



NEWS

COMPASSO D'ORO ALLA CAFFETTIERA "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 moltis-

simi 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.

Lamart, azienda di Moncalieri (To), si posiziona come una delle prime realtà in Italia nella distribuzione di articoli di pregio per la tavola e la casa. Specializzata nelle porcellane e nelle ceramiche, è conosciuta in particolare per l'ampia e ricercata collezione natalizia.



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 del 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 (agence 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 (Exquisite Esquisses), 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 Hertrich & 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 (agence 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 VOLPIANO IL NUOVO CENTRO DIREZIONALE ECOSOSTENIBILE

Guardini, storica azienda torinese dedicata alla produzione e commercializzazione di stampe 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 stampe 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 Cannavacciuolo**, due stelle Michelin, che ha scelto **Accademia Lagofusion®** per la 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".



PAOLO DENTI

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 dall'azienda dell'omino coi baffi, con le banche nel 2014, modificato lo scorso dicembre sulla base dell'art. 67 della Legge Fallimentare. Peraltro, 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, è 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 nastro 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, molto è stato investito 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.



ALIQUTA IVA BLOCCATA, UNA BOCCATA D'OSSIGENO

Nel corso dell'**Assemblea Generale di Confcommercio**, 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.

MAKE A SMART MOVE

Ogni anno una nuova esperienza, nuove idee, nuove ispirazioni con una meravigliosa città come cornice.

Michela Caimi Künzi
CEO, KÜNZI S.p.A.

**18 - 21 Marzo
Chicago, USA**

Informazioni sulla fiera e pre-registrazione gratuita online: www.housewares.org

international
**home +
housewares
show | 2017**

IHA
INTERNATIONAL HOUSEWARES ASSOCIATION
the home authority

SETTEMBRE/OTTOBRE 2016 • 9