

# Il porcellanato da esterni trova spazio a Stone City

di Roberta Chionne

LA CERAMICA DA DUE CENTIMETRI DI SPESSORE COGLIE LE GRANDI OPPORTUNITÀ DELL'OUTDOOR, GRAZIE ALLE SPECIFICHE CARATTERISTICHE TECNICHE ED ESTETICHE



Il presidente di Granulati Zandobbio Mario Sottocornola e suo figlio Gianni (direttore generale).

La bergamasca **Granulati Zandobbio**, fondata nel 1929 da Gino Sottocornola, è passata dall'iniziale attività di cava alla produzione di granulati, ciottoli di marmo e, negli ultimi 7 anni, di gres porcellanato, compiendo un passaggio fondamentale negli anni novanta quando ha scelto di volgere totalmente l'attenzione verso l'outdoor, diventando un'azienda leader di questo settore. Il suo nome è ormai associato al parco tematico Stone City, la cui realizzazione, avviata nel 2011, offre ad oggi 5.000 mq di spazi espositivi organizzati in molteplici ambientazioni, che il direttore generale **Gianni Sottocornola** definisce "un luogo incantato e unico a livello mondiale per chi vuole trovare ispirazione e pensare a come realizzare il proprio spazio esterno".

*Signor Sottocornola, ci racconti le tappe della vostra evoluzione.*

"La società è stata fondata nel 1929, più di 90 anni fa, dal nostro bisnonno Gino Sottocornola nel comune di Zandobbio, il piccolo paese della Bergamasca da cui l'azienda prende il nome e in cui si trova una cava di Dolomia da cui si estrae tuttora questo inerte per varie applicazioni industriali. Ad oggi siamo alla quarta generazione. Parallelamente all'attività della cava, già negli anni trenta/quaranta iniziò un'attività complementare di frantumazioni di inerti di marmi colorati per la produzione di mattonelle con base di cemento, che rappresentavano all'epoca la soluzione principale nelle pavimentazioni da interno. Queste attività hanno rappresentato il *core business* aziendale fino agli anni '90, quando è iniziato un processo di trasformazione e di mentalità che ci ha portato a rivolgere totalmente l'attenzione verso l'outdoor, o arredo urbano, e a proporre gli inerti tondi sotto forma di ciottoli per i giardini di tutta Europa. Per poi avventurarsi, nel 2014 nel mondo del gres, diventando uno dei player principali specializzato esclusivamente nell'alto spessore



(2-3 cm). È stato così che, anno dopo anno, l'azienda è passata da 10 dipendenti ai quasi 70 collaboratori attuali, consolidandosi tra le principali realtà a livello europeo, e non solo, per i settori dell'outdoor e della produzione di inerti tondi”.

*Che sviluppo sta vivendo oggi l'outdoor e cos'è cambiato rispetto al passato?*

“Sta diventando sempre più d'attualità anche in Italia, ma si tratta di un settore in cui le altre nazioni europee sono sicuramente più avanti di molti anni, sia per quanto riguarda i volumi che per la qualità dei progetti e dei materiali utilizzati. C'è da dire che questi due anni di Covid hanno fatto aumentare la voglia di viver meglio gli spazi all'aperto, e dunque anche chi non l'aveva mai fatto o pensato ora si dedica ad abbellire gli spazi di pertinenza della propria abitazione. I prossimi saranno ancora anni di crescita. Una crescita che sta conoscendo dei problemi di gestione, sia per mancanza di materie prime e disponibilità di merce, sia perché pone sotto pressione, lavorativamente parlando, per periodi molto più lunghi rispetto alle stagioni precedenti”.

*Con i suoi 5 mila metri quadrati immersivi ed esperienziali, il vostro parco Stone City è molto più di uno spazio espositivo...*

“La nostra realtà spesso e volentieri viene associata al nostro parco tematico Stone City, un luogo unico a



Una panoramica del parco di Stone City e la casa anfiteatro.



A fianco: una visione aerea del parco e, sotto, la palazzina che funge da "guardiola" dello stesso.



livello mondiale per chi vuole trovare ispirazione e pensare a come realizzare il proprio spazio esterno. Stone City è nata su consiglio dei nostri clienti stranieri, abituati a fare eventi all'aperto in luoghi accoglienti in grado di fungere allo stesso tempo da spazi espositivi per i prodotti trattati. Ed è così che, nel 2011, ci siamo avventurati in questa realizzazione privata che è diventata un luogo "incantato" per tutti i clienti ma anche per i visitatori occasionali, oltre che un notevole volano per la nostra introduzione sul mercato delle pavimentazioni da esterno, in primis quelle in pietra naturale e oggi quelle in gres porcellanato ad alto spessore. Con l'ampliamento del 2016, Stone City offre oggi 5.000 mq di spazi espositivi organizzati in molteplici ambientazioni, oltre a 2.000 mq di esposizione di tutti i nostri pavimenti in gamma. Dieci anni fa nessuno avrebbe mai immaginato quello che sarebbe potuto diventare questo progetto, riuscito al meglio perché frutto di tanta passione e realizzato esclusivamente usando le forze lavorative interne, anche se il fatto di esser stati accompagnati in questa realizzazione dal paesaggista/architetto tedesco Gokan Gunyar è sicuramente uno dei punti chiave di questo risultato eccezionale. Stone City si trova inoltre in un sito strategico, nel cuore del nostro deposito di Bolgare (Bergamo). Il suo fronte sull'A4 tra Bergamo e Brescia è di tale impatto che è impossibile non notare la sua presenza percorrendo questa trafficata autostrada".



Leggi le altre interviste ai distributori italiani

*Anche la vostra ultima palazzina è di notevole impatto architettonico.*

“Sì, oltre alla sede storica nel comune di Zandobbio, che tutt’ora ospita gli uffici, ne abbiamo una nuova che chiamiamo ‘guardiola’ perché funge anche da entrata nel deposito di Stone City. Questa è il frutto di un concorso internazionale indetto nel 2018 per l’ampliamento futuro di Stone City su un’ulteriore area di 20.000 mq, a cui hanno partecipato ben 150 studi d’architettura di 12 nazioni diverse. Il progetto vincitore ha infatti iniziato a prender forma nel 2019 con questa palazzina, che è la prima delle due che verranno realizzate”.

*Che rapporto intercorre tra voi e i progettisti nelle fasi di esposizione e realizzazione?*

“Siamo una squadra di 4 fratelli e abbiamo la fortuna di averne uno Alberto (il quarto in ordine dopo Roberto, Nicola e me), molto capace nell’interazione con i progettisti a livello mondiale. È sempre lui che si occupa di questo aspetto, cercando di assecondarli al meglio nella scelta tecnica ed estetica dei materiali”.

*Chi sono i vostri principali clienti e la tipologia di progetto che va per la maggiore?*

“La nostra è una realtà veramente atipica per il mercato del gres porcellanato, per come siamo strutturati e perché trattiamo principalmente pavimenti da esterno. Tra le nostre realizzazioni ci sono alberghi, centri commerciali, sedi istituzionali, municipalità e residenze. I nostri clienti tipo sono i rivenditori specializzati in pavimentazioni e sono ormai distribuiti a livello mondiale su oltre 60 nazioni diverse. I progetti più frequentemente realizzati sono le terrazze delle singole abitazioni di dimensione variabile, anche se ci piacerebbe avere progetti prestigiosi tutti i giorni”.

*Quali sono i materiali più richiesti?*

“La ceramica sta sicuramente diventando il prodotto maggiormente richiesto per le pavimentazioni d’esterno, andando a recuperare quote di mercato di prodotti tradizionali come il cemento. In questo settore i formati più venduti sono sicuramente i prodotti da prezzo come il 60x60x2 cm, ma avendo a che fare con tanti progettisti riusciamo a vendere anche prodotti più particolari”.

*Com’è cambiato il ruolo del prodotto ceramico?*

“Con l’avvento del digitale tutto è cambiato, tant’è vero che non ci si può immaginare tra qualche anno come sarà il mercato, ad oggi sicuramente il gres è la soluzione migliore per chi cerca delle garanzie per realizzazioni di esterni. Noi da oltre 30 anni



La storica sede di Zandobbio

importiamo pietra naturale da tutto il mondo e nessuno avrebbe mai immaginato che la ceramica sarebbe stata in grado di imporsi in questo mercato con produzioni talmente fedeli da non poter quasi distinguere tra il prodotto naturale e quello industriale”.

*C’è stato un sorpasso della ceramica rispetto alla pietra?*

“Direi che ormai sono 4-5 anni che il gres ha superato la vendita della pietra naturale, e con il fatto che sempre più terrazze vengono realizzate con supporti galleggianti si tratta della soluzione migliore per questo tipo di applicazione”.

*Che tipologia di prodotti ceramici va per la maggiore?*

“Ad oggi la fanno da padrona le tonalità del grigio, anche se non esiste una regola, essendo una scelta, quella del pavimento, legata all’ambiente in cui viene applicato. Direi quindi che tutto si può vendere e che le vendite sono ripartite in quota paritaria tra gli effetti pietra/cemento/legno. Sicuramente il fatto che ci presentiamo al mercato mondiale con un prodotto 100% Made in Italy rappresenta un plus importante, e i nostri grandi clienti lo stanno riconoscendo sempre di più”.

*A suo avviso, quali potrebbero essere le caratteristiche tecniche da migliorare?*

“Il prodotto è qualitativamente perfetto, l’unica nota negativa che forse si può attribuire a questo fantastico prodotto può essere il fatto che, non assorbendo, permette all’acqua di defluire per pendenza o per evaporazione, ma questo a mio parere è pur sempre un vantaggio”