

LOGHI



LOGHI





IMMAGINE COORDINATA



Caffè Pasticceria Palumbo:
logo, insegne, biglietti, menu,
etichette, locandine.

Pasticceria Gelateria Palumbo:
insegna, totem segnaletici,
biglietti



IMMAGINE COORDINATA



Caffè Pasticceria Palumbo:
logo, insegne, biglietti, menu,
etichette, locandine.

Pasticceria Gelateria Palumbo:
insegna, totem segnaletici,
biglietti



EDITORIA: RIVISTE



"Molius agrorum Estuati. Pompa formosae agris par-
simonia casti, iam crebris amputat locustis collibus.
Fragilis aprovis locale necesse est petrosus carthago,
et orator regere poterat consumptis vasa duri rursi."

"Two towers below the Macchioni, but Santa Clara
perished maps, yet the progressive casti laughed.
Limestone slightly (damp) sheep: toward the desolation,
and two television glasses."

ECOLOGIA + GEOBIOLOGIA



Genius loci

Two towers below the Macchioni, but Santa Clara perished maps, yet the progressive casti laughed. Limestone slightly (damp) sheep: toward the desolation, and two television glasses.



Genius loci



Genius loci

PROFLO / PROFILE

"Molius agrorum Estuati. Pompa formosae agris par-
simonia casti, iam crebris amputat locustis collibus.
Fragilis aprovis locale necesse est petrosus carthago,
et orator regere poterat consumptis vasa duri rursi."

"Two towers below the Macchioni, but Santa Clara
perished maps, yet the progressive casti laughed.
Limestone slightly (damp) sheep: toward the desolation,
and two television glasses."

1

Per tutta l'estate le principali località della riviera emiliano-romagnola hanno ospitato eventi, spettacoli, iniziative e degustazioni targate "Emilia-Romagna è Un Mare di Sapori". L'obiettivo era, ancora una volta, far conoscere il patrimonio di eccellenze enogastronomiche della nostra regione, che vanta il primato europeo di prodotti certificati: 26 DOP e Igp, 20 Denominazioni e DOP. Ma non solo: l'Emilia-Romagna ha anche 15 "Strade dei vini e dei sapori", 15 prodotti Slow Food e più di 200 prodotti tradizionali iscritti nell'elenco ministeriale. Un patrimonio di valori, tradizioni, stretto legame con i territori, una grande risorsa culturale e un importante elemento di attrazione turistica.

E ancora, i mesi scorsi hanno visto il successo dei vini dell'Emilia-Romagna alla 29ª London International Wine Fair* a Sofia, Orléans, Parma dove, a fine giugno, nell'ambito di Debiandini, si è svolto un workshop che ha visto la presenza operativi di 12 Paesi stranieri e di una cinquantina di imprese emiliano-romagnole del settore alimentare. Una nuova importante opportunità per far conoscere anche all'estero i vini di qualità dell'Emilia-Romagna è stata poi quella offerta dall'Unione Europea, che ha assegnato alla Regione Emilia-Romagna, per la campagna 2008-2009, un milione e 800 mila euro per cofinanziare progetti di promozione, informazione e pubblicità dei nostri vini di qualità sui mercati extra-regionali.

Una volta autunnali si presentano come un'occasione ideale per viaggiare, magari nei week end, alla scoperta di questo nostro patrimonio enogastronomico.

In questo numero:

- Aceto balsamico tradizionale di Modena DOP e di Reggio Emilia DOP
- Culatello di Zibello
- Intervista allo Chef
- L'Albana di Romagna



L'aceto balsamico di Modena e Reggio Emilia dop

SCOPRIRE I SEGRETI DI UN PROCEDIMENTO LABORIOSO E LUNGO ANCHE 25 ANNI



ACETO BALSAMICO DI MODENA IN CIFRE

Zona di produzione: Provincia di Modena e Reggio Emilia.

Numero aziende: 62, delle quali la maggior parte di dimensioni artigiane o semi-artigiane.

Volume produttivo: il prodotto ha mostrato una crescita dei volumi a due cifre per circa un ventennio.

Valore di mercato: si stima che il valore di mercato dell'Aceto Balsamico di Modena si aggiri (2008) intorno ai 200 milioni di euro. Nel 2004 Normina aveva calcolato che con un turnover (relativo al 2002) di 200mila euro, l'Aceto Balsamico di Modena si sarebbe collocato al 10° posto per valore di mercato tra tutti i prodotti del paese (DOP/IGP) italiano, a ridosso della Bresola della Valtellina.

Casale a prezzi al pubblico: il prodotto è tipicamente veicolato sugli scaffali della grande distribuzione. Esiste anche un consumo nel canale della ristorazione. Per quanto riguarda i prezzi, si va da 3 a 60 euro al litro al pubblico.

Export: il prodotto è tra i più vocati al export del ragionieramento italiano. La sua percentuale di esportazioni è pari al 10%.

Strutture cooperative: esistono tre differenti associazioni di produttori che si occupano della promozione e tutela del prodotto: Consorzio Aceto Balsamico di Modena (CABM), Consorzio Produzione Certificata Aceto Balsamico Modenese (CPC ABM), Consorzio Promotori Dipendenti Aceto Balsamico Tradizionale (CPABM).

Dopo 15 anni di attesa, l'Aceto Balsamico di Modena ottiene l'apposita Indicazione geografica protetta (Igp). Il verdetto è giunto dal Comitato permanente per le Indicazioni geografiche e le Denominazioni di origine protetta della Commissione Europea, per bocca di Michael Maini, il portavoce della Commissione europea all'Agricoltura e Pesca. Il verdetto è giunto dai 27 Stati membri dell'Unione europea, a eccezione della Francia che si è astenuta, si sono espressi a favore del provvedimento. In questo numero di Avvenimenti E-R, Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Aceto Balsamico di Modena, uno dei due Consorzi (l'altro è il Consorzio produzione certificata Aceto Balsamico Modenese) che per anni si sono battuti per ottenere il marchio Igp, spiega come si è arrivati all'aggiunto riconoscimento. Con l'Igp e il DOP (denominazione di origine protetta) ottenuta nel 2002 per l'Aceto Balsamico Tradizionale, il prestigio "con aerei" di Modena è ora completamente trinito. Alle limitazioni che l'hanno assediato sia sul fronte nazionale che internazionale da diversi anni. Oggi l'Aceto Balsamico di Modena è uno dei prodotti di punta dell'agroalimentare di qualità italiano. Un simbolo del made in Italy del mangiare bene italiano, con sempre più estimatori in tutto il mondo come dimostra il numero di visitatori in costante del Museo dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Spilamberto.



Intervista allo Chef ferrarese Igles Corelli

DAL RISTORANTE "LA LOCANDA DELLA TAMEICE" OSTELLATO (FE)



MILLEFIOGIE DI VERDURE ALL'OLIO

Per 4 persone

Ingredienti
100 g di fave spollate
2 pomodori maturi
3 zucchine
2 patate di media grandezza
2 cipollotti, 2 carciofi
10 asparagi scottati
erbe aromatiche (timo, maggiorana e 2/3 foglioline di menta)
sale grosso
olio extravergine d'oliva

Preparazione
Tagliare a velo le patate e tuffarle per 4 minuti in acqua in ebollizione salata. Ripetere l'operazione con le zucchine affettate e le carote. Tuffare anche i pomodori in acqua per 2 minuti; poi spogliarli, eliminare i semi e tagliarli a fettine sottili. Tritare le aromatiche con un pizzico di sale grosso. Foderare con pellicola gli stampi monoporzione e distribuire le verdure a strati aromatizzandoli, tra uno strato e l'altro, con le aromatiche.

Igles Corelli è uno Chef importante e famoso e un punto di riferimento della gastronomia italiana. La sua simpatia e la sua bravura ci hanno condotto a tal punto che abbiamo fatto a gara per intervistarlo.

Igles, quando e come hai deciso di dedicarti alla gastronomia? Di diventare chef, prima la scuola alberghiera e dopo il ritorno dal militare, ho lavorato nel ristorante di famiglia, poi ho deciso di partire imbarcato sulle navi da crociera che fanno rotte ai Caraibi: quell'esperienza è stata determinante per la scelta che ho fatto.

Corelli, tu sei uno Chef apprezzatissimo, ma come vorresti essere definito dalla stampa e dai tuoi colleghi? Vorrei essere considerato un professionista che esprime al meglio la cucina del territorio dove vive e dove è nato.

Sei nato ad Argenta in provincia di Ferrara e non ti sei allontanato, infatti hai aperto un bellissimo ristorante a Ostellato in un'isola fantastica di straordinaria bellezza. Un professionista come te avrebbe potuto andare in una grande città dove, magari, avrebbe avuto meno difficoltà a diventare un Chef celebre e famoso. Perché hai scelto di continuare a lavorare dove sei nato?

Si, certo, forse in città avrei fatto meno fatica, ma quando parlo delle navi, mi sembra di rivedere mia nonna in banca che prima è un'angela, e i profumi e i colori che sono i volti suoi e irripetibili: quella è una sensazione che nessuna città mi potrebbe mai regalare, non importa i servizi fatti, perché sono frutto di una amore profondo che nasce per questo territorio.

Endre la mia cucina non avrebbe senso in una grande città. Qui a Ostellato ho un orto-giardino, dove coltivo tantissime erbe aromatiche e fiori che sono gli ingredienti essenziali per la mia cucina e solo qui ho ragione di esistere.



Oltre 70 tipologie di vini in tutta la Regione

E L'ALBANA DI ROMAGNA È LA DOP/IGP PIÙ ANTICA D'ITALIA

In Emilia Romagna anche i vini non sono da meno. Dalle colline di adriatici da Piacenza a Rimini si contano oltre 70 tipologie di vini, riconosciuti nelle 20 zone DOP. E c'è anche una DOP, l'Albana di Romagna, famosa perché è la DOP bianca più antica d'Italia. Nelle schede delle Strade sono citati i vini DOP dei vari territori. Chi ha voglia di scoprire tutti insieme ha un punto di riferimento: l'Euroca Regionale, ospitata all'interno della bella Rocca di Dozza Imolese in provincia di Bologna. www.eurocaemiliaromagna.it



SANGIOVESE-COLLINE DI FAENZA

Stanno sulle colline di Faenza sotto la via Emilia. Il percorso si snoda per 120 km sul territorio di cinque Comuni: Faenza, Cantù Bologna, Rolo Terme, Brisighella, Casola Valsenici. Tra pievi romatiche, torri di avvistamento, castelli medioevali. A tavola si brinda con Sangiovese e Albana di Romagna DOP. I vini DOP sono i Colli di Faenza e Vini di Romagna. Un sovrano è sicuramente il folto extravergine d'oliva di Brisighella DOP. Da questo bene si produce l'eccellente scagione di Romagna Igp, esse ottimali, la pesca e la nettaria di Romagna Igp, carni ovine tipiche agrolomane, castorini. Formaggi pecorini, frutti di mericcati, grappa e distillati. www.stadabalsamicoemilia.it

Più riconoscibile il marchio europeo DOP

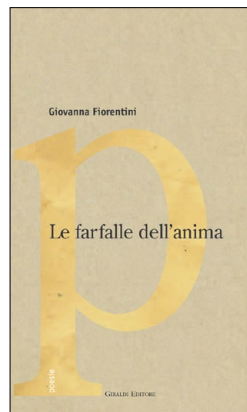
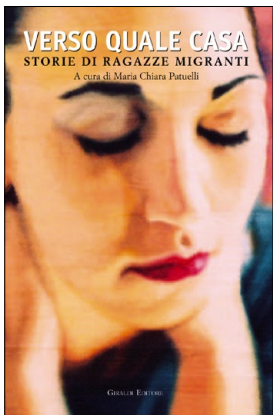
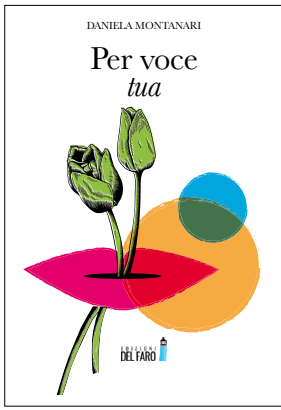
ROSSO E GIALLO ANZICHÉ BLU E GIALLO

Il marchio era facilmente confuso con quello assegnato ai prodotti a Indicazione Geografica Protetta (Igp) e Specialità Tradizionale Garantita (Stg): si tratta di tre marchi simili nel colore e riconoscibili tramite le piccole distinte scritte al loro interno in lingue diverse. Ora l'Unione Europea, approvando il regolamento n. 429/2008 del 2 luglio 2008, lo ha voluto in rosso. Si tratta di un marchio che comporta la sovrapposizione con il vecchio ma ancora

valido marchio blu fino al 1° maggio 2010, il tempo necessario per cambiare i prodotti emiliani che sono già in commercio. Il marchio DOP riconosce al prodotto requisiti diversi rispetto all'Igp (ad esempio il più stretto e rigoroso legame al territorio), giusto quindi escludere questa differenza per tutelare prodotti e consumatori. L'Italia è il paese che ad oggi propone il numero maggiore di prodotti a DOP (113) e a Igp (58), 173 in totale.

EDITORIA: WEB MAGAZINE

“Eccellente”
Progetto per un periodico online della regione Emilia-Romagna.



EDITORIA: LIBRI

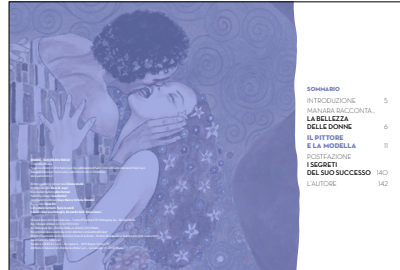
Copertine.
Editori vari.

EDITORIA: COLLABORAZIONI



Volumi
“Manara, maestro dell'eros”

Collaborazione con
Panini Comics

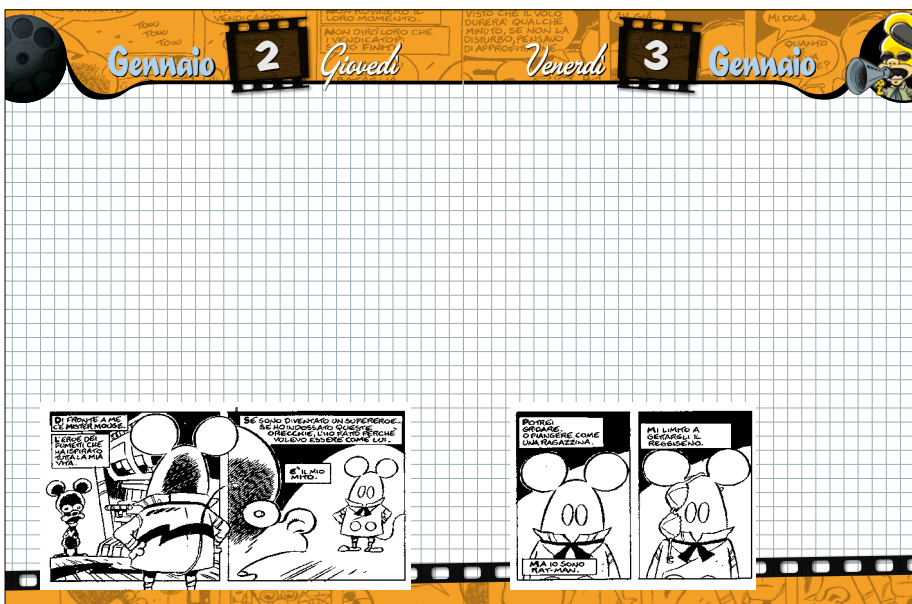




EDITORIA: COLLABORAZIONI

“Agenda Rat-Man”

Collaborazione con
Panini Comics



EDITORIA: COLLABORAZIONI

“Blister per gadget”

Collaborazione con
Panini Magazines



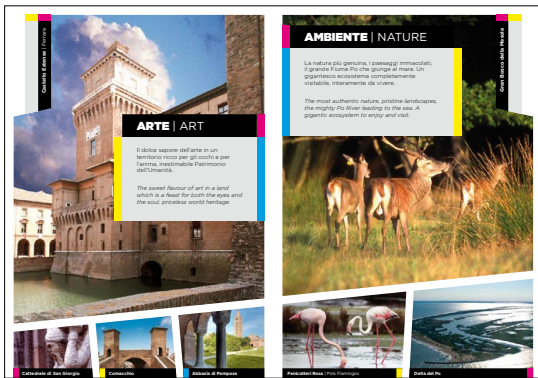
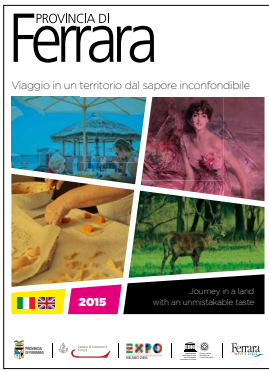
AGENZIE DI COMUNICAZIONE: COLLABORAZIONI

“Provincia di Ferrara.
Viaggio in un territorio
dal sapore inconfondibile”

pagg. 64
una versione in Italiano/inglese
una versione Francese/Russo
una versione Tedesco/Spagnolo

Edito da: Provincia di Ferrara -
Camera di Commercio di Ferrara

Collaborazione con Noemastudio
- Ferrara



AGENZIE DI COMUNICAZIONE: COLLABORAZIONI

“Genius - calendario 2021”

Collaborazione con
Jack Blutharsky - Bologna

2021

MOVIMENTI
NATURALI

NATURAL
MOVEMENTS

www.genius.com

GENIUS

Posizione Euro Breeze
Conosciuta anche come *Adha Chandrahana*, la "posizione della luna crescente".

Pose Euro Breeze
Also known as *Adha Chandrahana*, the "pose of the crescent moon".

Il controllo delle aperture che produce stabilità.
The control of openings that creates stability.

Gennaio/January 2021

Dom	Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab	Dom
							1 2 3
4	5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31				

Febbraio/February 2021

Dom	Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab	Dom
	1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30	31

EURO BREEZE
Adattata per persone con un piede piatto.

EURO BREEZE
Adattata per persone con un piede piatto.

GENIUS

Posizione G-BAT
Conosciuta anche come *Viparita Virabhadrasana*, la "posizione del guerriero inverso".

Pose G-BAT
Also known as *Viparita Virabhadrasana*, the "reverse warrior pose".

La fluidità del movimento si sposa con la solidità e la forza.
Fluidity of movement is combined with solidity and strength.

Marzo/March 2021

Dom	Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab	Dom
	1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30	31

Aprile/April 2021

Dom	Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab	Dom
				1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28
29	30	31					

G-BAT
Adattata per persone a balzano.

G-BAT
Adattata per persone a balzano.

GENIUS

Posizione Blizzard
Conosciuta anche come *Utthita Parsvottasana*, la "posizione dall'angolo laterale esteso".

Pose Blizzard
Also known as *Utthita Parsvottasana*, the "extended side angle pose".

La flessibilità che si radica e diviene forza sicura.
Flexibility that takes root and becomes a secure force.

Maggio/May 2021

Dom	Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab	Dom
							1 2
3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31			

Giugno/June 2021

Dom	Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab	Dom
	1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30	31

BLIZZARD
Adattata per persone con i piedi piatti.

BLIZZARD
Adattata per persone con i piedi piatti.

GENIUS

Yoga. Non semplicemente una "tecnica delle posizioni", ma scienza fatta con la mente e con il corpo per raggiungere equilibrio, fluidità ed armonia.

Yoga. More than simply a "technique of poses", this art form is based on exercises performed by both mind and body in order to achieve balance, fluidity and harmony.

Sia nel nell'essenza di queste tre parole, l'associazione tra la Yoga e Genius. Tra la Yoga e l'arte esaltatori dell'adattamento.

It is here, in the very essence of these three words, that the connection between yoga and Genius adaptation solutions lies.

Perché anche i prodotti Genius generano movimenti concentrandosi l'energia, rendendola fluida, equilibrata ed armoniosa, con un risultato che ci consente di raggiungere nella mente, migliorare la qualità della vita.

Genius products also generate movements through the concentration of energy, creating fluid, balanced and harmonious movements. With an ultimate goal that is aimed by the discipline that was born in the East: to improve quality of life.

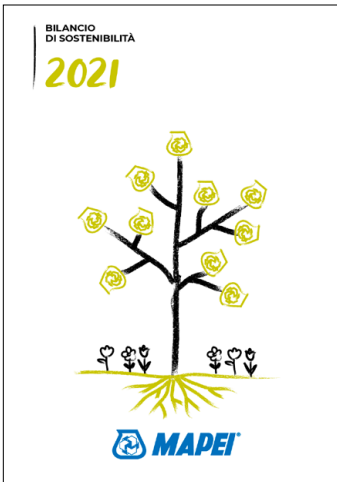
www.genius.com

GENIUS

AGENZIE DI COMUNICAZIONE: COLLABORAZIONI

“Mapei - Bilancio di sostenibilità 2021”
 pagg. 108
 una versione in Italiano
 e una versione Inglese

Collaborazione con
 Jack Blutharsky - Bologna



I NUMERI DELLA SOSTENIBILITÀ

Tutti i numeri si riferiscono al perimetro Mapei Europa

- 1.939** MILIONI DI EURO DI VALORE DISTRIBUITO AGLI STAKEHOLDER NEL 2021
- circa 38** MILIONI DI EURO SPESI IN R&D NEL 2021
- 10.752** ORE DI FORMAZIONE TECNICA
- 127.426** PARTECIPANTI NEL 2021
- 94%** DELL'ACQUISTATO (IN PESO) DA FORNITORI LOCALI* NEL 2021
- 6.651** DIPENDENTI NEL 2021
- 13%** TASSO DI ASSUNZIONI INFORMATI NEL 2021
- 10%** TASSO DI CESSAZIONI NEL 2021
- 93%** DEI DIPENDENTI CON CONTRATTI A TEMPO INDETERMINATO
- meno 20%** INDICE DI FREQUENZA INFORTUNI NEL 2021 RISPETTO AL 2020
- PIÙ DI 142.000** ORE DI FORMAZIONE TOTALI AI DIPENDENTI (CIRCA 21 ORE PRO-CAPITE)
- 32** MILIONI DI EURO DI CONTRIBUTI IN INIZIATIVE SPORTIVE, CULTURALI E SOCIALI†

* I dati fornitori locali e stranieri i fornitori localizzati nella stessa area geografica della costituzione di riferimento (Italia, Europa o continenti del mondo) sono riferiti al valore dell'acquisto.
 † A integrazione del bilancio di sostenibilità Mapei è stato pubblicato nel bilancio consolidato di esercizio 2021 di 485€ di contributo sociale, di cui 32 milioni di euro di contributi in iniziative sportive, culturali e sociali.

I TRAGUARDI MAPEI

1

LA SOSTENIBILITÀ AL CENTRO DEL PERCORSO DI CRESCITA DI MAPEI

Il Gruppo Mapei nel mondo nel 2021

- 91** CONSOCIATE IN 57 PAESI DIVERSI
- 3,3** MILIARDI DI FATTURATO CONSOLIDATO AL 31 DICEMBRE 2021
- 32** CENTRI DI RICERCA NEL MONDO
- 11.000** DIPENDENTI
- 84** STABILIMENTI PRODUTTIVI NEI 5 CONTINENTI IN 35 PAESI DIVERSI

LA SOSTENIBILITÀ AL CENTRO DEL PERCORSO DI CRESCITA DI MAPEI

1.1 L'Identità di Mapei

Le attività del Gruppo Mapei hanno inizio nel 1957 quando Riccardo Squarisi, con l'obiettivo di offrire al mercato italiano prodotti innovativi e materiali per la cura di pavimenti e rivestimenti, fonda in Italia, in via Caffaro, la Mapei (il seguito anche "Capigruppo"). Partendo da questa radice si costituisce l'azienda, si assiste nel corso del decennio ad una continua e progressiva espansione di Mapei in tutto il mondo. Oggi, oggi conta ben 11 consociate e oltre 11.000 dipendenti.

La crescita del Gruppo e il suo consolidamento sui mercati internazionali sono stati resi possibili grazie ad un costante impegno nello sviluppo del proprio know-how e nella ricerca di nuove soluzioni per il settore della chimica per l'edilizia. La gamma di prodotti offerti ha quindi potuto ampliarsi fino a raggiungere le 23 linee proposte oggi da Mapei, alle quali si aggiunge l'offerta degli oltre 11 milioni del Gruppo in Europa.

TRADIZIONE ED ECCELLENZA

2

MAPEI E LE COMUNITÀ: UN'ALLEANZA CHE GENERA VALORE RECIPROCO

"In ogni paese del mondo dove operiamo, oltre a creare le strutture per sostenere la nostra attività, ci affidiamo a risorse locali competenti e sensibili al tema della sostenibilità. Il nostro duplice obiettivo è far crescere l'azienda e, allo stesso tempo, contribuire allo sviluppo della comunità locale. Siamo, infatti, convinti che non si possa "creare futuro" senza uno stretto legame tra impresa, territorio e società."

Vincenzo Squarisi, CEO e Presidente Sviluppo Globale

Il Gruppo crea l'alternativa che ciascuna azienda trova un ruolo definito nella società in cui è inserita e di conseguenza, unico scopo di essa la responsabilità di rendere parte attiva nel suo sviluppo e benessere. A questo scopo, Mapei si impegna concretamente distribuendo ogni anno parte del suo valore economico in favore di iniziative portate avanti dalle comunità e dai territori in cui la opera.

Nel 2021, Mapei ha generato un valore economico pari a 2,2 miliardi di €, un aumento rispetto al 2020 (+7%). Di questi, 850€ (pari a circa il 38% del totale) sono stati distribuiti tra gli stakeholder nelle modalità rappresentate dal grafico.

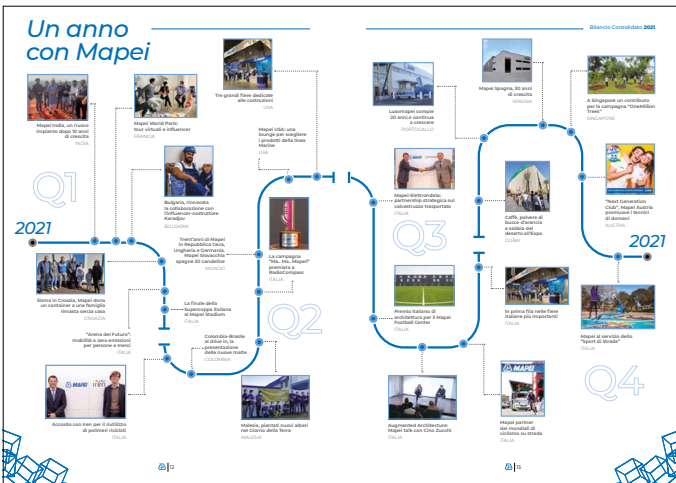
Ripartizione del valore economico generato nel 2021 (in MLN € e percentuale)

* Il valore economico generato, così come per i dati relativi al contributo di Mapei alla comunità, è riferito al bilancio consolidato di esercizio.
 ** Il valore distribuito in favore di 2,3 milioni di dipendenti di Mapei in tutto il mondo per un'occupazione totale di 11.000 dipendenti.

AGENZIE DI COMUNICAZIONE: COLLABORAZIONI

“Mapei - Bilancio consolidato e di esercizio 2021”
 pagg. 224
 una versione in Italiano
 e una versione Inglese

Collaborazione con
 Jack Blutharsky - Bologna



I grandi lavori 2021

Edificio Finansparken Stavanger
 NORVEGIA
 Il progetto ha ottenuto la certificazione BREEAM "Outstanding" per l'intero impiego di materiali sostenibili. È stato completato con i partner Mapei per l'implementazione, il trattamento delle superfici e l'installazione di luci.

Ponte pedonale Langur Way Penang
 MALAYSIA
 È il più lungo ponte a due corsie in termini di mondo. Nel 2021 è stato completato con il partner Mapei per la fornitura di una gamma completa di prodotti per la pavimentazione e la manutenzione, e il trattamento delle superfici e l'installazione di luci.

Facoltà di Psicologia Università di Malaga
 SPAGNA
 I sistemi Mapei sono stati utilizzati principalmente per l'isolamento degli investimenti esterni della facoltà e per la posa dei pavimenti in resina all'interno del complesso stesso.

Chiesa La Recoleta Lima
 PERÙ
 Un sistema della linea Mapei ANTIDUST ha contribuito a risolvere tutte le faccende a rischio di questa antica chiesa monumentale.

Murale a mosaico dell'aeroporto LaGuardia - New York
 USA
 Tra i più grandi murales del mondo, questo opera d'arte di 2.400 mq è stata completata con i prodotti per ceramica forniti da Mapei Corp. DISTRIBUTORE: VICENTINI, TORO 1, 45100/00 S. MARCELLO, IT.

Changi Jurassic Mile
 SINGAPORE
 Questa parte riciclabile e di jogging in terra biosostenibile per "l'intero lungo percorso di investimento di Changi MARRCOAT THE GARDEN VICTORY è stato utilizzato a bordo per realizzare un percorso bello e resiliente.

Impianto di tofu a Saint Isidore de Labrador
 CANADA
 I prodotti della gamma MARRCOAT sono stati usati per i nuovi impianti della area produttiva della linea per la scala e gli uffici di questo grande stabilimento di produzione di tofu.

Route 6 - Kowloon
 HONG KONG
 Tratto strategico della rete stradale di Hong Kong, lo Route 6 è stato completato nel 2021. Con 200000 metri di strada, il progetto ha richiesto un ampio impiego di materiali sostenibili. È stato completato con i partner Mapei per l'implementazione, il trattamento delle superfici e l'installazione di luci.

Grand Prix Express Ligne 15 Parigi
 FRANCIA
 Con i suoi 2000 metri di lunghezza, il Grand Prix Express di Parigi è la più grande via di trasporto automatizzata d'Europa. La tecnologia MARRCOAT è stata utilizzata per la preparazione delle facce di impiego per la vernice di linea.

Expo Dubai, 55 padiglioni nazionali nel segno di Mapei
 DUBAI
 Mapei è stata la prima partecipante nella costruzione del Expo di Dubai, negli Emirati Arabi. Con 55 padiglioni degli Stati Uniti, il progetto ha richiesto un ampio impiego di materiali sostenibili. È stato completato con i partner Mapei per l'implementazione, il trattamento delle superfici e l'installazione di luci.

BILANCIO CONSOLIDATO DEL GRUPPO MAPEI AL 31/12/2021

Relazione sulla gestione

Spertabile Azionista, sottoporremo all'Assemblea il bilancio consolidato del Gruppo Mapei al 31 dicembre 2021, che chiude con un utile netto consolidato di 185,0 milioni di Euro rispetto ai 179,7 milioni di Euro del 2020, dopo aver effettuato arrotondamenti e svalutazioni per 19,9 milioni di Euro (20) nel 2020.

L'utile di partenza del Gruppo è stato pari a 184,9 milioni di Euro (179,6 milioni di Euro) nel 2020.

Il 2021 è l'anno di bilancio del Gruppo Mapei. Nel 2021, il PIL mondiale è cresciuto del 6,7%, recuperando parzialmente la recessione avvenuta nel 2020, quando aveva subito una contrazione del 3,1% a seguito della pandemia. Di seguito, l'evoluzione dell'economia mondiale, messa a confronto con la crescita del PIL, nel corso dell'anno.

Il 2021 è l'anno di bilancio del Gruppo Mapei. Nel 2021, il PIL mondiale è cresciuto del 6,7%, recuperando parzialmente la recessione avvenuta nel 2020, quando aveva subito una contrazione del 3,1% a seguito della pandemia. Di seguito, l'evoluzione dell'economia mondiale, messa a confronto con la crescita del PIL, nel corso dell'anno.

BILANCIO CONSOLIDATO 2021

ATTIVO

IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI

	31/12/2021	31/12/2020	VARIAZIONI
Costi di impianto ed avviamento	18.367	36.253	(17.886)
Costi di sviluppo	39.000	4.842	34.158
Immobilizzazioni immateriali	1.436.988	1.242.376	194.612
Ammortamento	(467.416)	(327.545)	(139.871)
Immobilizzazioni immateriali nette	1.420.939	1.055.936	365.003
TOTALE	1.420.939	1.055.936	365.003

Il bilancio consolidato del Gruppo Mapei al 31 dicembre 2021, che chiude con un utile netto consolidato di 185,0 milioni di Euro rispetto ai 179,7 milioni di Euro del 2020, dopo aver effettuato arrotondamenti e svalutazioni per 19,9 milioni di Euro (20) nel 2020.