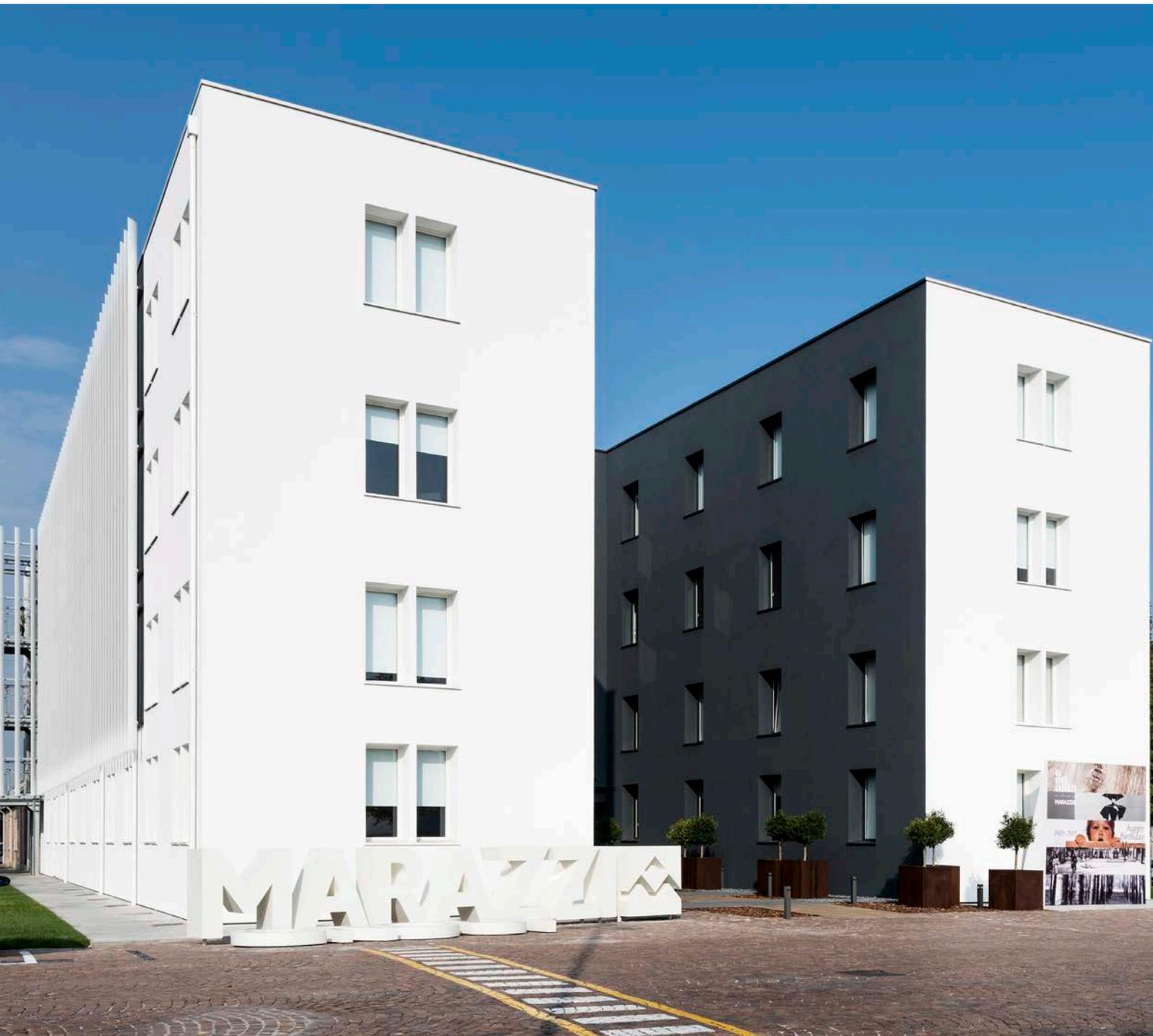


# Profil de l'entreprise



## Sommaire

<b>1. Marazzi Group aujourd'hui</b>	<b>page 3</b>
<b>2. L'histoire</b>	<b>page 4</b>
<b>3. Les produits : innovation, design et projets</b>	<b>page 18</b>
<b>4. Les valeurs</b>	<b>page. 21</b>

## 1. Marazzi Group aujourd'hui

### L'excellence dans le monde de la céramique

Marazzi Group est leader mondial dans la conception, la **fabrication et la commercialisation des carreaux en céramique et grès**. Présent dans plus de 146 pays, Marazzi est universellement reconnu comme synonyme de céramique de qualité pour le revêtement des sols et murs, et comme symbole du meilleur Made in Italy dans les secteurs de la décoration et du design.

Dans l'industrie des carreaux céramiques, c'est en effet à Marazzi, entreprise fondée en **1935** à Sassuolo, Modène, dans un endroit qui deviendra par la suite le berceau international des plus belles céramiques, que l'on doit les principales innovations de processus et de produit qui ont fait de l'entreprise et du district une référence dans l'univers de la céramique.

Les dispositions pour la **recherche** et pour l'expérimentation, la capacité à devancer les changements et les évolutions du résidentiel, de l'architecture et du **design**, le respect de l'environnement, le développement durable, l'**internationalisation** commerciale et productive, les investissements continus dans la **formation des personnes et dans le développement de l'entreprise**, tels sont les points forts qui ont permis à Marazzi Group de se hisser au sommet du secteur en Italie et dans le monde, ainsi que de conforter invariablement son leadership.

Avec sa **gamme unique de produits et services** allant des grandes dalles en grès de dernière génération aux petits formats de la tradition, des façades ventilées aux planchers surélevés, Marazzi Group constitue, à travers les marques **Marazzi et Ragno**, une référence dans le secteur de la céramique pour designers, architectes, entrepreneurs en construction, distributeurs, revendeurs et clients finaux.

Depuis 2013, Marazzi Group fait partie de **Mohawk Industries**, multinationale cotée à la Bourse de New York et leader mondial dans le secteur des revêtements de sol.

Ces cinq dernières années, Marazzi Group a déployé un important plan d'investissements pour l'**amélioration et l'augmentation de sa capacité de production et pour le développement de ses marques**. Ce plan a permis de doubler la superficie des usines de Fiorano Modenese et Finale Emilia, de requalifier les anciennes fabriques de Sassuolo et les laboratoires de recherche, de restructurer le siège par des nouveaux bureaux et showrooms, de restaurer et d'ouvrir au grand public le « Crogiolo », le bâtiment des années 30 dans lequel Marazzi a vu le jour, et d'inaugurer des flagship stores à Milan, Londres, Paris et Varsovie.

## 2. L'histoire

### Les origines

Marazzi Ceramiche voit le jour en **1935** à Sassuolo, province de Modène, dans une région connue depuis le XVII<sup>e</sup> siècle pour ses artisans de la terre cuite.

On raconte que le fondateur, Filippo Marazzi, implanta sa première usine de production en utilisant deux rangées parallèles de peupliers en guise d'éléments porteurs, fondant ainsi ce qu'on allait appeler l'« **usine en carton** » en raison de la précarité de sa structure. En réalité, c'était le début d'une entreprise qui, grâce à la meilleure technologie disponible, transforma, au fil des ans, le travail artisanal de la céramique en production industrielle moderne, avec des fours et des cycles de production à l'avant-garde pour l'époque.

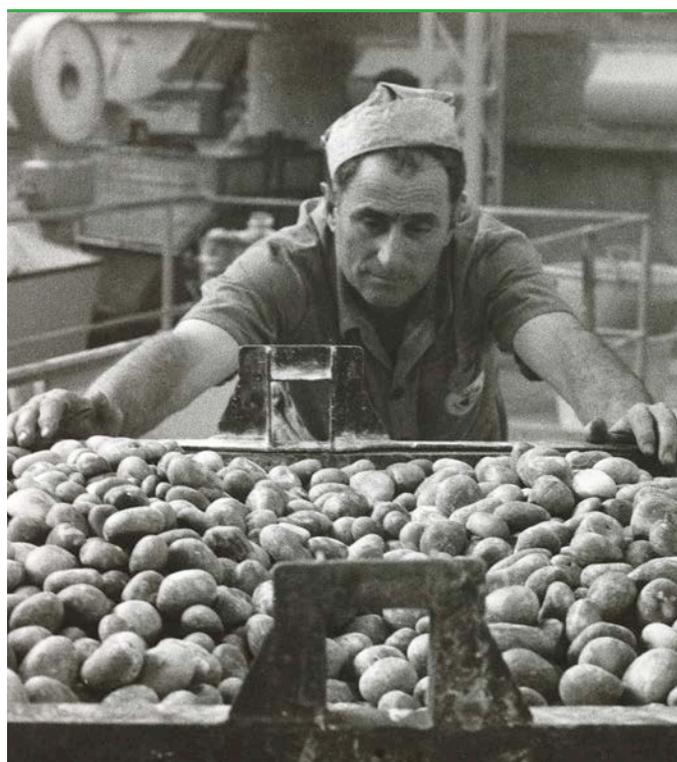
### Les années 40 et 50. La première extension

La collaboration avec **Venerio Martini**, peintre et céramiste, remonte déjà aux années 40. Avec cet artiste, l'entreprise entame un parcours de recherche esthétique et décorative sur le produit. Cette coopération se poursuit jusqu'à la fin des années 50 quand, sous la direction de **Pietro Marazzi**, l'entreprise connaît sa première extension significative en termes de dimensions et de mécanisation de la production, grâce à d'importants investissements dans les nouvelles technologies et à la recherche de solutions esthétiques révolutionnaires pour l'époque.

L'extension de la production permet à Marazzi de faire face à une demande croissante de carreaux pour les projets de reconstruction de l'après-guerre.

### Les années 60. Le carreau quatre fois courbe

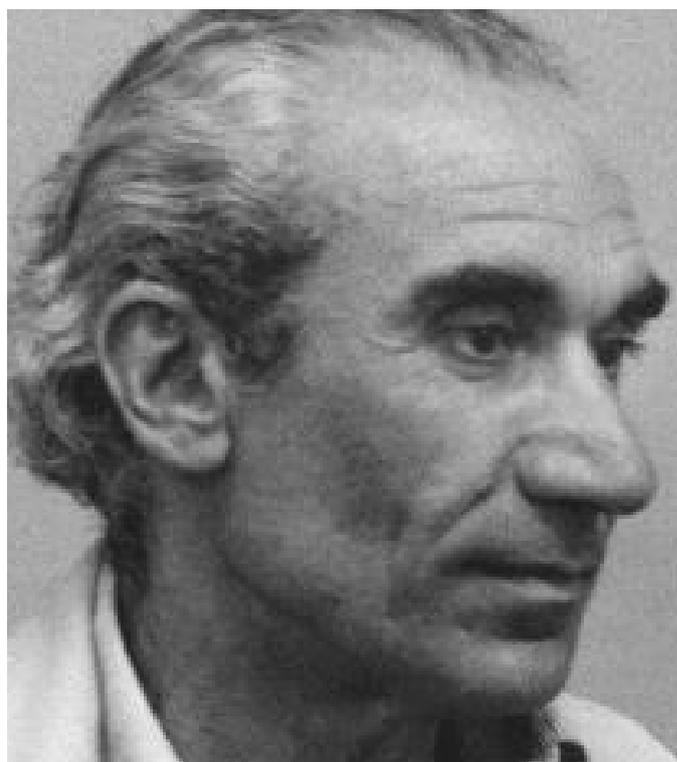
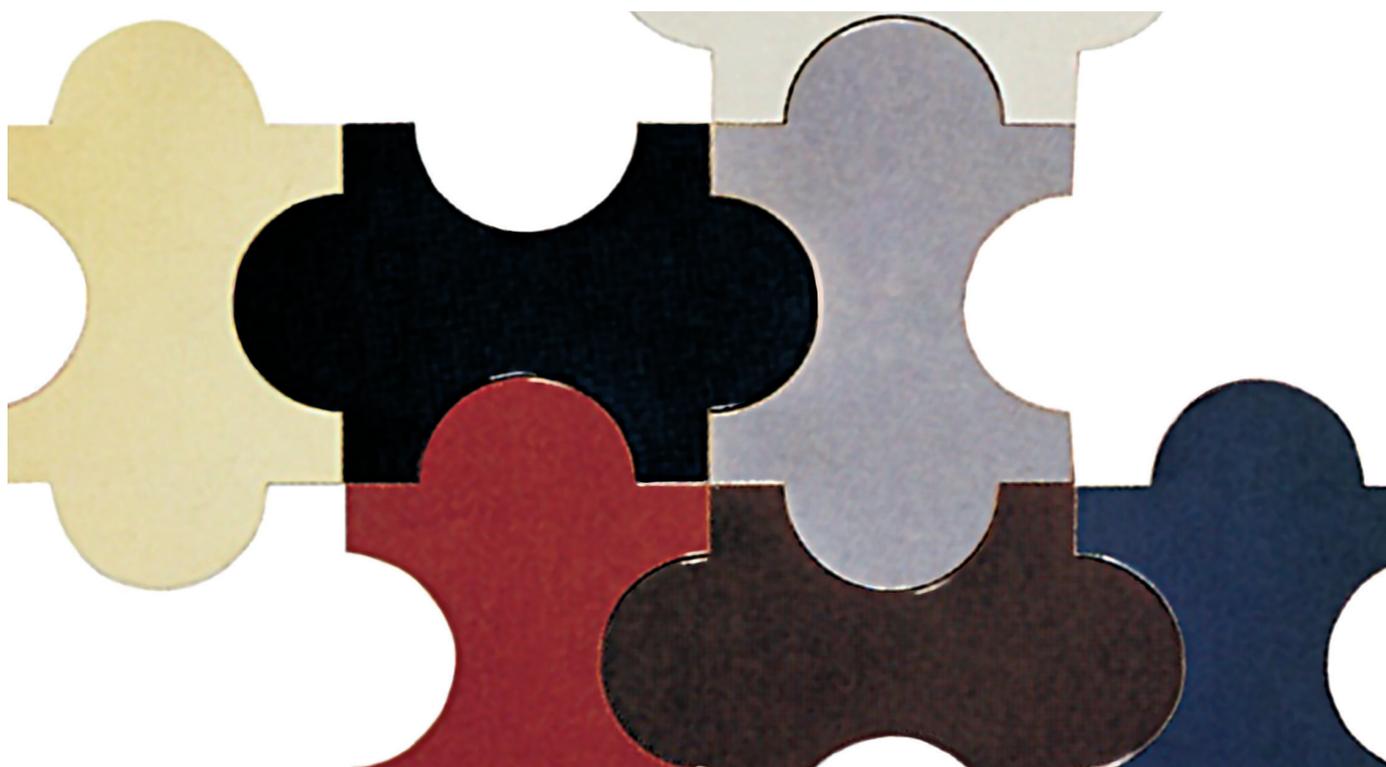
C'est vers la fin des années 50 que commencent le dialogue et la collaboration avec le monde de l'architecture. C'est, en effet, à cette époque que remonte le premier contact avec les architectes **Gio Ponti** et **Alberto Rosselli** qui créent le **carreau « quatre fois courbe »**, présenté en 1960 à la **Triennale** de Milan, lieu dont il porte le nom, dans le cadre de l'Exposition internationale des Arts décoratifs et industriels modernes. Dans les années 60 à Sassuolo, le district de la céramique se développe autour de Marazzi et de quelques autres fabricants, et plus de 100 entreprises céramiques ouvrent leurs portes.



1935 Les premiers ouvriers Marazzi à Sassuolo

ANNÉES 40 « Stella » de Venerio Martini

ANNÉES 50 Transport des galets pour le broyage des matières premières



**1960** Le carreau « quatre fois courbe », design par Gio Ponti et Alberto Rosselli, connu aussi sous le nom de « Triennale »

**1960** Portrait de Gio Ponti

**1960** Portrait d'Alberto Rosselli

## Les années 70. Les collaborations prestigieuses, la monocuisson rapide et le premier grand format

### Les collaborations prestigieuses

Les années 70 représentent une étape fondamentale pour l'essor de Marazzi, avec une évolution radicale du produit céramique, tant sur le plan esthétique que sur le plan technologique. Encore une fois véritable pionnier, Marazzi lance en 1970 la collection « **Alta Moda** » qui unit le « carreau » aux grands noms de la mode italienne et internationale. La céramique et les tissus prennent vie en partageant les couleurs et les décorations.

Le génie créateur d'illustres stylistes, comme **Biki, Paco Rabanne et Federico Forquet**, donne le coup d'envoi de collections qui révolutionnent les tendances en se rapprochant du principe du total look.

En 1974, **Nino Caruso**, artiste et sculpteur international, signe la collection « **Marazzi Forme** », le premier exemple d'industrialisation de modules céramiques en 3D qui transcendent le concept des revêtements sols et murs pour devenir une structure architecturale et un objet de décoration.

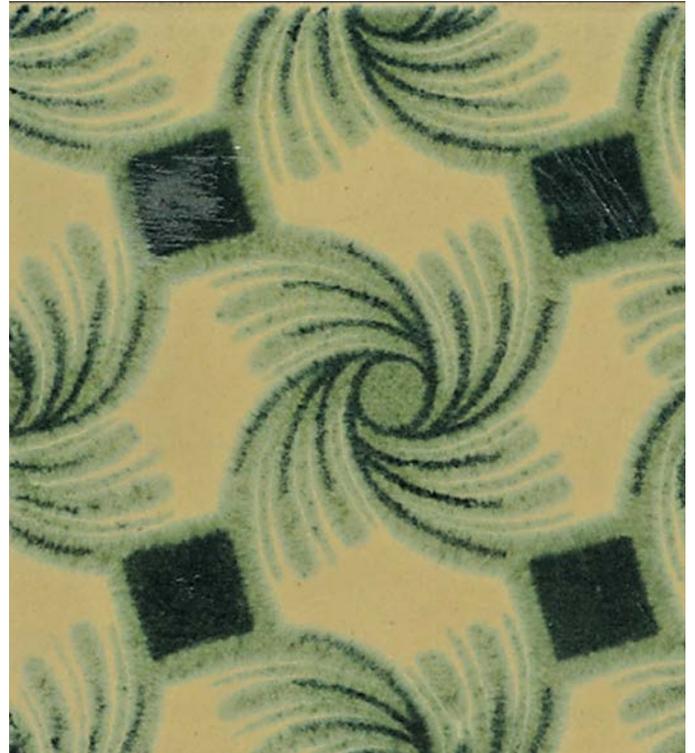
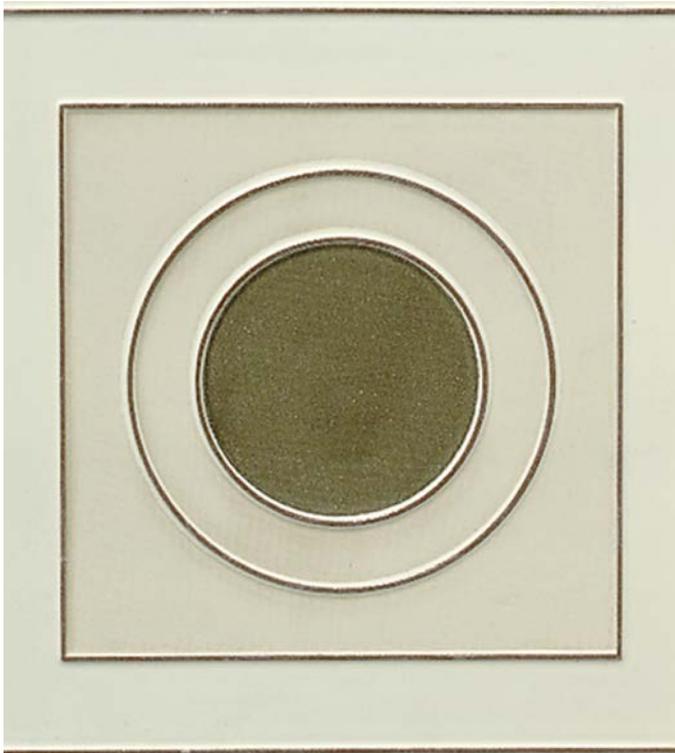
### Le brevet de la monocuisson rapide

En 1974, la vocation expérimentale encourage Marazzi à faire un vrai saut technologique avec le **brevet de « la monocuisson rapide »**, qui révolutionnera la production des carreaux céramiques et deviendra la méthode de production la plus répandue dans le monde.

La cuisson rapide et concomitante de la pâte et de l'émail de finition réduit le cycle de production **de 24 heures à 1 heure seulement**, baissant ainsi drastiquement la consommation énergétique tout en optimisant significativement la productivité. C'est le début d'une céramique plus « verte », plus résistante, plus technique et plus belle.

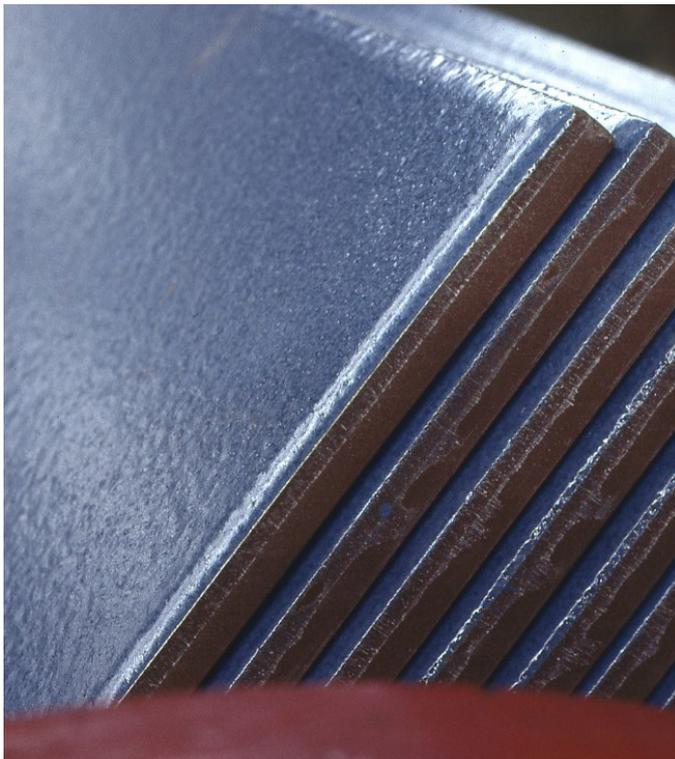
En 1975, **le premier grand format** pour sols (60x60 cm) voit le jour.

En 1977, **Gianni Berengo Gardin** photographie les nouvelles lignes de production Marazzi.



1970 Collection Alta Moda. « Bollo » design Biki

1970 Collection Alta Moda. Croquis design Paco Rabanne



1974 Collection Marazzi Forme, « Canne d'Organo » design Nino Caruso

1975 Campagne publicitaire « Marazzi sei grande » (Marazzi, t'es un grand)

1977 Carreaux céramiques fabriqués en monocuisson. Ph. Gianni Berengo Gardin

## Les années 80. L'internationalisation, le premier produit technique et le Crogiolo Marazzi

### L'internationalisation

En 1978, la direction de l'entreprise passe au fils de Pietro Marazzi, Filippo, avec lequel commence le **processus progressif d'internationalisation** de l'entreprise qui amènera le Groupe à devenir le principal producteur mondial du secteur. Après l'ouverture en 1982 des usines aux **États-Unis** et en **Espagne** dans le cadre de la stratégie de croissance, **Ceramiche Ragno** est racheté en 1989. Il s'agit du second opérateur du marché italien et l'un des principaux acteurs, avec Marazzi, de l'essor et de la diffusion de l'industrie céramique italienne dans le monde.

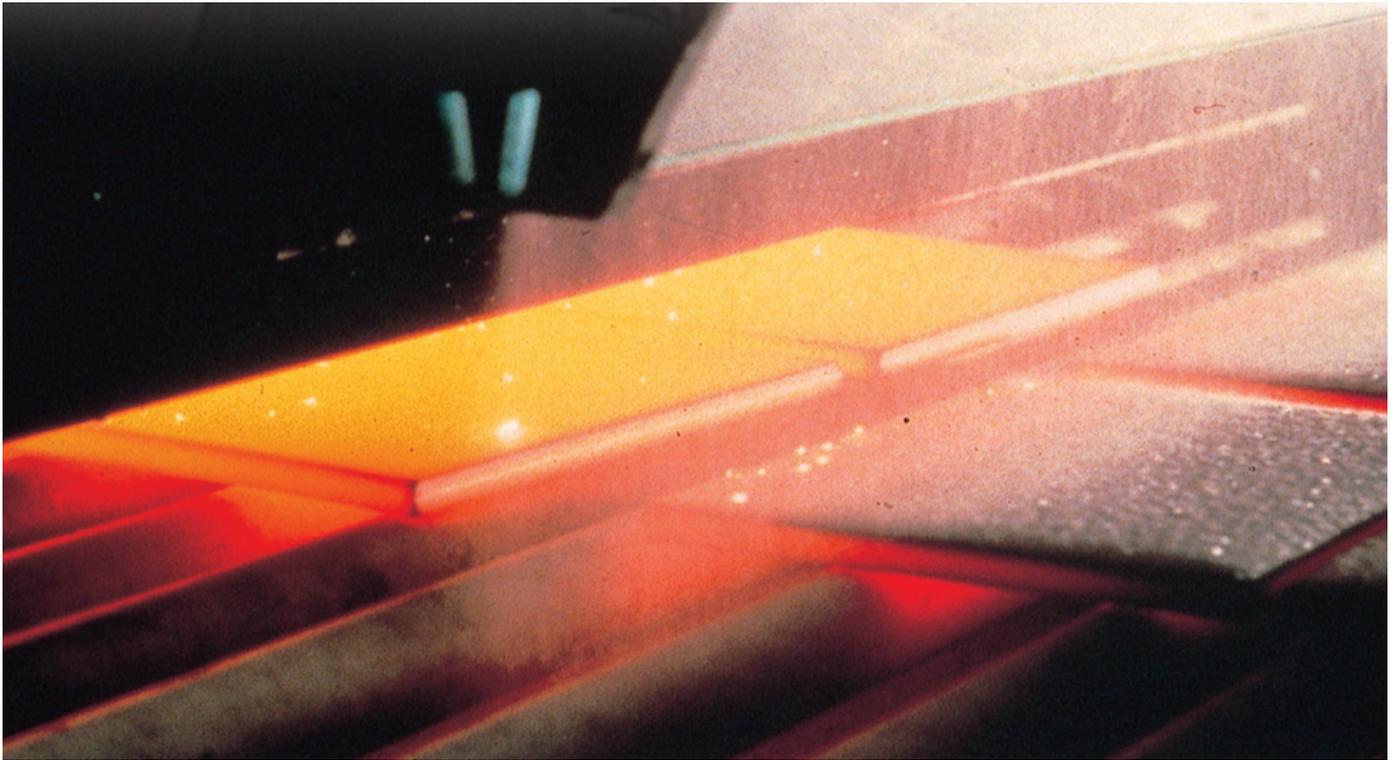
### Le brevet Enduro

Sans cesse axée sur la recherche de nouvelles solutions, l'entreprise Marazzi révolutionne encore une fois tout le secteur en poussant plus loin la qualité technologique et esthétique de la céramique. En 1985, elle brevète « **Enduro** », le premier produit technique qui garantit une performance excellente en termes de dureté et résistance. Les nouvelles caractéristiques techniques donnent aux carreaux des applications supplémentaires : résistants et antidérapants, ils peuvent être posés pour la première fois sur les sols des lieux publics exposés à un trafic intense et à une forte usure, comme gares, hôpitaux, rues et places.

### Le Crogiolo Marazzi

Le **Crogiolo Marazzi** est le centre de recherche ouvert dans les années 80 pour accueillir des architectes, designers, artistes et photographes de réputation internationale, invités à donner au produit céramique une interprétation libre et originale. Le Crogiolo voit la création des « **Sperimentazioni** » Marazzi, des carreaux d'auteur signés par **Roger Capron, Amleto Dalla Costa, Original Designers 6R5, Saruka Nagasawa, Robert Gligorov** et photographiés par **Luigi Ghirri, Cuchi White et Charles Traub**.

Récemment restructuré dans le cadre d'un minutieux projet de conservation-restauration, le Crogiolo, unique témoignage architectural de la première implantation industrielle de Marazzi dans les années 30, est aujourd'hui un centre culturel ouvert aussi au grand public.



1985 Marazzi brevète « Enduro »

1980 « Donna col cappello » design Amleto Dalla Costa

1980 Luigi Ghirri pour Marazzi

## Les années 90. Les couleurs et l'architecture

La céramique commence à se spécialiser dans les grands travaux publics, comme les métros, les aéroports et les grandes surfaces commerciales. À cette époque, l'attention se porte sur le projet d'architecture, où les nouvelles solutions en céramique trouvent un champ d'application, comme les façades ventilées et les planchers surélevés. L'entreprise instaure Marazzi Tecnica dans ces années-là pour mettre à la disposition des architectes et des designers, des matières céramiques pour surfaces verticales exposées à fortes contraintes et pour surfaces horizontales à passage intensif. Simultanément, la recherche sur la couleur se dote d'une nouvelle autonomie et importance : c'est le début de collections d'une extraordinaire variété et profondeur chromatique, comme « **I Colori Marazzi** », qui sont utilisées à l'occasion de la Coupe du Monde de football Italie 90 pour requalifier et barder la **Torre Arcobaleno** de Milan.

## Les années 2000. Les grandes dimensions et les nouveaux marchés

À partir des années 2000, la recherche du Groupe Marazzi se concentre non seulement sur les **dimensions des dalles** qui ont tendance à devenir de plus en plus grandes, tout en maintenant une très grande qualité technique, mais également sur les nouvelles finitions. Avec ses exclusives **technologies numériques** de pointe, Marazzi optimise davantage l'esthétique de ses produits pur aboutir, en 2009, à la production du premier grès effet bois naturel « **Treverk** », qui lui vaut la première place sur le segment de marché, et qui renouvelle l'application de la céramique de qualité Made in Italy.

En 2011, « **Soho** », le premier grès tridimensionnel reçoit la **Mention d'honneur Compasso d'Oro ADI** - le plus prestigieux prix dans le domaine du design - et intègre la Collection historique du Prix Compasso d'Oro.

Tout en poursuivant sa recherche sur le process et sur le produit, Marazzi s'empare de nouveaux marchés en inaugurant des bureaux commerciaux au **Japon** et dans les **Émirats arabes**. En 2004, la première pierre d'un nouvel établissement à **Moscou** est posée, et en 2005, l'entreprise rachète le **groupe Welor Kerama**, leader de marché en **Russie**. Ces opérations coïncident avec son arrivée sur le marché des capitaux.



**1990** Marazzi réalise le revêtement de la Torre Arcobaleno - projet Original Designers - avec « I Colori Marazzi »

**2009** Collection « Treverk » de Marazzi, le premier grès effet bois naturel

**2011** Collection « Soho » de Marazzi, Mention d'honneur Compasso d'Oro ADI

## **Mohawk Industries et les investissements récents**

Au mois d'avril 2013, Marazzi Group intègre **Mohawk Industries**, leader mondial dans le secteur des revêtements de sol, multinationale implantée en Géorgie (États-Unis) et cotée à la Bourse de New York (NYSE) qui rachète la totalité de l'entreprise et devient le numéro un dans l'industrie de la céramique à l'international. C'est le départ d'un colossal plan d'investissements axé sur l'amélioration et sur l'augmentation de la capacité de production, ainsi que sur le développement de la gamme de produits et des marques. En moins de 5 ans, ce plan entraîne l'optimisation technologique de toutes les usines du Groupe Marazzi en Italie et en Europe, le rachat d'Emilceramica, la restructuration du siège historique de Sassuolo et l'ouverture de showrooms à Milan, Londres, Paris et Varsovie.

## **Les nouveaux sites de production et le Laboratoire R&D**

Le nouvel **établissement de Fiorano Modenese** est inauguré en septembre 2015. La nouvelle structure double la capacité de production du site, passant de 4 à environ 9 millions de mètres carrés par an de grès cérame de haute qualité, grâce à des nouvelles presses, à des nouveaux fours et à l'adoption de technologies d'avant-garde pour la décoration numérique, la coloration, la rectification, le contrôle qualité, la manutention et l'emballage du produit céramique. La conception des nouveaux sites repose sur les technologies italiennes de dernière génération, y compris au niveau de la durabilité environnementale.

L'**usine de Finale Emilia**, endommagée par le tremblement de terre de 2012, est restructurée selon les réglementations parasismiques les plus strictes et agrandie avec la construction de nouvelles lignes de production à l'avant-garde de la technologie. Au cours de l'année 2016, des nouvelles constructions doublent la capacité de production de grès cérame sans aucune hausse des émissions dans l'environnement.

Le **nouveau Marlit** est présenté en septembre 2018. En unissant deux unités de production déjà présentes, le Marlit se déploie sur une superficie de plus de 50 000 mètres carrés au sein de l'historique site industriel de Marazzi à Sassuolo, avec des nouvelles lignes de production qui, de l'atelier des matières premières au secteur d'emballage, s'étendent sur une longueur de plus d'un kilomètre et demi. Cette usine est spécialisée dans la production de grès cérame technique de première qualité, de grès numérique et de grès de grande épaisseur. Sa capacité de production s'élève à environ 9 millions de mètres carrés par an.

En Italie et en Europe, les nouvelles structures et l'optimisation des lignes de production reposent sur l'emploi des toutes dernières technologies italiennes en céramique. Celles-ci garantissent des produits d'une qualité technique et esthétique irréprochable et le plus grand respect de l'environnement, avec des systèmes de récupération de la chaleur, des eaux et des déchets de production et avec des systèmes de pointe pour la sécurité et l'ergonomie des lieux de travail.

Les investissements concernent non seulement la modernisation des lignes de production, mais aussi la **requalification complète des laboratoires R&D**, où se produit toute l'activité de recherche sur les matières premières, les pâtes, les colorations et les graphiques afin de mettre au point les prototypes qui seront ensuite industrialisés. C'est également à cet endroit que sont exécutés les essais les plus rigoureux pour garantir au produit les performances techniques maximales.

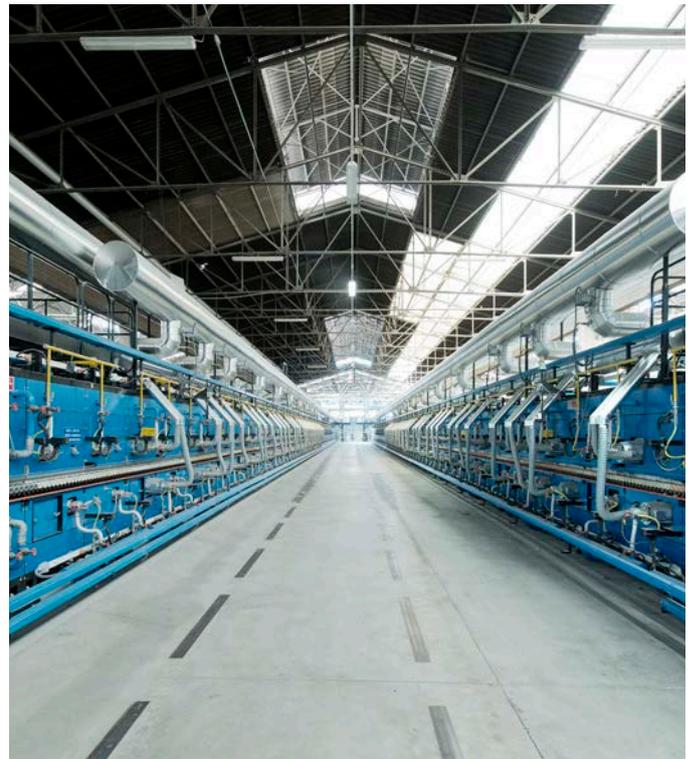
Les nouveaux laboratoires couvrent une superficie de plus de 3 000 mètres carrés à l'intérieur et de 1 000 mètres carrés à l'extérieur. Les grands espaces lumineux sont divisés par des baies vitrées pour encourager la collaboration et l'échange d'idées et d'informations, témoignant de la légendaire culture du Groupe Marazzi sur la recherche et l'innovation.

### **Le siège, les showrooms et le Crogiolo Marazzi**

Le **siège de Sassuolo**, où travaillent aujourd'hui plus de 900 personnes, fait l'objet d'un important plan de récupération et de restructuration qui concerne, d'après un projet signé par l'architecte Gianluca Rossi, tous les bâtiments donnant sur Via Regina Pacis, siège historique de l'entreprise, l'immeuble administratif et les nouveaux showrooms Marazzi et Ragno consacrés aux produits. Le plan implique également la conservation-restauration du **Crogiolo**, le site le plus ancien de Marazzi, référence historique de la première implantation industrielle des années 30, devenu dans les années 80 le centre de recherche dont le nom (Crogiolo, creuset en français) dérive de l'expérimentation des artistes, architectes, designers et photographes invités à interpréter librement le produit céramique. Le centre abrite aujourd'hui des événements et est un lieu de culture ouvert à la ville.

### **Les flagship stores**

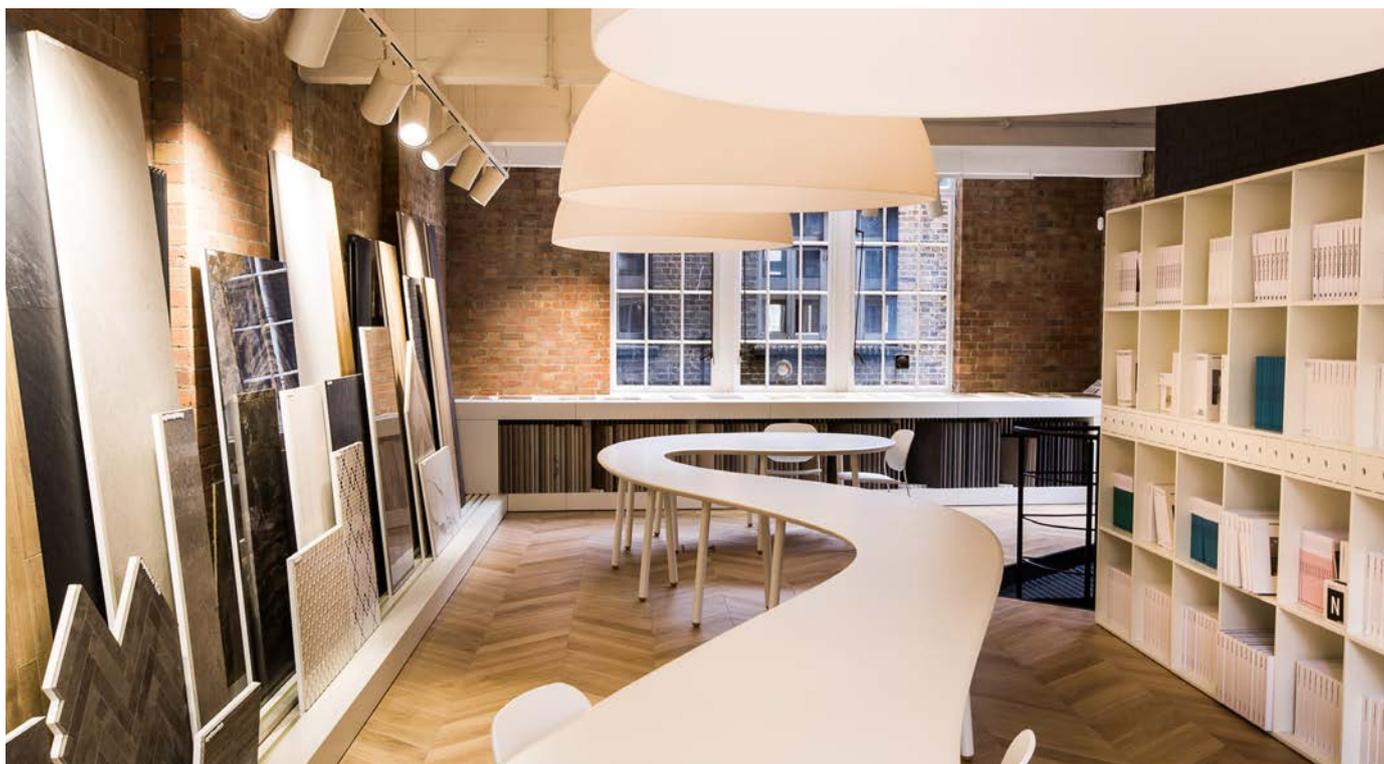
Pour continuer à affirmer le positionnement de l'entreprise dans la communauté internationale d'architectes et de décorateurs d'intérieur, le plan de développement inaugure, dans les 5 dernières années, des flagship stores à **Milan**, sur la rue du design Via Durini, à **Londres**, au cœur de Clerkenwell, à **Paris** à Saint-Germain-des-Prés et à **Varsovie**, où les designers, distributeurs, revendeurs et particuliers peuvent trouver des conseils professionnels pour choisir et poser les produits céramiques.



**USINE DES GRANDES DALLES.** Vue de la ligne de production « Continua+ »

**USINE MARLIT SASSUOLO.** La nouvelle presse « PH 10000 »

**USINE FIORANO MODENESE.** Vue des fours



**SHOWROOM MARAZZI À LONDRES.** Premier étage

**MARAZZI CROGIOLO.** Vue extérieure

**SHOWROOM MARAZZI À PARIS.** Premier étage

## 3. Les produits : innovation, design et projets

### La gamme de produits

Aujourd'hui, les **carreaux en céramique et grès** sont utilisés sur les sols et les murs résidentiels et, en raison de leurs extraordinaires caractéristiques techniques et esthétiques, ils le sont également dans les espaces publics et dans les grands ouvrages d'architecture.

Marazzi Group propose plus de 10 000 produits pour satisfaire aux exigences du monde résidentiel et du design contemporain : grès cérame, grès cristallisé, monocuisson et mosaïques, disponibles en plusieurs formats - des plus petits et des classiques aux grandes dalles 162x324 cm - en plusieurs couleurs, épaisseurs et finitions. Le portefeuille produits, pour le particulier et pour le professionnel, présente une variété hors pair, y compris des carreaux muraux légers et fins, des carreaux de sol en grès technique de grande épaisseur pour l'extérieur. Les produits du Groupe Marazzi, destinés aux différents segments de marché, multiplient les combinaisons et les solutions esthétiques, et ils représentent une référence consolidée pour les designers, les entreprises du bâtiment, les distributeurs et les consommateurs.

### L'innovation et le design

Pour Marazzi, l'innovation produit est avant tout la recherche esthétique et technologique. Cette philosophie lui a permis de se distinguer. En effet, Marazzi est la première entreprise à ressentir le besoin de qualifier le carreau céramique en le transformant en objet de décoration et d'instaurer des collaborations d'excellence avec des grands noms de l'architecture et du design.

Depuis ses toutes premières collaborations avec les architectes Gio Ponti et Alberto Rosselli qui dessinent en 1960 le carreau « quatre fois courbe », qui est passé dans l'histoire du design sous le nom de « Triennale », Marazzi n'a cessé de tirer profit de collaborations phares en associant son produit à d'importantes griffes de la mode et de l'architecture, et d'investir dans des laboratoires internes de recherche pour étudier les tendances régnant dans les différents pays et pour mettre au point des produits exclusifs, qui ont d'ailleurs reçu d'importants prix dans le domaine du design.

La conception et le design des produits sont coordonnés et dirigés par le Centre de style Marazzi. Le processus de recherche consiste à analyser les tendances de marché et les goûts du public, de sorte à percevoir les besoins consommateurs et à les traduire en solutions de style et en caractéristiques techniques. En parallèle, les techniciens du laboratoire expérimentent les formes, les surfaces, les couleurs et les décorations, puis les traduisent en prototypes pour l'industrialisation.

Parmi les nombreux prix et distinctions décernés aux produits ces dernières années :

- **German Design Award 2018** – Collection Powder ;
- **Archiproducts Design Awards 2017** – Collection Grand Carpet design Antonio Citterio Patricia Viel ;
- **Best of Category by Archiproducts Design Awards 2016** – Collection Powder ;
- **Ceramics Design Award 2015** – Collection Materika ;
- **Mention d'honneur Compasso d'Oro ADI 2011** – collection Soho ;
- **ADI Design Index 2009** – collection SistemA.

## Les projets

Le Groupe Marazzi propose en premier des céramiques à haute performance technique et agrandit les champs d'application de cette matière aux grands chantiers en certifiant ses produits et systèmes. La division **Marazzi Solutions** offre au monde de la conception et de la construction ses conseils techniques et ses solutions clés en main pour la pose du produit céramique dans les grands projets extérieurs (revêtements de sol, restructuration et construction de façades ventilées, éléments d'aménagement urbain) et dans les projets intérieurs (revêtements muraux et revêtements de sol, y compris planchers surélevés, bâtiments commerciaux et industriels, aéroports, écoles, hôpitaux).

Parmi les projets récents, dont la plupart portent la signature d'illustres bureaux d'architecture, citons :

- **NH Hoteles Fiera Milano** - Milan, Italie - **DPA Associates**
- **Quartier général « Il Cielo »** **IGuzzini** - Barcelone, Espagne - **Studio Mias**.
- **Gare maritime de Salerne « l'Huître »** - Salerne, Italie - **Zaha Hadid Architects**.
- **Ex Area Martinelli** - Sondrio, Italie - **Antonio Citterio Patricia Viel and Partners**
- **Cracco in Galleria** - Milan - **Studio Peregalli**.



**GARE MARITIME DE SALERNE** Zaha Hadid Architects - toiture en grès cérame cristallisé

**QUARTIER GÉNÉRAL « IL CIELO »** IGUZZINI Studio Mías - plancher surélevé

**EX AREA MARTINELLI** Antonio Citterio Patricia Viel and Partners - façade ventilée

## 4. Les valeurs

Respect de l'individu, esprit d'innovation, qualité et respect de l'environnement : ce sont les valeurs qui expriment la vision d'entreprise du Groupe Marazzi.

### **Les individus**

Les individus, leurs connaissances, leurs expériences et leurs compétences sont depuis toujours la ressource centrale pour l'essor et pour la croissance du Groupe Marazzi. Le **Code éthique de Marazzi Group** engage l'entreprise à respecter la dignité des individus, la vie privée, les droits de l'enfance, ainsi qu'à mettre en place une politique industrielle écologique.

L'entreprise encourage la **formation** et la valorisation continue de ses employés en vue de leur développement professionnel, et elle investit d'importantes sommes d'argent dans les nouvelles technologies et les nouveaux équipements. Le **Centre de formation Pietro et Maria Marazzi** met à disposition plus de 1 000 mètres carrés pour la réalisation d'activités de formation adressées à l'ensemble du personnel : environ 15 000 heures par an consacrées au développement, à la sécurité et à la formation technique de tous les employés.

Le respect de l'individu passe aussi par des interventions modernes et révolutionnaires en termes de bien-être au travail, primes d'objectif et flexibilité professionnelle.

Pour la seconde année consécutive, Marazzi Group est certifié **Top Employer**.

Le Top Employers Institute est une organisation internationale indépendante qui examine, analyse et certifie les conditions de travail dans différents secteurs de l'entreprise : Développement des Talents, Planification, Formation, Culture d'entreprise, Bien-être au travail.

En 2018, Marazzi Group a certifié par le référentiel **OHSAS 18001** son engagement pour l'amélioration continue et pour la participation directe de tout le personnel dans le système de management de la santé et de la sécurité au travail.

### **L'innovation et la qualité**

Sur le marché mondial de la céramique, Marazzi Group est depuis longtemps une référence en raison de son leadership technologique, fruit d'une continue et incessante recherche esthétique, et en raison de ses solutions d'avant-garde au niveau du produit et du processus.

L'utilisation des « fours à tunnel » dans les années 50, le brevet révolutionnaire de la monocuisson (devenue par la suite le processus de production le plus répandu dans le monde) et les premiers grands formats dans les années 70, le brevet « Enduro » dans les années 80 qui a amplifié les performances techniques et les destinations du produit céramique, le brevet du grès cristallisé SistemA : ce sont toutes des étapes fondamentales d'une histoire R&D cultivée non-stop depuis des dizaines d'années. Aujourd'hui, non seulement le Groupe Marazzi possède des dizaines de brevets, mais il peut aussi compter sur des systèmes de production sophistiqués, en mesure de garantir une productivité supérieure à la moyenne du secteur, et sur des nouvelles technologies, expérimentées en premier par le Groupe, qui garantissent une très grande qualité, la protection maximale de l'environnement et une plus grande flexibilité de production.

## 4.3. L'environnement

Tous les produits **respectent l'environnement**. En effet, Marazzi Group a contribué à transformer l'industrie de la céramique en **production à cycle fermé** afin de limiter la consommation des ressources naturelles, de réduire l'impact sur l'environnement, de contrôler la gestion des déchets, d'optimiser la consommation énergétique et de recycler les eaux industrielles.

Pour consommer moins d'énergie, le Groupe a équipé ses établissements de centrales de cogénération qui permettent de produire de façon autonome à peu près 75 % de l'énergie nécessaire et de préparer les matières premières.

Une longue série de **certifications et prix** prouve la sensibilité envers la qualité du produit et envers l'environnement, à commencer par la Certification ISO 9001 du système de management de la qualité, première entreprise du secteur à l'obtenir en 1994, et par la Certification ISO 14001 du système de management environnemental en 2003.

Certaines collections sont certifiées Ecolabel, le label écologique de l'Union européenne qui distingue les produits caractérisés par une réduction de leur impact environnemental. D'autres, en raison de leur contenu recyclé, remplissent les critères de la certification LEED® (Leadership in Energy and Environmental Design) pour une construction durable.

Marazzi Group évalue aussi les impacts de ses produits sur l'environnement pendant tout leur cycle de vie, depuis l'extraction et la transformation des matières premières jusqu'à la récupération des déchets de démolition. Les résultats de cette analyse du cycle de vie (ACV) sont publiés dans la Déclaration environnementale de produit (DEP).



MARAZZI EST TOP EMPLOYER 2017. Page publicitaire

MARAZZI CENTRE DE FORMATION PIETRO ET MARIA MARAZZI. Salle Triennale

MARAZZI PEOPLE. Atelier de triage, usine Marlit, Sassuolo

