

SOMMARIO

2 I Cassina di nuovo in campo con **Mdf Italia**

2 **Frette**, concluso il riassetto

3 La scelta di **Snaidero**: sfidare Illy o la Borsa

3 Il mobile gioca la carta del design per conquistare il mercato indiano

4 **Scavolini** sbarca a Ravenna

4 Nuova commessa per **Poltrona Frau**

5 **Nicoletti** apre un nuovo showroom a Bologna

5 **Elica** sigla un accordo con l'inglese Mfi

5 **Bisazza** apre a Roma e L.A.

6 Luci della ribalta su **Targetti**

6 **Poltrona Frau**, nei primi nove mesi ricavi oltre i 200 milioni

7 **Ikea-Made in Italy**, match impari

7 Per il mobile la prossima tappa è la Grande Mela

8 **Guglielmi** rinominato in **Indicam**

8 **De Dietrich**, il lusso in cucina arriva in Italia

8 A Bucarest il **Natuzzi** Day

9 **Elica**: Cina e India nel mirino

9 Arredi italiani per la nuova sede **BMW**

9 **Seven glassblock**, quando l'architettura si fa design

10 **Danese** celebra Bruno Munari

10 **Ceramica Cielo**: un bagno a tutto decoro

10 La Secret Room di **Antolini** è vestita di diamanti



I Cassina di nuovo in campo con Mdf Italia



BRUNO FATTORINI

Attraverso le holding di famiglia, un gruppo di imprenditori, storicamente attivo nel settore del design Made in Italy di fascia alta (Fratus, Cassina e Maggini) rileva da Bruno Fattorini e dal management il 100% del capitale di MDF Holding, azienda milanese di design

che controlla MDF Italia Spa. Il valore dell'operazione ha superato i 20 milioni di euro. MDF Italia Spa, il cui fatturato del 2006 ha raggiunto i 17 milioni di euro e prevede per quest'anno di sfiorare i 18 milioni, attualmente è presente in oltre 40 Paesi. Il 75% del fatturato è realizzato

all'estero, significativa la crescita realizzata anche sul mercato nazionale dove emerge il ruolo della Showroom aziendale. Il tasso di crescita degli ultimi anni, superiore al 20%, ha permesso realizzare performance economiche e di redditività di assoluto valore. I nuovi azionisti confermano la strategia imprenditoriale e stilistica fin qui perseguita da MDF Italia. Un orientamento rafforzato dalla permanenza in azienda di Bruno Fattorini come Presidente Onorario, Consigliere e Art director e Roberto Cappellini come Direttore Generale e membro del Consiglio di Gestione. L'obiettivo che la nuova compagine si propone nel breve periodo, anche con processi di aggregazione e complementarizzazione, è quello di realizzare attorno al fortunato marchio di MDF Italia una piattaforma, con un fatturato complessivo di 100 milioni di euro, in grado di affrontare in modo innovativo le sfide del cambiamento e della globalizzazione.

Frette, concluso il riassetto



Ci sono voluti 3 anni per completare l'80% del riassetto di Frette, lo storico marchio brianzolo, che dal 1860 produce biancheria per la casa e per gli alberghi, caduto in disgrazia per il fallimento della controllante FinPart. La ristrutturazione del gruppo è iniziata nel 2004 con l'entrata in scena del fondo Jh Partner e che tra l'altro, solo pochi mesi fa, ha rilevato anche il controllo di La Perla.

Un'operazione che voci di mercato ipotizzano non lontana da 200 milioni di euro che comunque «rappresenta il maggior investimento della società» spiega Jeff Hansen, partner del gruppo e responsabile di diverse operazioni tra cui proprio quelle Made in Italy. I risultati finanziari del lavoro fatto da Jh Partner sulla struttura di Frette sono iniziati ad arrivare nel primo semestre del 2007, quando il

gruppo ha realizzato ricavi netti per 43,1 milioni di euro (con una crescita dell'8,8% rispetto allo stesso periodo del 2006) con un'ebitda di 4 milioni (in aumento del 40,6%). Per accelerare il risanamento delle società la ricetta del fondo americano è comprare in contanti.

«Cerchiamo di utilizzare il meno possibile la leva finanziaria, non più di 4 volte l'ebitda» continua Hansen. Gli americani sono entrati nel gruppo italiano inizialmente attraverso un affitto di ramo d'azienda, poi con l'acquisto dello stesso, mentre solo un anno fa è stato definitivamente rilevato anche il marchio. Il valore dell'operazione ha visto un impegno finanziario non lontano da 60 milioni di euro. La scommessa di Hansen al suo arrivo è stata quella di puntare sull'efficienza di un gruppo che non riusciva a rispettare i tempi delle consegne e aveva un'ebitda negativo per 10 milioni di euro. Adesso l'obiettivo dichiarato è riuscire a chiudere il 2007 con un margine operativo lordo vicino ai 12 milioni.

«Oltre a migliorare l'efficienza, continua il manager, abbiamo aperto diversi nuovi negozi negli Stati Uniti e abbiamo sviluppato prodotti che andassero oltre la biancheria da letto». Anche in questo caso sono arrivati i primi risultati: il canale retail incide per il 156,3% delle vendite che avvengono prevalentemente in Italia (43,9%), ma con un'ottima crescita del mercato americano (28,3%). (Il Sole 24 Ore del 13/10/07. Estratto a cura di PW)

La scelta di Snaidero: sfidare Illy o la Borsa



EDI SNAIDERO

A Majano, in provincia di Udine, dove ha sede l'azienda, dicono che no, alla fine Edi Snaidero non si candiderà per la guida della Regione Friuli. È lusingato dai sondaggi che lo indicherebbero come

l'unico in grado di battere Riccardo Illy e dalla stima di cui gode sul territorio. Ma diverse ragioni interne alla sua impresa, la Rino Snaidero spa, tra i primi cinque produttori europei di cucine, spingono perché declini l'invito. Per il momento lui non si esprime. Si è preso, spiegano i suoi collaboratori, due settimane di tempo. Prima di allora non parlerà con nessuno; e, dunque, non dirà quali sono davvero il suo pensiero e la sua decisione. La Snaidero è controllata dai quattro figli del fondatore Rino.

La maggioranza è nelle mani di Edi, che è il capo-azienda, e della sorella Elvia, responsabile degli affari legali e societari. Gli altri due fratelli, Dario e Roberto, pur azionisti importanti, sono imprenditori in proprio.

Un passaggio generazionale realizzato alcuni anni fa secondo le indicazioni del padre Rino. Oltre alla finanziaria di famiglia, nel capitale della holding operativa è presente (al 19%) il gruppo Unicredit

attraverso la S+R Investimenti. Una partecipazione nata a supporto del piano di espansione del gruppo. E corredata da un accordo in base al quale Snaidero, secondo informazioni non ufficiali, deve essere quotata nel 2008, cioè, l'anno prossimo.

Traguardo impossibile da raggiungere con il capo-azienda che lascia per fare politica. La data del 2008, però, sembra essere un auspicio, più che un obbligo. E, infatti, è già iniziato il dialogo per posticipare l'arrivo a Piazza Affari. Anche perché Snaidero non sembra pronta per approdare al listino: ha un'impronta ancora fortemente familiare, sia nella struttura dell'impresa che nella governance; e si trova a metà di quel processo di espansione iniziato a cavallo dell'anno 2000. Il gruppo Snaidero ha avuto nel 2006 un fatturato consolidato di 231,2 milioni di euro, con un utile netto di competenza del gruppo di 520mila euro. (CorrierEconomia del 22/10/07. Estratto a cura di PW)

Il mobile gioca la carta del design per conquistare il mercato indiano

Il design come grimaldello per entrare nel ricco mercato indiano. E dare un'accelerata alla vendita dei mobili italiani nel grande paese asiatico. È questa la scommessa giocata a Mumbai da Federlegno-Arredo, la federazione italiana dei produttori di legno e arredamento, che fra il 18 e il 24 ottobre, in concomitanza con la fiera di settore Index Mumbai, si giocherà alcune carte molto importanti. A cominciare dalla mostra "Goal! A parade of Contemporary Italian Design", curata da Denis Santachiara. Una rassegna che a partire dal nome propone un'analogia fra il sistema del design e il mondo

del calcio azzurro. "Goal!" si apre con un omaggio a Leonardo Da Vinci, considerato il precursore del design moderno e poi continua con una carrellata sui grandi designer del Bel Paese. La proposta successiva raggruppa per "club" una serie di prodotti che consentono ai visitatori di farsi un'idea delle tendenze, delle caratteristiche e delle sfide lanciate dalla progettazione italiana più recente. E così se Kaleidoscope mette in scena la capacità delle aziende di lavorare qualsiasi materiale saggiandone i limiti estremi, il "club" Nature raggruppa invece oggetti di fattura organica (legno, paglia, tessuto)

in grado di proporre una sorta di poetica della natura.

E ancora: la sezione Shining interpreta prodotti e soluzioni che traggono dalla luce forza e funzionalità mentre Surprise colleziona piccole invenzioni formali, espedienti stilistici, accostamenti sorprendenti sul piano stilistico o funzionale capaci di meravigliare il visitatore. Osserva Rosario Messina, presidente di Flou: «Il design si sta dimostrando una leva determinante per affermare le nostre produzioni in India, un mercato promettente dove Flou sta investendo con convinzione». (Affari & Finanza del 15/10/07. Estratto a cura di PW)

Scavolini sbarca a Ravenna

Ha aperto il 13 ottobre nel centro di Ravenna il nuovo Scavolini Store. Si tratta di un centro cucina specializzato dedicato esclusivamente alla produzione dell'Azienda pesarese.

Lo Scavolini Store di Ravenna si caratterizza per le ampie vetrine e la superficie di quasi 200 metri quadrati, dove saranno esposte 7 diverse composizioni di cucine Scavolini, per offrire una panoramica completa della produzione più recente. Tra le cucine esposte anche la nuova Flux, disegnata da Giugiaro Design.



Nuova commessa per Poltrona Frau



Poltrona Frau arrederà il nuovo Palazzo dei congressi di Riccione. Una nuova sfida per l'azienda di Tolentino (Macerata) che ha vinto la commessa da sei milioni di euro (4,5 dei quali saranno destinati al suo incarico) che dovrebbe essere portata a termine entro la fine del 2007. L'avveniristico progetto prevede la realizzazione di una moderna struttura con elementi a vela in acciaio e vetro a ridosso del centralissimo viale Ceccarini. Gli interni, interamente realizzati dalla divisione Contract Poltrona Frau, saranno ad alto contenuto tecnologico: 1.400 poltrone dotate di uno speciale meccanismo girevole a scomparsa, con lo speciale brevetto Hide System utilizzato qui per la prima volta, arrederanno il salone congressi principale.

(Il Sole 24 Ore del 25/10/07. Estratto a cura di PW)

A Poltrona Frau il premio Targa d'Oro 2007



Poltrona Frau ha vinto il prestigioso Premio Targa d'Oro della Comunicazione 2007 per la nuova campagna pubblicitaria stampa "Ritratti". Il primo premio nella categoria "Family life style" della sezione Advertising è andato alla campagna stampa 2006-07 prodotta sotto la direzione creativa dell'agenzia Armando Testa. I visual

della campagna pubblicitaria stampa ritraggono una serie di ritratti privati scattati dal fotografo di moda e costume Michel Comte, che cattura personaggi carismatici della cultura, dell'arte e dello spettacolo in istantanee spontanee. L'architetto e designer parigino Jean Nouvel, l'importante collezionista d'arte e insieme ristoratore di fama internazionale Michael Chow, Julian Schnabel, artista concettuale, tra i maggiori rappresentanti dell'avanguardia pittorica internazionale e anche regista di film per un pubblico di nicchia e infine l'attrice cinese Maggie Cheung sono i protagonisti di una galleria fotografica emozionante e iperrealista.



"Ho fatto Splash" al SUN di Rimini

Domenica 7 Ottobre a Rimini Fiera, si è conclusa la 25a edizione del Salone Internazionale dell'Esterno: Sun, la fiera dedicata alla progettazione, all'arredamento e agli accessori per l'out-door. L'edizione 2007 ha visto un aumento dell'8% di visitatori e dell'11% di presenze estere. Nel padiglione A3 del Sun è stato presentato in anteprima il concorso "Ho fatto Splash" dedicato alla progettazione dei futuri stabilimenti balneari. Per l'occasione Agatha Ruiz de la Prada, testimonial del concorso, ha presentato Playa Querida, uno scenografico allestimento da lei ideato per il lancio del concorso. Con questa ulteriore proposta, la designer spagnola con il suo "color-vision" si impone ancora di più in Italia, allo scopo di riorganizzare il panorama balneare con colori e formati che da sempre la contraddistinguono, realizzando un ambiente creativo e funzionalmente trasversale.



Nicoletti apre un nuovo monomarca a Bologna



Nicoletti continua a potenziare la sua presenza diretta sul mercato italiano e sabato 27 ottobre, apre un nuovo showroom a Bologna. L'azienda materana ha

avviato una catena di negozi di proprietà sul territorio nazionale per intensificare il dialogo diretto con il pubblico dei consumatori. Ad oggi, i punti vendita in Italia sono 11, Bari, Matera, 2 a Roma, Milano, Bergamo, Torino, Varese, Treviso, Udine, Bologna, a cui si aggiunge Siracusa in prossima apertura. L'obiettivo per il 2009 è raggiungere quota 30 negozi. "Il mercato italiano ha grandi potenzialità, spiega Eustachio Nicoletti, amministratore delegato dell'omonima azienda.

I nostri negozi hanno chiuso il 2006 con 3,5 milioni di euro di fatturato e nei primi 6 mesi dell'anno hanno già registrato circa 2,5 milioni di euro di fatturato. Crediamo che questa sia la direzione giusta per valorizzare il marchio sul territorio nazionale, continua l'AD. Non abbiamo voluto il franchising ma negozi di proprietà per offrire un prodotto vicino alle esigenze e ai desideri dei clienti".

Bisazza apre a Roma e L.A



Dopo New York, Bisazza inaugura a Los Angeles, nel quartiere di Beverly Hills, in Melrose Avenue, il suo secondo spazio monomarca sul territorio statunitense.

Il flagshipstore è stato concepito e realizzato dal Bisazza Design Studio, un team di giovani designer, diretti dall'architetto Carlo Dal Bianco.

Nel monomarca, che si sviluppa su una superficie di 270 metri quadrati, sono dominanti i colori del bianco e nero, che uniti all'oro rendono l'ambiente sontuoso e raffinato. Inoltre Bisazza inaugura dopo Milano, il suo secondo spazio monomarca italiano in pieno centro a Roma, in Piazza di Firenze 25.

Questo spazio, che si sviluppa su una superficie di 70 metri quadrati, è suddiviso in quattro ambienti differenti, ciascuno impreziosito con decori in mosaico e arredato con complementi d'arredo della collezione Home.

Elica sigla un accordo con l'inglese Mfi

Elica rafforza la propria presenza nel Regno Unito grazie ad un accordo siglato con Mfi, una delle principali catene di vendita di mobili per la casa in Gran Bretagna. Elica fornirà cappe di media ed alta gamma a partire da questo mese. (Il Sole 24 ore del 19/10/07. Estratto a cura di PW)



Poltrona Frau, nei primi nove mesi ricavi oltre i 200 milioni



GIULIANO MOSCONI

rispetto ai 186,8 dello stesso periodo del 2006.

La crescita è stata guidata sia dal segmento residenziale che rappresenta il 77% del totale ricavi consolidati, sia dal segmento contract, che rappresenta il restante 23%, in linea con lo stesso periodo dell'anno precedente con un contributo molto positivo da parte dei quattro principali marchi del gruppo. A parità di tasso di cambio Euro/Dollaro

Il Gruppo Poltrona Frau archivia i primi nove mesi dell'anno con un utile lordo di 11,2 milioni, in crescita del 78% rispetto allo stesso periodo del 2006.

La crescita complessiva dei ricavi nei primi nove mesi del 2007 è stata pari al 7,5% raggiungendo i 200,8 milioni,

americano durante i primi nove mesi chiusi al 30 settembre 2007 e 2006, la crescita sarebbe stata vicina al 9%. Il contributo è stato significativo da parte di ciascuno dei quattro marchi del gruppo partendo da Poltrona Frau che nel periodo ha evidenziato ricavi per 83 milioni di euro circa, in progresso del 9,3% rispetto allo stesso periodo del 2006.

L'Emea (Europa, Medio Oriente e Africa) è stata l'area geografica che ha registrato il tasso di crescita maggiore, con un incremento superiore al 30%. Negli Stati Uniti, invece, la crescita è stata vicina al 20%, mentre in Italia si è attestata a circa 115%. Il marchio Cassina ha invece fatturato 77 milioni di euro circa (+9,3%) e l'Italia è stata l'area geografica più proficua con un tasso di crescita di circa il 30%.

Gli altri due marchi del gruppo, Cappellini e Alias hanno infine registrato incrementi pari rispettivamente all'11,7% e al 13,2%.

Quanto alla redditività, l'ebitda nel corso dei primi nove mesi ha segnato un incremento del 32,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente a 20,7 milioni.

Luci della ribalta su Targetti



LORENZO TARGETTI

samente per sviluppare l'attività dell'azienda in funzione della forte crescita del mercato di riferimento. Padre e figlio hanno creato il terzo player europeo nell'illuminazione architettonica, presente direttamente in oltre 90 paesi. D'altra parte i numeri del settore luce parlano chiaro: le prime sei aziende del comparto in Italia, tra cui Targetti, nel 2006 sono cresciute dell'8,6%, passando dai 796 agli 865 milioni di euro, secondo uno studio

Luce vuol dire Targetti Sankey. Fondato nel cuore del centro storico di Firenze nel 1928, il gruppo è oggi uno dei maggiori protagonisti nel settore dell'illuminazione architettonica di interni ed esterni. Giampaolo e Lorenzo Targetti hanno lavorato intensamente

della società di ricerca Pambianco Strategie di Impresa. Oltre al fatturato, si è visto un miglioramento della redditività: il margine operativo lordo (Ebitda) dal 13,6% registrato nel 2005 è arrivato lo scorso anno al 15% e potrebbe arrivare al 16% nel 2007. Targetti ha raggiunto nel 2006 un giro d'affari di 176,9 milioni di euro, il 12,4% in più rispetto all'esercizio precedente. Il primo semestre 2007 ha segnato un incremento di fatturato del 17,4% raggiungendo i 104,7 milioni di euro e +48,6% l'utile netto a 3,9 milioni. (Capital del 2/11/07. Estratto a cura di PW)



Ikea-Made in Italy, match impari



ROBERTO MONTI

In pochi anni è diventata la più grande azienda di arredamento in quella che, del mobile e del design, è la patria riconosciuta nel mondo. Ma adesso Ikea accelera sul mercato italiano con ancora maggior decisione. Da poco ha annunciato investimenti, per il solo 2008, di 300 milioni di euro destinati a potenziare i suoi 13

negozi esistenti e soprattutto ad aprirne di nuovi, a Parma, a Rimini, a Salerno, a Trieste e a Torino. Altri seguiranno. Perché l'obiettivo del gruppo svedese è di arrivare a triplicare il proprio fatturato made in Italy nel giro di cinque anni, come anticipa l'amministratore delegato Roberto Monti: «Vogliamo crescere a una media del 10% annuo nei nostri punti vendita esistenti e aprire una media di tre nuovi negozi l'anno». Triplicare il fatturato significa arrivare a sfiorare, solo in Italia, i 4 miliardi di euro, visto che oggi Ikea nel nostro Paese realizza quasi 1,3 miliardi di vendite sui 19,8 miliardi di euro che rappresentano il giro d'affari globale della casa svedese. Tre anni fa Ikea Italia fatturava poco più di 800 milioni di euro. Data la frammentazione del settore, questi numeri

si traducono in una quota di mercato del 5,4%, ma la prima azienda italiana del settore, Natuzzi, ha un giro d'affari di 735 milioni, mentre le altre si collocano mediamente sui 100-200 milioni di euro, con punte di 300. «L'Italia sta cercando una via autonoma per mantenere la sua impostazione mediterranea, che non dev'essere perduta», dice Roberto De Martin, direttore generale di Federlegno-Arredo. Per noi sarà molto importante l'arrivo, ormai atteso, della normativa sull'etichetta di origine, che permetterà di fare chiarezza su cosa è l'eccellenza. E altrettanto importanti sono gli accordi tra aziende, come quello di 300 imprese del Veneto che si sono messe insieme e hanno concordato una azione comune». (CorriereEconomia del 5/11/07. Estratto a cura di PW)

Per il mobile la prossima tappa è la Grande Mela



E' da anni considerata la fiera italiana di maggior successo, l'unica capace di attirare visitatori di ogni età da tutto il mondo e di catalizzare, per una settimana intera, l'attenzione dell'intera comunità internazionale del design e dell'arredo. Parliamo del Salone del mobile, che da quando è nato, 46 anni fa, ha continuato a crescere e consolidare la sua leadership, sbaragliando la concorrenza delle altre fiere euro-

pee. Non stupisce quindi che la manifestazione organizzata ogni aprile a Milano da Cosmit e Federlegno-Arredo sia all'avanguardia anche nell'internazionalizzazione. Il 13 ottobre si è chiusa con successo a Mosca la terza edizione di Saloni WorldWide Moscow, trasferta russa del Salone del mobile.

Il prossimo appuntamento internazionale è negli Stati Uniti, dove dal 16 al 19 maggio 2008 si terrà la terza edizione dei Saloni worldwide New York. «L'obiettivo di un ente fieristico è dare un servizio sempre migliore ai suoi clienti, che nel nostro caso sono le aziende del mobile, del design e dell'illuminazione. Per questo abbiamo pensato di andare a Mosca e New York, dove crediamo ci sia domanda di mobili e complementi d'arredo made in Italy», spiega Rosario Messina, presidente di Cosmit e numero uno Flou, azienda nell'arredamento della zona letto. «La Russia», conclude Messina, «in questo momento è l'iniziativa internazionale che ci sta dando maggiori soddisfazioni, però contiamo di crescere bene anche a New York».

(Il Sole 24 Ore del 13/11/07. Estratto a cura di PW)

Guglielmi rinominato in Indicam

Carlo Guglielmi, milanese, classe 1947, è stato riconfermato per il quarto mandato alla presidenza di Indicam - Istituto di Centromarca per la lotta alla contraffazione.

Laureato in Economia e commercio all'Università Cattolica di Milano, ha iniziato la sua attività imprenditoriale nell'azienda familiare di stampaggio di materiale plastico, per poi raggiungere posizioni di crescente responsabilità in importanti aziende private.

Attualmente è presidente e amministratore delegato di FontanaArte, azienda di illuminazione e arredo di design, e con i familiari, è socio dell'azienda agricola San Bernardo di Gavi.

Inoltre, è presidente di Assoluce, vicepresidente di Federlegno-Arredo e di Altagama, nonché consigliere di Cosmit Spa (l'organizzatore del Salone internazionale del mobile di Milano) e di Federlegno-Arredo Srl. (BusinessPeople del 6/11/07. Estratto a cura di PW)

De Dietrich, il lusso in cucina arriva in Italia



Il marchio internazionale di elettrodomestici da incasso di fascia alta De Dietrich approda anche in Italia come marchio Premium di Brandt Italia, filiale del gruppo FagorBrandt. I prodotti di punta De Dietrich sono il forno Matrics, il piano di cottura a induzione Continuum e la lavastoviglie Quattro, che è stata insignita del

Premio per l'Innovazione 2007. Il Gruppo FagorBrandt appartiene a Fagor Electrodomésticos, azienda con 300 anni di storia alle spalle che conta 16 stabilimenti produttivi (in Spagna, Francia, Italia, Polonia, Marocco e Cina), dove ogni anno vengono fabbricati 7 milioni di elettrodomestici, e 17 filiali commerciali in tutto il mondo. (BusinessPeople del 6/11/07. Estratto a cura di PW)

A Bucarest il Natuzzi Day



PASQUALE NATUZZI

Si è svolto mercoledì 24 ottobre l'evento ufficiale di opening del Natuzzi Store di Bucarest, primo in Romania. L'evento ha avuto inizio in mattinata, con la conferenza stampa di Pasquale Natuzzi, a cui ha partecipato Camelia Sucu, partner Natuzzi per la Romania, e 50 giornalisti rumeni, inviati delle principali testate nazionali. In

serata il party: centinaia di ospiti, fra cui importanti personalità del mondo politico, economico e culturale della città. "È un onore per me partecipare a questo evento", è intervenuto

il presidente Pasquale Natuzzi, "ed è un vero piacere avere come partner Camelia Sucu, una imprenditrice in grado di assicurare al marchio Natuzzi tutto il successo che merita il nostro prodotto. Ecco perché abbiamo stabilito un accordo per aprire altri due negozi Natuzzi in Romania nei primi mesi del 2008: uno a Cluj e uno a Costanza".

"La nostra esperienza nel settore arredamento", ha commentato Camelia Sucu, "ci ha convinto ad investire in un marchio globale di altissima qualità come Natuzzi. I dati sull'espansione nel mercato home living sono in crescita costante in Romania, si può parlare di un vero boom nel periodo 2002-2007, in particolar modo nel settore high-end.

La partnership con Natuzzi non può che incrementare le vendite nel settore e offrire alla nostra clientela una gamma di prodotti innovativi e di assoluto valore". Con i suoi 780 metri quadrati di spazio espositivo, lo store è fra i più grandi della catena di negozi monomarca Natuzzi.

Elica: Cina e India nel mirino



ANDREA SASSO

Via libera dal consiglio d'amministrazione di Elica, produttore di cappe aspiranti da cucina ad uso domestico, al piano industriale 2008-2010. Nel dettaglio, il gruppo stima una crescita dei ricavi pari ad un Cagr 2007-2010 compreso tra il 3-4%, a fronte di un progresso stimato del mercato mondiale delle cappe (che rappresenta ad oggi circa l'83% dei ricavi del gruppo) stimato tra il 2 e il 3%. Quanto al dividendo il gruppo è intenzionato a perseguire una politica che preveda un incremento della distribuzione dell'utile, dal 33% previsto per il 2007, al 35-40% per il 2010. Il CdA ha inoltre approvato i dati trimestrali che hanno evidenziato un utile pari a 2,7 milioni (in ascesa rispetto ai 2,4 milioni dello stesso periodo del 2006). I ricavi sono stati invece pari a 103,5 milioni (94,8 milioni nel terzo trimestre 2006) mentre l'Ebitda è risultato di 10,7 milioni (11,4 milioni). Sullo sfondo, infine, ci sono poi i progetti di espansione del gruppo: «Ci stiamo guardando intorno in particolare in India e Cina: cerchiamo un'azienda già attiva con un marchio e una rete distributiva» ha spiegato Andrea Sasso, AD di Elica. (Il Sole 24 Ore del 15/11/07. Estratto a cura di PW)

Arredi italiani per la nuova sede BMW



È stato inaugurato a Monaco di Baviera il nuovo edificio simbolo della casa automobilistica tedesca BMW, dove il Gruppo friulano Interna ha realizzato chiavi in mano gli arredi per alcune delle aree principali, per un valore complessivo di 3 milioni di euro. Il Gruppo Interna è una società leader nel settore contract per hotellerie e boutique di lusso, con un fatturato di 22 milioni di euro. L'avveniristico edificio, frutto di un progetto architettonico caratterizzato da un'imponente copertura ondulata in vetro e acciaio di 14 mila metri di superficie, è destinato a divenire uno dei simboli architettonici della capitale bavarese e del mondo, oltre che il più eloquente ambasciatore del marchio automobilistico Bmw. Il Bmw Welt è ubicato nella zona della città adiacente all'Olympiastadion, dove già si trovano la sede e il museo della Bmw. Il visionario progetto architettonico è del noto studio viennese di architetti Coop Himmelb(l)au, ed è improntato alla luce, alla leggerezza e al dinamismo che si materializzano in un'enorme copertura ondulata e leggermente concava simile a un cielo nuvoloso, sorretta da undici soli pilastri, vera e propria sfida alle leggi della statica. L'interior design di queste aree è firmato dallo studio anglo-olandese FG Stijl.

È stato inaugurato a Monaco di Baviera il nuovo edificio simbolo della casa automobilistica tedesca BMW, dove il Gruppo friulano Interna ha realizzato chiavi in mano gli arredi per alcune delle aree principali, per un valore complessivo di 3 milioni di euro. Il Gruppo Interna è una società leader nel settore contract per hotellerie e boutique di lusso, con un fatturato di 22 milioni di euro. L'avveniristico edificio, frutto di un progetto architettonico caratterizzato da un'imponente copertura ondulata in vetro e acciaio di 14 mila metri di superficie, è destinato a divenire uno dei simboli architettonici della capitale bavarese e del mondo, oltre che il più eloquente ambasciatore del marchio automobilistico Bmw. Il Bmw Welt è ubicato nella zona della città adiacente all'Olympiastadion, dove già si trovano la sede e il museo della Bmw. Il visionario progetto architettonico è del noto studio viennese di architetti Coop Himmelb(l)au, ed è improntato alla luce, alla leggerezza e al dinamismo che si materializzano in un'enorme copertura ondulata e leggermente concava simile a un cielo nuvoloso, sorretta da undici soli pilastri, vera e propria sfida alle leggi della statica. L'interior design di queste aree è firmato dallo studio anglo-olandese FG Stijl.

Seves glassblock, quando l'architettura si fa design



Dopo un'importante campagna di acquisizioni, che le ha permesso di raggiungere una posizione di leadership nel mercato, Seves glassblock, leader mondiale nella produzione del mattone in vetro, ha dato il via negli ultimi anni ad un percorso volto a trasformare il mattone di vetro

da materiale edile povero in un prodotto con una forte identità posizionabile nel mercato alto. L'obiettivo ambizioso è quello di lanciare il mattone di vetro come un vero e proprio elemento d'arredo architettonico per interni e per esterni, capace di rispondere puntualmente all'evoluzione del gusto contemporaneo. Seves glassblock si è ritagliata negli ultimi anni un ruolo privilegiato nella grande Architettura, rendendo il mattone di vetro uno dei materiali di riferimento nelle realizzazioni di prestigio, anche grazie al servizio tailor made (realizzare un mattone in vetro su misura per un specifico progetto). Il centro logistico dell'azienda Becks a Brema, realizzato dallo studio di architettura Schulze - Pampus, ha scelto un mattone in vetro personalizzato nel disegno e nel colore per ricordare la celebre bottiglia di birra.

Danese celebra Bruno Munari

Danese, il brand che ha contribuito in modo sostanziale a scrivere la storia del design Made in Italy e a portarne avanti nell'oggi i valori ed i significati, festeggia 100 anni dalla nascita di Bruno Munari partecipando da protagonista a numerose iniziative dedicate al famoso artista in Italia e all'estero.

“Il sodalizio fra Danese e Bruno Munari è stato particolarmente fertile negli anni '50 e '60, ed è entrato a far parte del nostro DNA”, afferma Carlotta de Bevilacqua, Ceo Danese, “tuttora la sua sorridente vocazione alla leggerezza e alla semplificazione ispira il nostro lavoro”.

A Milano, la Rotonda della Besana ospita dal 25 ottobre 2007 al 10 febbraio 2008 una grande

mostra antologica “sulla leggerezza tra arte, progetto e vita” con 200 opere di Bruno Munari, fra cui alcuni celebri oggetti realizzati da Danese che sono divenuti delle testimonianze di culto del design italiano.

Contemporaneamente nel bookshop della Rotonda sono disponibili tutti gli oggetti che Bruno Munari ha creato per Danese.

In concomitanza con la mostra, Danese prevede di realizzare un'edizione speciale del famoso portacenere “Cubo” disegnato da Bruno Munari nel 1957: si tratta di una versione inedita che riprende le modifiche creative che Munari stesso aveva ideato nel 1997 per festeggiare i suoi 90 anni.

Jungle di Ceramica Cielo: un bagno a tutto decoro!

La nuova collezione Jungle di Ceramica Cielo, anticonvenzionale e preziosa, rappresenta un'innovativa interpretazione di decoro che si unisce all'esclusività del pezzo unico: Jungle è, infatti, la perfetta manifestazione di un nuovo approccio di design sartoriale per l'ambiente bagno, che vuole stupire con un'eleganza esuberante e un'enfasi altamente scenografica.

Con Jungle, Ceramica Cielo sceglie materiali inconsueti per il settore come i preziosi pellami di pitone e coccodrillo che si plasmano e si fondono nella ceramica, grazie a esclusivi metodi di lavorazione, per un risultato finale dove la percezione visiva riesce a trasmettere l'effetto materico e tattile tipici di questi pellami.



La Secret Room di Antolini è vestita di diamanti

Antolini, produttore tra i leader nella pietra naturale, ha presentato la nuova Diamond Collection: una linea che unisce la preziosità dei Crystallized – Swarovski Elements alla magia della pietra naturale Antolini.

“Intrappolare le meravigliose pennellate di colore e le cangianti venature che la natura conferisce alla pietra trasformandole, grazie alla preziosità del Crystallized – Swarovski Elements, in un momento infinito. Questa è la forza e l'unicità della nostra nuova Collezione” afferma Alberto Antolini, AD di Antolini. Un gioiello proposto in 10 colori, di Crystallized – Swarovski Elements, selezionati tra oltre 80 tonalità.

