



► 01 Ottobre 2016 - 60606

NEWS

COMPASSO D'ORO ALLA CAFFETTERIA "OSSIDIANA" DI ALESSI

Con la premiazione della Caffettiera espresso "Ossidiana", disegnata da Mario Trimarchi nel 2014, Alessi si aggiudica il Premio Compasso d'Oro ADI per l'edizione 2016. Dopo i nove assegnati nelle precedenti edizioni, il decimo viene conferito per "tradizione e innovazione in un oggetto tipicamente italiano che sembrava immutabile", un progetto capace di esprimere una nuova normalità domestica. Con la Caffettiera Ossidiana, il designer ha reinterpretato la tradizione con una forma scultorea contemporanea rispondendo "al bisogno di una rinnovata semplicità", dichiara Mario Trimarchi, "una caffettiera facile da usare, da aprire e chiudere, da parte di tutti". Il Compasso d'Oro è solo l'ultimo di una serie di premi assegnati al progetto di Trimarchi, aggiudicandosi anche il Red Dot, l'International Design Award e il Design for All Quality Label.



Riedel, nuovi partner per la distribuzione al dettaglio

L'azienda austriaca leader nella produzione di calici e decanter in cristallo, che festeggia proprio quest'anno i suoi 260 anni di storia, ha affidato a due nuovi partner le vendite al dettaglio in Italia: Corrado Corradi S.r.l., responsabile per l'Italia centro-settentrionale (Emilia-Romagna, Friuli-Venezia-Giulia, Piemonte, Liguria, Lombardia, Trentino, Valle d'Aosta, Veneto), e Lamart S.r.l. che si occuperà invece del Centro-Sud (Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Lazio, Marche, Molise, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana, Umbria). Studio Kalin, storico distributore di Riedel, conclude così una collaborazione durata ben 45 anni e che ha contribuito a introdurre il marchio austriaco nel mercato nazionale. I nuovi distributori, dal canto loro, si distinguono per l'esperienza nel settore: Corrado Corradi, con sede a Milano, opera da moltissimi anni nel campo dell'arte della tavola e propone una vasta gamma, medio-alta e alta, di prodotti in porcellana, vetro, cristallo e altri materiali. Con 700 clienti attivi, garantisce il 90% della copertura dei negozi italiani del settore, risultato raggiunto grazie a oltre cent'anni di attività.

260
FAMILY OWNED SINCE 1756

RIEDEL
THE WINE GLASS COMPANY

MEDIOBANCA: PER LE MEDIE IMPRESE RICAVI POSITIVI

La media impresa rappresenta il vero pilone portante dell'economia italiana. A confermarlo i dati di Mediobanca e Unioncamere che hanno monitorato l'andamento del decennio 2005-2014 delle imprese definite medie, ovvero quelle che occupano da 50 a 500 dipendenti e registrano un giro d'affari compreso tra 16 e 355 milioni di euro. In termini di fatturato sono infatti cresciute del +35% e nei 10 anni presi come campione di studio, il numero degli addetti è cresciuto dell'11%. La struttura finanziaria sembra quindi molto più solida, a fronte anche della crescita dell'export consolidata al 43%. Uno scenario che ha fatto dichiarare al presidente di Unioncamere Ivan Lo Bello che "le medie imprese industriali dimostrano che l'Italia può continuare a essere una potenza industriale ed economica".





EQUIPHOTEL, HOTELLERIE E GRANDI NOVITÀ

Dal 6 al 10 novembre torna a Parigi EquipHotel, appuntamento imprescindibile del settore alberghiero e della ristorazione presente da oltre 50 anni. Organizzato da Reed Expositions, leader nell'organizzazione di saloni professionali, quest'anno il salone sarà interessato da un'importante novità: Studio 16. Per la prima volta un team di esperti composto da architetti, designer, proprietari di alberghi, proporrà le nuove tendenze e le innovazioni del settore hôtellerie e ristorazione su una superficie di oltre 3000 mq, uno spazio dove poter rintracciare le evoluzioni del settore declinate in ogni ambito. Sei gli spazi realizzati: OUTDOOR by Christophe Gautrand & Benjamin Deshoulières (agence Christophe Gautrand & Associés Paysagistes) dedicato alle tendenze outdoor per migliorare il comfort e l'esperienza del cliente nell'ambito di questo spazio; LOBBY, immaginato da Jean-Philippe Nuel (agenzia Nuel), è invece un luogo di appuntamenti che coniuga business e tempo libero valorizzando la dematerializzazione del check-in; LET'S WORK by Julie Gauthron (Esquise Esquisse), spazio dedicato al relax, divertimento, ristorazione, ufficio e spazio di lavoro; IN THE ROOM by Elizabeth Leriche (ufficio stile Elizabeth Leriche) & Christophe Delcourt e Guillaume Terver (Le LAD) si declina in quattro spazi, ognuno dei quali illustra un parametro chiave della camera d'hotel: il letto, la disposizione, la stanza da bagno e la polivalenza. Segue RESTO DES CHEFS, VIP e BAR, firmati da Marc Hérrich & Nicolas Adnet (studio MHNA); questi tre diversi spazi si succedono come una grande esposizione per rendere omaggio all'"art de vivre" francese. GLASS GALLERY by Sylvie Amar (agenzia Sylvie Amar Studio) presenta invece una selezione di bicchieri per birra, whisky e cocktails. Studio 16 si delinea come punto focale dove tutte le tematiche di attualità della professione convergono in una scenografia di impatto che permette di accompagnare gli operatori in tutte le fasi della creazione di un albergo, dal progetto alla sua realizzazione, con interessanti spunti e momenti di confronto.



GUARDINI, A VOLPANO IL NUOVO CENTRO DIREZIONALE ECOSOSTENIBILE

Guardini, storica azienda torinese dedita alla produzione e commercializzazione di stampi e teglie da forno ad uso casalingo, ha inaugurato a Volpiano (To) i nuovi uffici direzionali sostenibili, progettati per interpretare i valori e la filosofia green del brand. Il nuovo edificio è il risultato della crescita dell'azienda che negli ultimi anni ha saputo conquistare nuovi mercati e crescere dal punto di vista delle risorse umane e del business: oggi la Guardini s.p.a. vanta circa 100 dipendenti, quasi 50.000 pezzi prodotti in sede ogni giorno per un fatturato annuo di circa 20 milioni di euro. Sono inoltre 22 le insegne della gdo nazionale ed internazionale che hanno affidato a Guardini la private label e gli stampi da forno prodotti a Volpiano vengono spediti in oltre 40 Paesi in tutto il mondo. Il nuovo edificio nasce quindi dall'esigenza di allargarsi in una sede direzionale più ampia e funzionale alle nuove esigenze, all'insegna della sostenibilità energetica e in linea con la filosofia green. "Il progetto - afferma Elena Guardini, amministratore delegato - rientra in un piano di sviluppo aziendale che ci porterà, entro il 2020, a ottimizzare e trasformare le nostre attività con l'obiettivo di ridurre l'impronta ambientale e raggiungere un 'saldo positivo' fra il valore offerto dalla nostra soluzione e l'impatto delle attività produttive. Per Guardini è molto importante avere una politica di responsabilità sociale di impresa e i nostri valori ci avvicinano ad alcune grandi aziende con le quali siamo fieri di collaborare". Il nuovo edificio è stato realizzato su progetto dell'architetto Paolo Alpe dello studio "Progetto architettura" di Rivoli (To).



SETTEMBRE/OTTOBRE 2016 • 7

NEWS

ANCHE LO STELLATO ANTONINO CANNAVACCIUOLO SCEGLIE ACCADEMIA LAGOFUSION®

Si chiama Accademia Lagofusion® la nuova linea di strumenti da cottura firmata **Lagostina**. In acciaio inossidabile, promette un buon controllo della temperatura per risultati professionali. **L'elemento innovativo è il fondo** Lagofusion®: uno strato di acciaio dentellato che aderisce al disco di alluminio a vista. I due strati del fondo, uniti ai 3 nel corpo (acciaio-alluminio-acciaio) creano una tecnologia a 5 strati che consente una diffusione del calore ancora migliore: 50% in più sul fondo e in parete rispetto ad un fondo Lagostina tradizionale, per temperature costanti e omogenee su ogni piano di cottura, induzione inclusa. Partner per il lancio di questa linea innovativa è lo chef stellato **Antonino Cannavaciulo**, due stelle Michelin, che ha scelto Accademia Lagofusion® per le sua qualità e per l'affidabilità in cucina.



ANTONINO CANNAVACCIUOLO

8 • SETTEMBRE/OTTOBRE 2016

THUN TORNA A CRESCERE E APRE 40 MONOMARCA

Thun, il brand altoatesino nato a Bolzano nel 1950 come piccolo laboratorio di modellazione ceramica e oggi realtà internazionale da **81 milioni di euro di fatturato con articoli presenti in 1100 negozi in Europa** di cui 315 monomarca, ha chiuso il 2015 in crescita e per l'anno in corso punta in alto con l'apertura di 40 nuovi negozi in gestione diretta. Da gennaio sono già sette i negozi monomarca inaugurati, e l'ultimo in ordine di tempo è in via Cola di Rienzo a Roma, cui segue Torino in via Garibaldi. Prima di questi era stata la volta di Milano in Corso XXII Marzo. "Dopo anni delicati, in cui i bilanci societari risentivano delle difficoltà dell'economia internazionale, finalmente il 2015 si è chiuso con un segno positivo", ha spiegato **Paolo Denti**, amministratore delegato di Thun. E ha poi aggiunto: "Il sell out è cresciuto in media del 4%, con punte del +20% in determinati periodi. Le migliori performance sono state registrate dai negozi diretti ed è per questo che andremo a intensificare la loro presenza sul territorio. Questo tipo di store, guidato direttamente dall'azienda, ci permette di implementare al meglio tutte le azioni commerciali e le strategie di marketing".

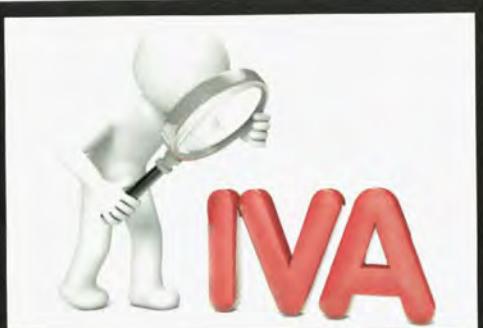
Bialetti cede Girmi e si concentra sui coffee shop

A fronte di un esborso di 3 milioni di euro, **Bialetti ha ceduto il marchio Girmi**, protagonista nel settore piccoli elettrodomestici da cucina (venduto insieme a un brevetto), a **Trevidea srl**, società controllata da Giuliano Vaccari, anch'essa attiva nella produzione di piccoli elettrodomestici da cucina a marchio Trevi e G3 Ferrari. L'operazione fa seguito all'accordo di ristrutturazione del debito siglato dell'azienda dell'omino coi baffi, con le banche nel 2014, modificato lo scorso dicembre sulla base dell'art. 67 della Legge Fallimentare. Peraltra, il corrispettivo incassato da Bialetti non serve a intaccare il monte di debito che ancora grava sul gruppo (alla fine febbraio il debito finanziario netto ammontava a 89 milioni di euro, a fronte di 172,4 milioni di ricavi consolidati, 20,3 milioni di Ebitda e di 4 milioni di utile). Ma si tratta pur sempre di un segnale importante: tutto quanto incassato andrà a beneficio dell'abbattimento del debito. Bialetti Industrie spa, controllata al 64,9% dal presidente e Ad Francesco Ranzoni attraverso Bialetti Holding srl, e partecipata da Diego Della Valle srl al 6,94%, produce e distribuisce innanzitutto prodotti per la preparazione del caffè a marchio Bialetti: caffettiere tradizionali, elettriche e macchine elettriche per il caffè espresso, oltre a una linea di caffè in capsule. Con i marchi **Aeternum, Rondine e CEM**, invece, opera nel settore degli strumenti da cottura e degli accessori da cucina. Il **piano industriale 2013-2020 punta allo sviluppo nel segmento caffè** sulla catena di negozi Bialetti Home: a fine 2015 erano 130 quelli aperti in Italia, mentre quest'anno sono previste circa 20 tagli nostro tra Francia e Spagna.



Made in Italy: cresce l'export nei mercati emergenti

Il Centro Studi Confindustria e Prometeia elaborano ogni anno le previsioni relative alla domanda di beni "belli e ben fatti" (BBF) dell'industria italiana. Secondo le stime, le vendite italiane di prodotti BBF nei trenta nuovi mercati a maggior potenziale, raggiungeranno 15 miliardi di euro nel 2021, ovvero +43% in sei anni. Il rallentamento della crescita di certo è parte dello scenario attuale economico per i prossimi anni, ma è anche vero che le prospettive relative alla domanda di BBF, nel medio termine, possono rappresentare una grande opportunità per le imprese italiane, soprattutto in mercati come quello cinese e indiano dove si sta consolidando una nuova classe benestante alto spendente. Gli Emirati, seguiti da Cina e Russia, restano i Paesi che offriranno in termini assoluti il maggior contributo alla crescita dei prodotti BBF italiani. Non a caso nelle ultime fiere monitorate anche del settore casalingo, molti sono stati investiti da alcune aziende italiane in ricerca&sviluppo per proporre prodotti belli, di qualità e 100% made in Italy, valore riconosciuto e sempre più apprezzato all'estero.



ALIQUOTA IVA BLOCCATA, UNA BOCCATA D'OSSIGENO

Nel corso dell'Assemblea Generale di Confindustria, tenutasi a Roma il 9 giugno, alla presenza di una platea di oltre 800 rappresentanti dei commercianti italiani, il Presidente del Consiglio Matteo Renzi ha preso formale impegno, su sollecitazione del Presidente Carlo Sangalli, di non aumentare l'aliquota IVA, almeno per tutto il 2017. Una boccata di ossigeno anche per i dettaglianti di casalinghi, che già si trovano a dover affrontare un andamento dei consumi non certo brillante: ricordiamo ai lettori che sul numero 59, Aprile-Maggio di Casa&Regalo (sfogliabile on line), il nostro Panel di 250 dettaglianti, chiamati a valutare con un voto l'andamento delle vendite 2015 di articoli per la casa, si è espresso con un modesto 6,4 su una scala da 1 a 10.

The advertisement features a collage of images related to home and housewares. At the top, there's a close-up of a mixer with various attachments. Below it is a sign that reads "MAKE A Smart MOVE". Further down, there's a quote from Michela Caimi Künzi, CEO of KÜNZI S.p.A., which says "Ogni anno una nuova esperienza, nuove idee, nuove inspirazioni con una meravigliosa città come cornice." The main title of the show is "international home + housewares show | 2017" with the subtitle "the home authority". The date "18 - 21 Marzo" and location "Chicago, USA" are also mentioned. At the bottom, there are images of various houseware products like a red whisk and a blue CORKCICLE Canteen.