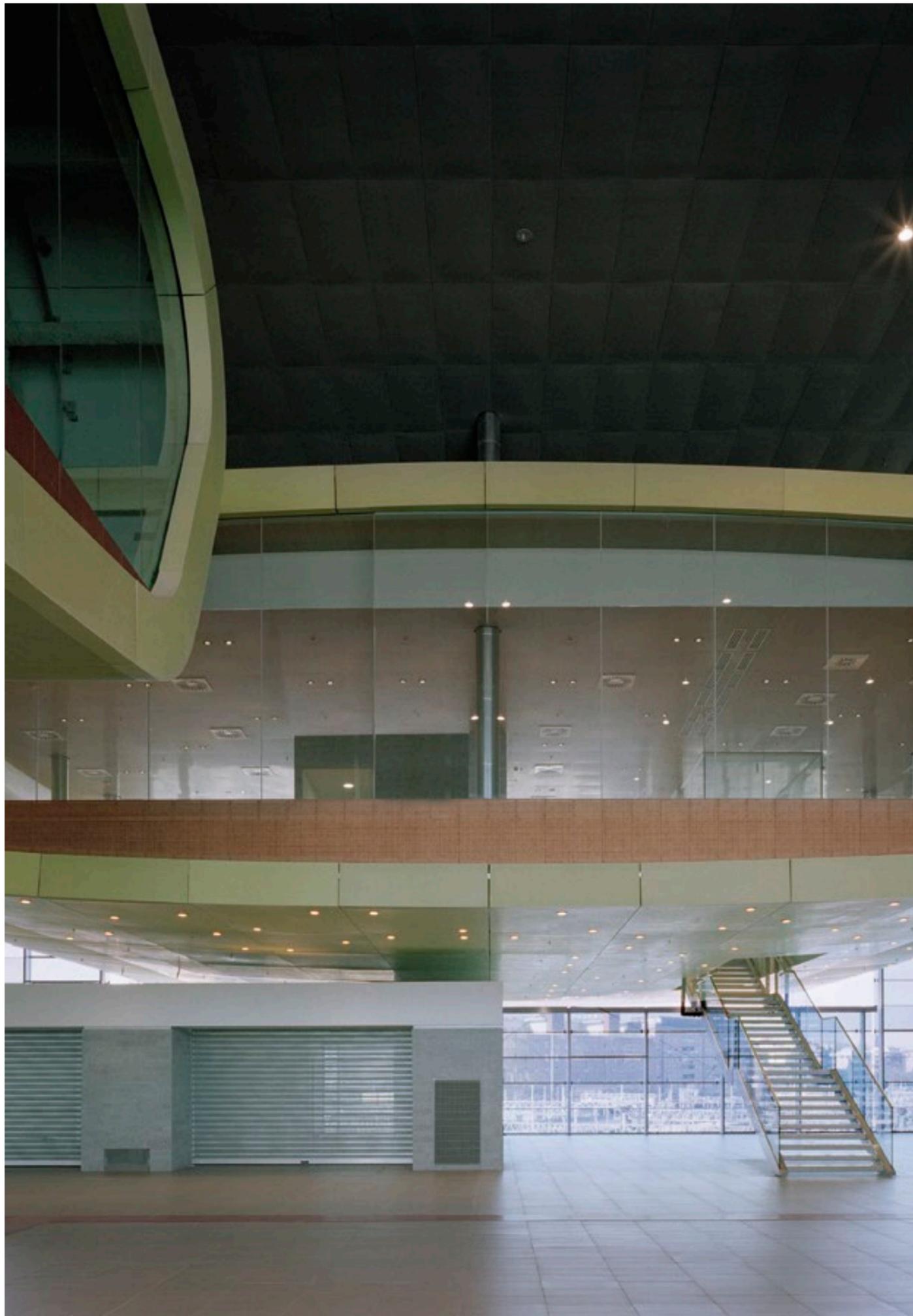
LEA LIVE
DIEGO GRANDI



**FONDAZIONE PRADA
MILAN - ITALY**

OMA (PARTNERS IN CHARGE:
REM KOOLHAAS AND CHRIS
VAN DUIJN; PROJECT LEADER:
FEDERICO POMPIGNOLI)





**STAZIONE TIBURTINA
ROME - ITALY**

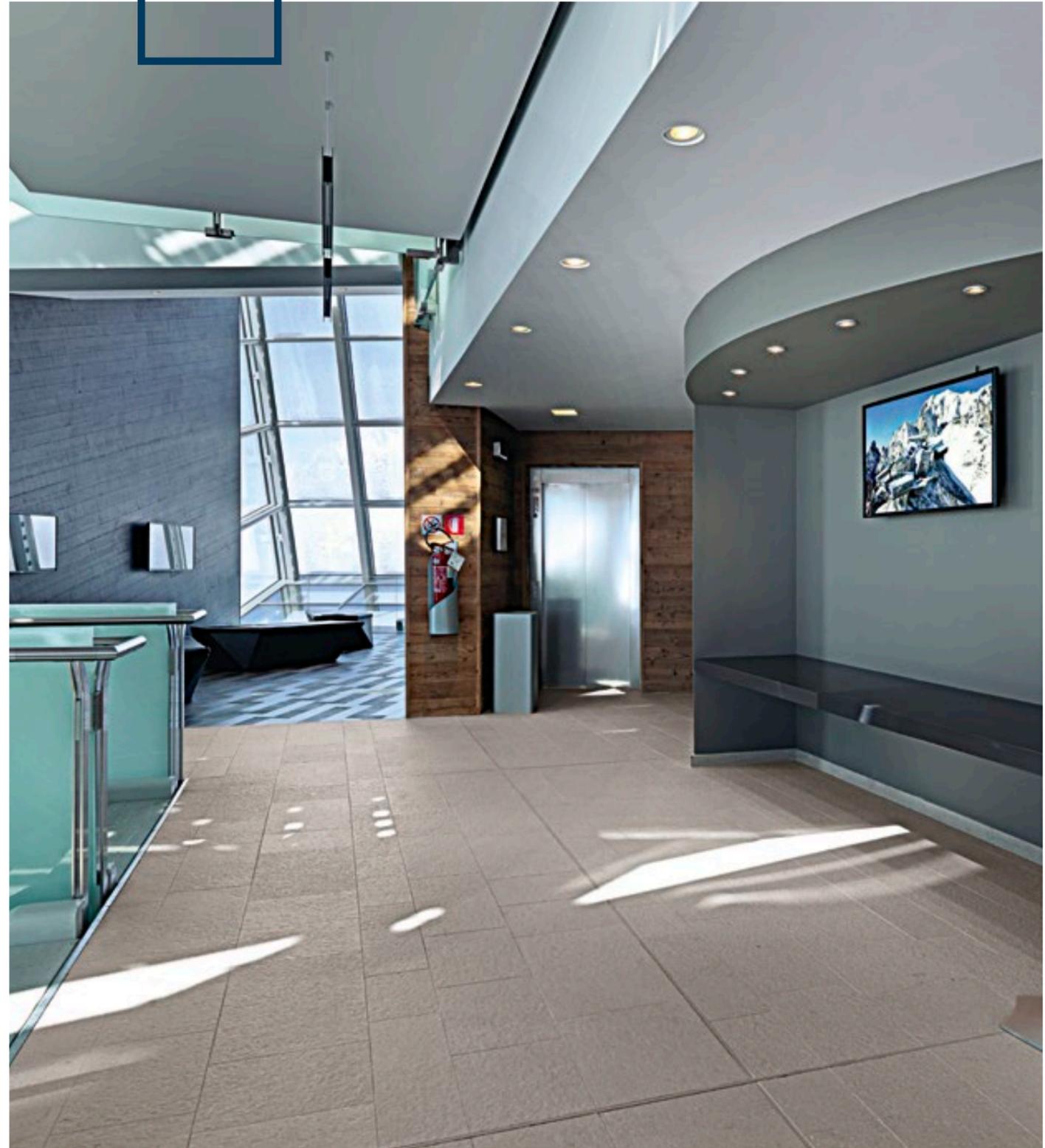
ABDR ARCHITETTI ASSOCIATI





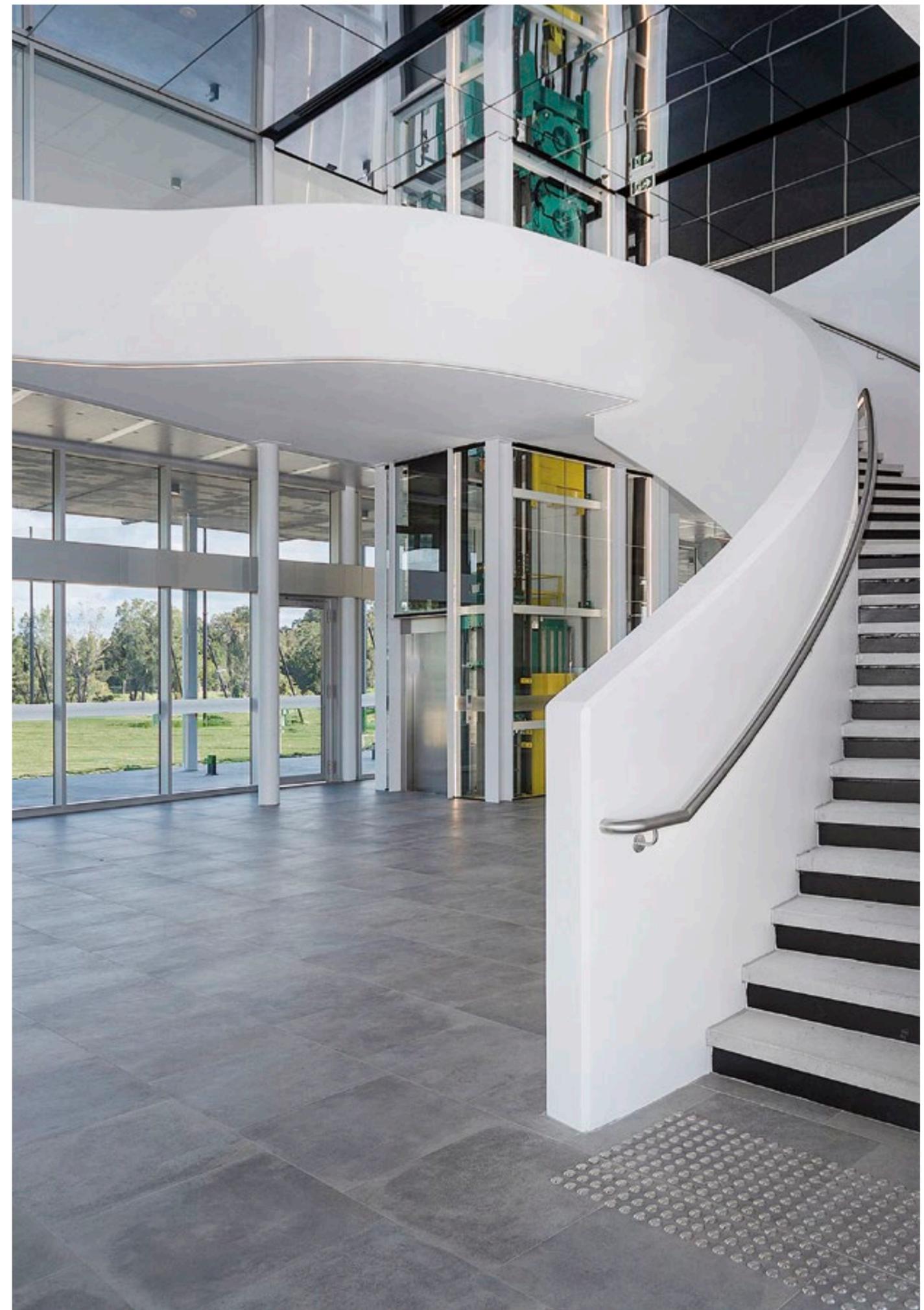
SKYWAY
MONT BLANC
COURMAYEUR (AO) - ITALY

ARCH. CARLO CILLARA ROSSI



**KDV GOLF AND TENNIS ACADEMY
GOLD COAST, QLD - AUSTRALIA**

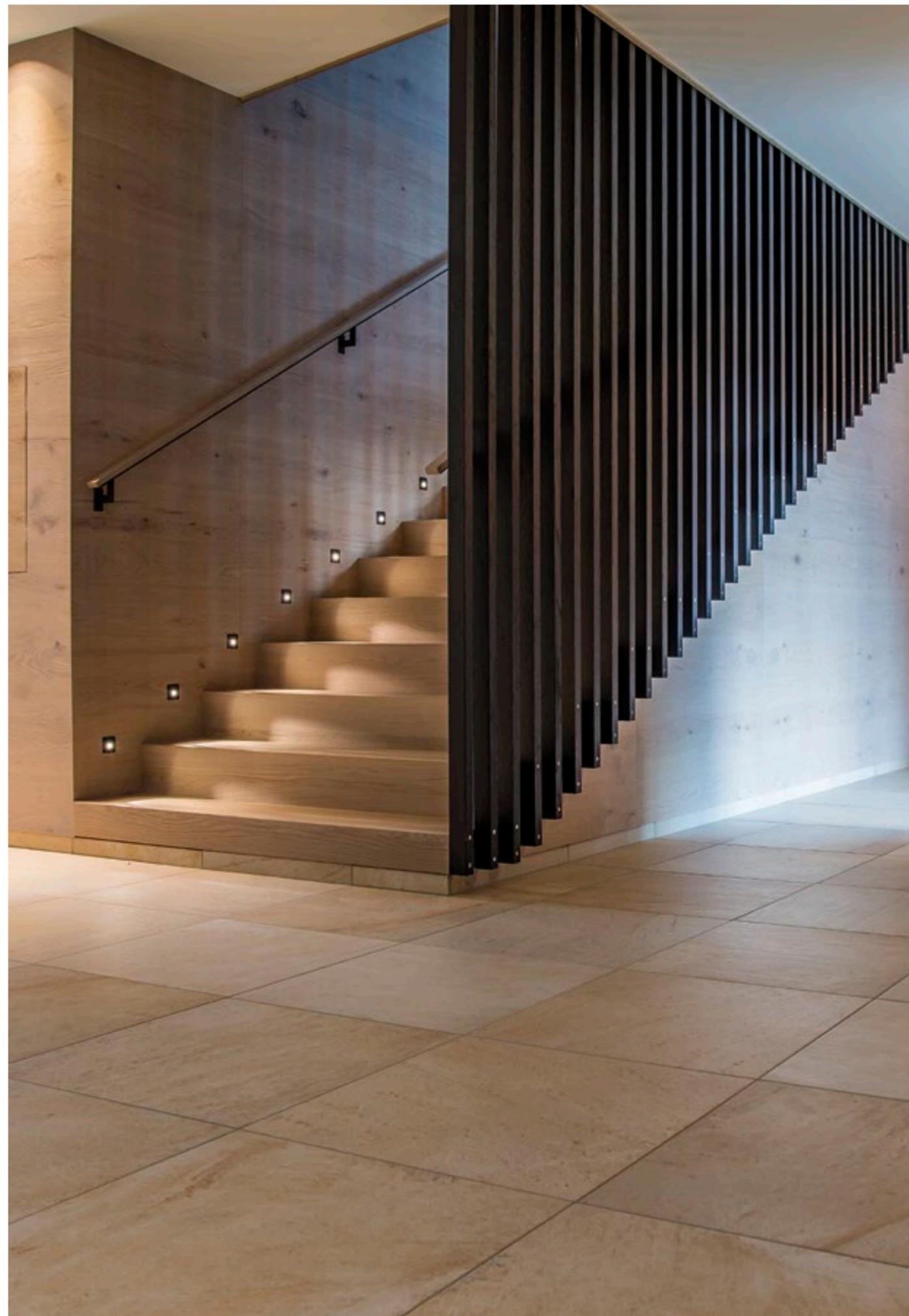
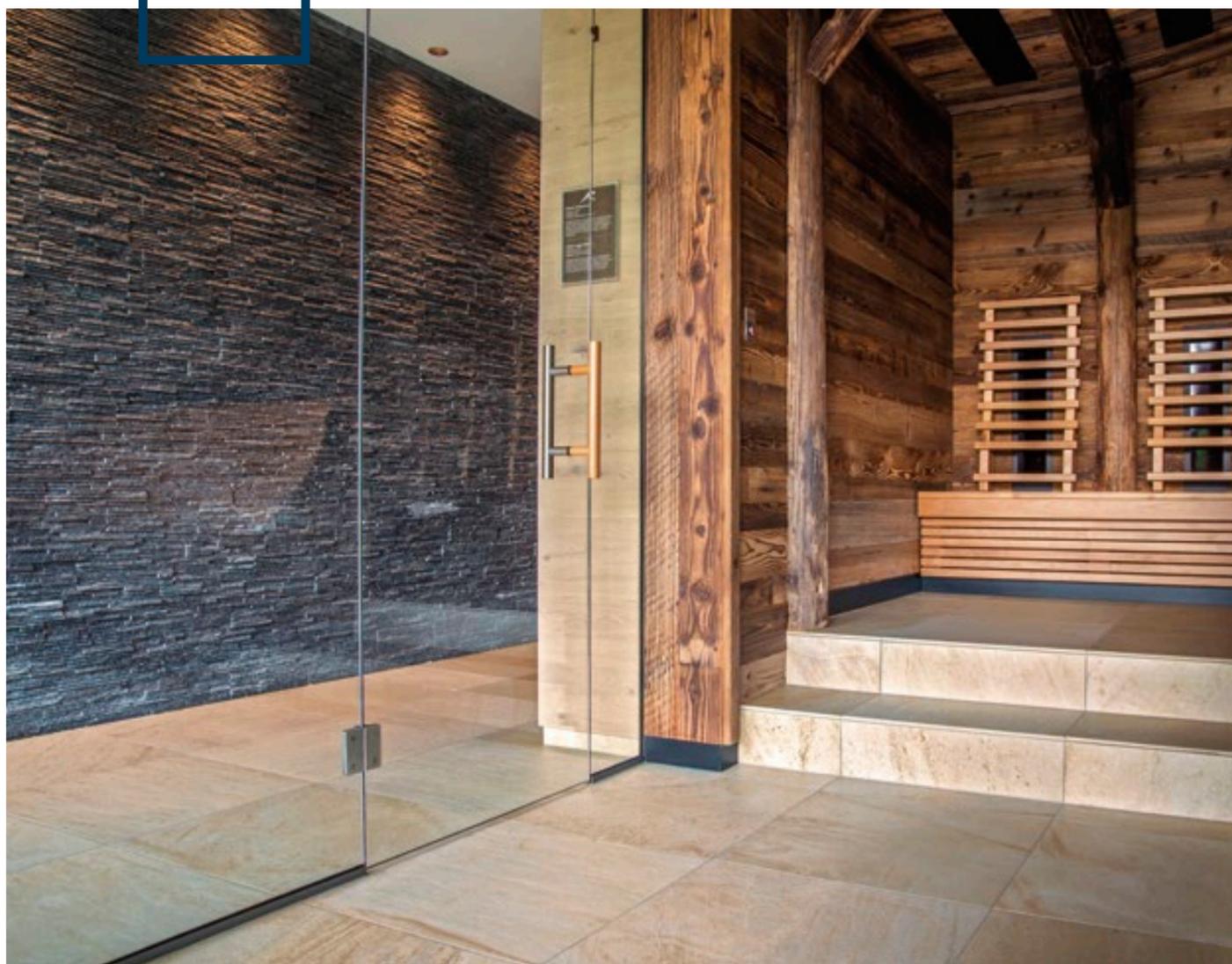
SHIRO ARCHITECTS



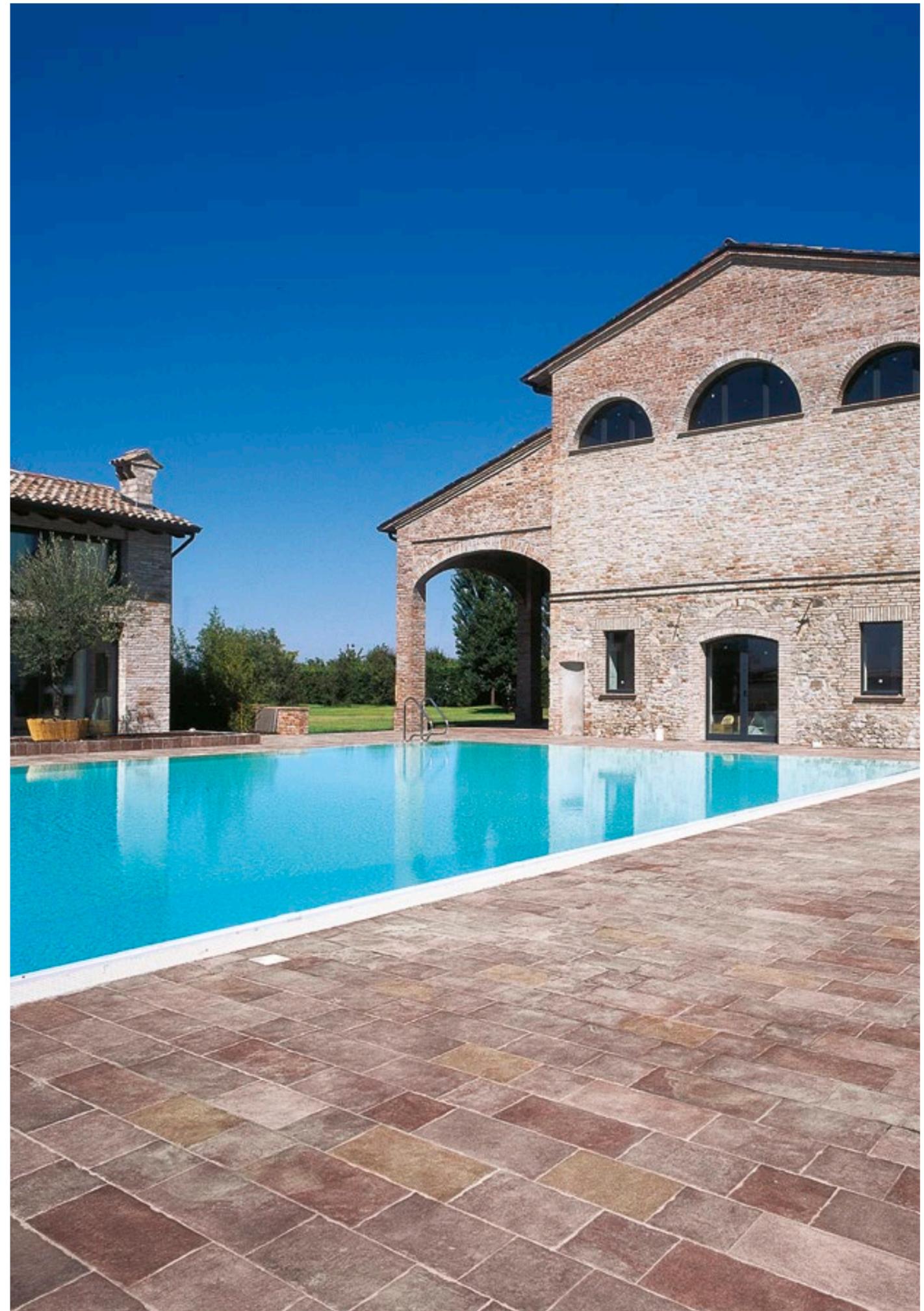


METRO PRAGA
PRAGUE - CZECH REPUBLIC
METROPROJEKT PRAHA

HOTEL
SCHWARZENSTEIN
BOLZANO - ITALY
KÖCK & BACHLER
GMBH INTERIOR DESIGN



PRIVATE HOUSE
PARMA - ITALY

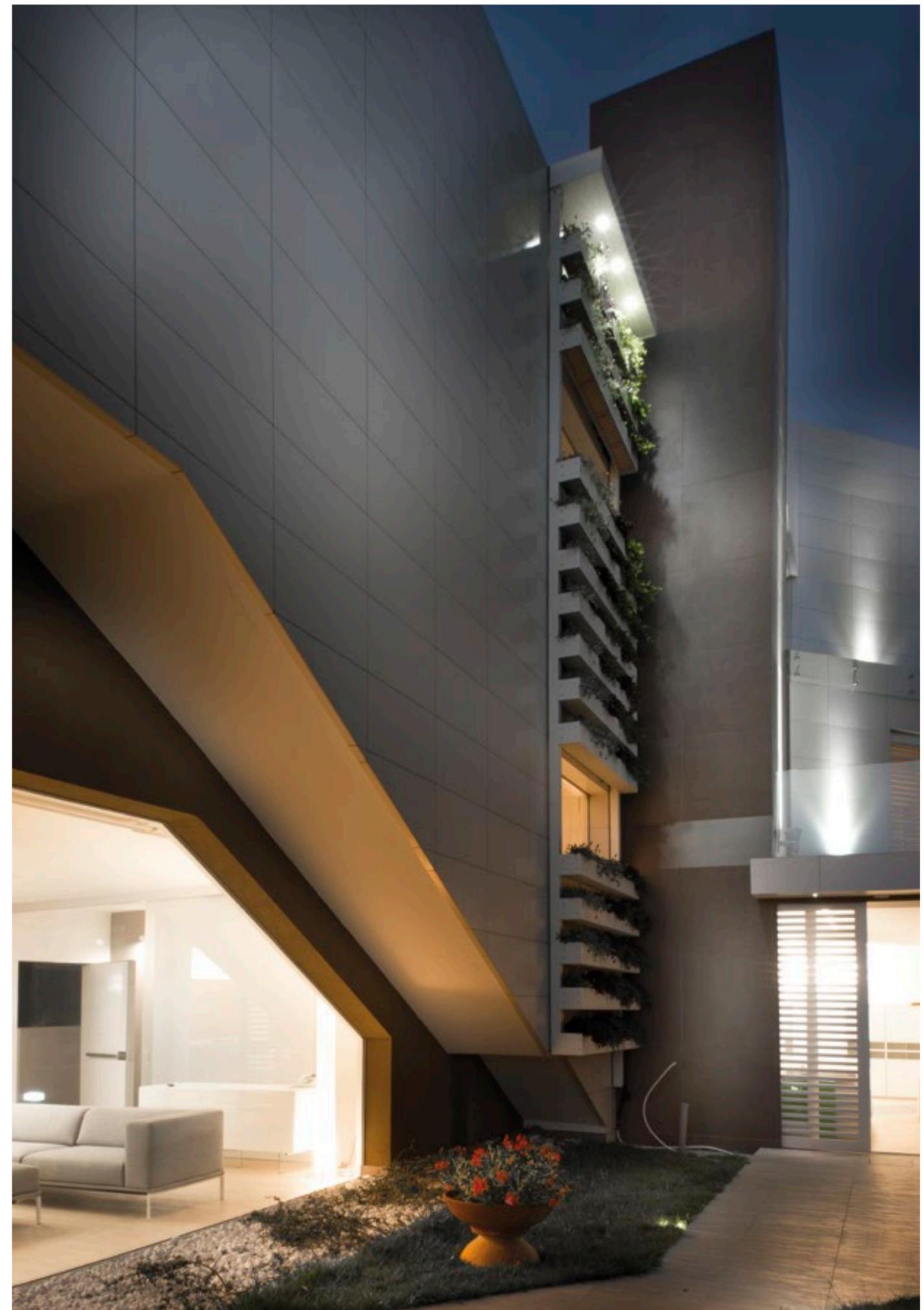
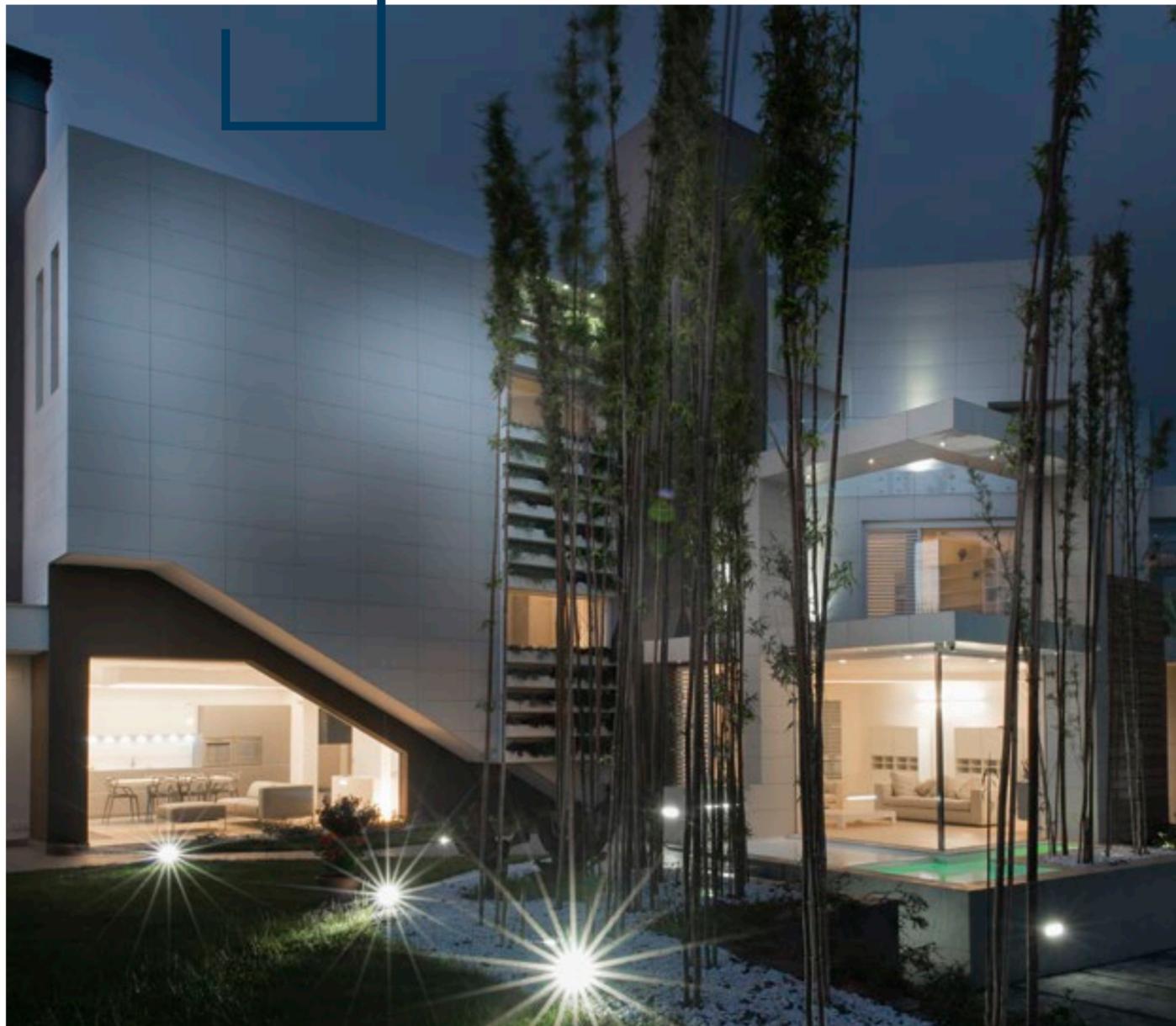


PRIVATE HOUSE
VICTORIA - AUSTRALIA



PRIVATE HOUSE
AVERSA (CE) - ITALY

ARCH. GIUSTINO MARINO





MARILENA
VERGNANI

PRODUCT DEVELOPMENT
PANARIAGROUP

UNA SUPERFICIE CERAMICA È MOLTO PIÙ DI CIÒ CHE SI VEDE.

Serve un profondissimo senso del rispetto per fare con passione il lavoro di Marilena. Occorre sapere e ricordare in ogni istante quello che un pavimento, o un rivestimento, significherà per le persone che lo vivranno. Solo così, una piastrella, non sarà mai solo una piastrella.

A CERAMIC SURFACE IS MUCH MORE THAN WHAT YOU SEE. You need a very profound sense of respect to do Marilena's job with that passion. All the time you need to know and remember what a floor, or wall coverings, will mean for people who will live with it. Only then, will a tile never again be just a tile.



HANNO
COLLABORATO
CON NOI

*WE HAVE
COLLABORATED
WITH*

ABDR ARCHITETTI ASSOCIATI
ANDREA MAFFEI ARCHITECTS
ANTONIO CITTERIO & PATRICIA VIEL INTERIORS
ARATA ISOZAKI & ASSOCIATES
ARCH. CILLARA ROSSI
ARUP ITALIA
BORIS PODRECCA ARCHITECT
CIBIC WORKSHOP
CORGAN ASSOCIATES
CREW-CREMONESI WORKSHOP
DIEGO GRANDI
FABIO NOVEMBRE STUDIO
HOK PRODUCT DESIGN
KRAVITZ DESIGN
M+T & PARTNERS
MARIO CUCINELLA ARCHITECTS
OPEN PROJECT
OVE ARUP & PARTNERS
PATRICK NORQUET
PHILIPPE NIGRO
POLICREO
STEFANO BOERI ARCHITETTI
VITTORIO GRASSI ARCHITETTO & PARTNERS
ZAHA HADID ARCHITECTS
ZAO GORPROJECT

VERONICA GIULIANI

MAMMA E APPASSIONATA DI DESIGN
MOTHER, PASSIONATE ABOUT
DESIGN



*I DROPPED A SLICE OF CAKE
ON THE FLOOR AND
AS I WAS PICKING IT UP,
I UNDERSTOOD EVERYTHING.
Veronica found the right direction by
accident: she realised that surfaces
are the true dress of a room, to be
chosen with the utmost care.*

La strada giusta da percorrere
Veronica l'ha trovata per caso:
così ha capito che le superfici
sono il vero vestito di un
ambiente, da scegliere con la
massima cura.

**MI È CADUTA
UNA FETTA
DI TORTA SUL
PAVIMENTO
E MENTRE LA
RACCOGLIEVO
HO CAPITO
TUTTO.**

PANARIAgroup®

Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.

Via Panaria Bassa, 22/A
41034 Finale Emilia (MO) - Italia
Tel.: +39 0535 95111 - Fax: +39 0535 90503
www.panariagroup.it

Panaria Ceramica

Via Panaria Bassa, 22/A
41034 Finale Emilia (MO) - Italia
Tel.: +39 0535 95111 - Fax: +39 0535 90503
www.panaria.it

Lea Ceramiche

Via Cameazzo, 21
41042 Fiorano Modenese (MO) - Italia
Tel.: +39 0536 837 811 - Fax: +39 0536 830 326
www.ceramichelea.it

Cotto d'Este

Via Emilia Romagna, 31
41049 Sassuolo (MO) - Italia
Tel.: +39 0536 814 911 - Fax: +39 0536 814 918
www.cottodeste.it

Blustyle

Via Emilia Romagna, 31
41049 Sassuolo (MO) - Italia
Tel.: +39 0536 814 911 - Fax: +39 0536 814 921
www.blustyle.it

Fiordo

Via Panaria Bassa, 22/A
41034 Finale Emilia (MO) - Italia
Tel.: +39 0536 814 811 - Fax: +39 0536 812 114
www.fiordo.it

Florida Tile Inc.

998 Governors Lane
Suite 300, Lexington, KY 40513 - U.S.A.
Tel.: 001 - 859 219 5200
www.floridatile.com

Margres

Chousa Nova,
3830-133 Ílhavo - Portugal
Tel.: +351 234 329 700 - Fax: +351 234 329 702
www.margres.com

Love Tiles

Zona industrial de Aveiro, Apartado 3002
3801-101 Aveiro - Portugal
Tel.: +351 234 303 030 - Fax: +351 234 303 031
www.lovetiles.com

Bellissimo

AGL Panaria Pvt. Limited
Indian - Italian JV Group
B-702, Shapath - IV, Opp. Karnavati Club,
S.G. Highway, Ahmedabad (Gujarat) - 380015 India
Tel.: +91 79 6191 6501 - Fax: +91 79 6191 6520
www.bellissimo.asia

Seguici su/Follow us:



BUILDINGS CREDITS:

Bosco Verticale, Porta Nuova, Milano
Sviluppato e gestito da COIMA

PHOTO CREDITS:

Settimio Benedusi, Daniele Domenicali,
Gianni Dotti, Gerd Eder,
Luigi Filetici, Mario Ferrara, Jérôme
Galland, Paolo Lorenzi, Andrea
Martiradonna, Moreno Maggi, Luigi
Ottani, Leo Torri

CONCEPT &

GRAPHIC DESIGN:

Industree Communication Hub



