

# Sei di Parma se il marchio è la tua garanzia.

Da oltre 50 anni, il Consorzio del Prosciutto di Parma tutela e valorizza un prodotto unico, simbolo dell'eccellenza italiana nel mondo. Una tradizione che i nostri produttori si tramandano di generazione in generazione per offrire un prosciutto buono, sano e senza conservanti: il Prosciutto di Parma.





LAVORO

In breve

IMPRESE DEL LAZIO

Unindustria apre sede a Cassino

Unindustria (l'associazione territoriale di Confindustria che raccoglie le imprese del Lazio) ha aperto una nuova sede a Cassino, in provincia di Frosinone. L'area di Cassino sta assumendo un ruolo strategico per tutta la regione, con il rilancio dello stabilimento Fca (Fiat Chrysler Automobiles). La nuova apertura rappresenta l'impegno da parte di Unindustria nel voler essere sempre più presente sul territorio e più vicina alle imprese. Alla inaugurazione era presente Filippo Tortoriello, presidente di Unindustria. Alla guida della sede di Cassino è stato nominato Davide Papa, past president di Unindustria Frosinone.

SIDERURGIA

Stefana, Fim-Fiom chiedono garanzie

Riaprire il confronto su più punti, a partire dal coinvolgimento delle società interessate e di Federacciai, oltre che sul piano occupazionale e produttivo, mentre per gli ammortizzatori si punta a verificare ogni soluzione. Sono le richieste della Fiom al tavolo Stefana, al Mise. La società in concordato nel 2016 ha ceduto le unità di Ospiateleto, di Montirone e di Nave - via Brescia. «Nei mesi scorsi - si legge in una nota Fim - sembrava potesse concretizzarsi anche la vendita di Nave - via Bologna, anche a fronte dell'interesse manifestato da Beltrame e da Duferco, che però al momento non hanno avuto esito positivo». L'8 marzo è stata avviata la procedura di licenziamento per 141 lavoratori: Fim chiede che venga ritirata o sospesa, e che vengano ricercate misure di sostegno e di integrazione salariale.

TRASPORTI

Fercam-Artoni, si tratta per l'intesa

«Pare che gli ultimi ostacoli all'intesa Artoni-Fercam siano superati, il Mise aspetta entro domani mattina (oggi per chi legge, ndr) i dettagli dell'accordo e poi convocherà a stretto giro aziende e sindacati per la firma ufficiale, così da passare subito al ministero del Lavoro per attivare gli ammortizzatori sociali». Sono parole di ottimismo quelle arrivate in serata dalla segreteria Filt Cgil, dopo tre giorni di fibrillazione per la filiera di 3mila persone tra addetti diretti (ora meno di 500) e indotto dello storico gruppo logistico reggiano a un passo dal fallimento. Il big altoatesino Fercam rileverebbe solo 14 filiali Artoni delle 70 totali (contro le 39 che era disposto ad acquistare a inizio febbraio, un numero giudicato troppo basso dai sindacati che stopparono l'M&A) ma l'operazione basterebbe per sbloccare la Cig straordinaria per tutti i dipendenti Artoni. Le sigle dell'autotrasporto aderenti a Unatras hanno inoltre proclamato per sabato uno sciopero nazionale per portare all'attenzione del Governo i nodi del settore, stretto tra poche tutele e troppe norme farraginose.

RICOLLOCAZIONE

Almaviva, assegno per 860 addetti

Sono 860 i lavoratori di Almaviva che hanno aderito al progetto per l'assegno di ricollocazione. Il presidente dell'Anpal Maurizio Del Conte assicura che «entro la settimana prossima saranno 1000 sui 1666 lavoratori licenziati dalla multinazionale dei call center ad aderire allo strumento gestito da Anpal sarà dunque l'83,5% dei lavoratori».

**Credito.** Alla riapertura del tavolo per il rinnovo del contratto le sigle rimarranno 5 contro le 9 del passato

# Abi verso relazioni semplificate

## Il tetto del 5% per la rappresentanza del 2015, escluderà Ugl e Sinfub

Cristina Casadei

Se qualche sigla, come gli autonomi della Fabi, con slancio ha invitato a riprendere il dialogo - che non è la trattativa - sul contratto collettivo nazionale dei bancari e qualche altra, come la Uilca, frena e chiede che le energie vengano impiegate prima per chiudere una serie di partite ancora aperte - dal contratto delle Bcc fino ai cantieri previsti dal precedente rinnovo -, in attesa di vedere quando Abi e i sindacati torneranno a incontrarsi, una cosa certa c'è: i rinnovi al tavolo negoziale per il rinnovo del contratto dei bancari si restringono e da 7 (Fabi, First Cisl, Fisac Cgil, Uilca Uil, Unisin, Ugl credito e Sinfub), diventeranno 5 perché Ugl e Sinfub non raggiungono la soglia del 5%. L'ultimo accordo, quello siglato il 31 marzo del 2015, ha messo il punto finale anche sul tema della rappresentanza e nel testo all'articolo 6, quello sugli assetti contrattuali, a proposito del primo livello, è stato messo nero su bianco che "a far tempo dalla fase di rinnovo del presente ccnl... saranno ammesse alla contrattazione collettiva nazionale, ad ogni conseguente effetto, solo le organizzazioni sindacali firmatarie del presente ccnl che abbiano una rappresentatività supe-

riore al 5% dei lavoratori iscritti". Maragoniani sono numeri e percentuali. Secondo l'ultimo rapporto Abi, i dipendenti degli istituti, che hanno conferito all'associazione il mandato di rappresentanza, sono circa 300 mila. Di questi, oltre 230 mila sono iscritti ad un sindacato: una percentuale record del 76% che fa dei bancari la categoria più sindacalizzata tra i lavoratori italiani. Ma anche quella con

GLI ISCRITTI

Gli autonomi della Fabi tornano ad essere il sindacato più rappresentativo, seguiti da First Cisl, Fisac Cgil, Uilca e Unisin

il numero di sigle più alto. Fino a un paio di anni fa, prima della fusione tra il sindacato dei dirigenti, il Dircredito e la Fiba Cisl, le sigle erano ben 8. E se si spostano un po' più indietro le lancette dell'orologio, le sigle erano 9. Va bene che la sala del tavolo verde di palazzo Altieri è davvero grande e accogliente, ma anno dopo anno è proseguito un percorso che ha semplificato le relazioni e portato ad avere sigle

più forti e rappresentative. C'è, per certo, un banchiere - o forse più di uno - che dice che il sindacato che si siede al tavolo negoziale deve avere una forte rappresentanza, visto che poi gli accordi si fanno, ma devono anche essere condivisi e approvati dai lavoratori. Secondo le ultime rilevazioni gli autonomi della Fabi, che dopo la fusione tra Dircredito e Fiba Cisl, avevano perso il primato, sono tornati ad essere il primo sindacato. Abi con il 27,9% di iscritti, seguiti dalla First Cisl con il 27,8%, da Fisac Cgil con il 20,9%, dalla Uilca con il 11,7% e dall'Unisin con l'8,5%. Due sigle rimangono al di sotto del 5% e sono il Sinfub che ha l'1,9% e l'Ugl credito che ha l'1,3%. Pure se tendono a essere forte considerazione e rispetto delle minoranze, sul tavolo nazionale alla riapertura del dialogo i convocati saranno due di meno. Non saranno invece dimenogiamenti da discutere. L'agenda non c'è ancora ma mese dopo mese, anche grazie ad alcuni innovativi accordi di gruppo, al sempre verde tema degli esuberanti, a quello di un grande contratto della finanza e a quello delle società per la gestione degli Npl, un dialogo continuo sembra farsi più urgente.

Autotrasporto



## Domani la protesta nazionale dei Tir

Il mondo dell'autotrasporto italiano alza la voce contro il governo. «Rispetto alle numerose richieste avanzate negli ultimi anni, non è giunta alcuna risposta» denuncia Confrtrasporto-Concommercio. Il primo atto sarà la Giornata di mobilitazione dell'autotrasporto italiano proclamata per domani, sabato 18 marzo: in luoghi diversi e significativi del Paese si svolgeranno manifestazioni che vedranno protagonisti gli autotrasportatori

Generali Real Estate, nell'ambito dello sviluppo del proprio portafoglio immobiliare italiano, è alla ricerca di nuove opportunità di investimento.

La società valuta l'acquisizione di immobili a reddito situati in zone centrali delle città di Milano e Roma, con destinazione d'uso uffici e high street retail.

Per informazioni: [info.gresgr@generali.com](mailto:info.gresgr@generali.com)



**ATC PIEMONTE NORD**  
Via Boschi n. 2 - 28100 NOVARA  
C.F. 00120490032  
Tel. 0321 445111 - Fax 0321 478798  
e-mail: [protocollo@pec.atcpiemontenord.it](mailto:protocollo@pec.atcpiemontenord.it)  
**AVVISO PUBBLICO**  
**PROROGA TERMINI**  
**PRESENTAZIONE OFFERTE**  
APP. N. 730 - "Servizio energia. Riquilificazione, conduzione e gestione impianti riscaldamento. Immobili ATC P.N. in Vercelli e Biella".  
Nuovo termine per la presentazione delle offerte: **26/04/2017 ore 12.00**  
Nuova data, prima seduta di gara: **27/04/2017 ore 9.30** presso Uffici ATC PIEMONTE NORD; stesse modalità previste negli atti di gara. Informazioni sul sito <http://www.atcpiemontenord.it>, nella sezione "Area imprese/bandi di gara in corso".  
IL DIRETTORE GENERALE  
f.to Dott. Luigi Brossa

**CONSORZIO CHERESE**  
**ESTRATTO AVVISO DI CESSIONE AZIONI**  
1. Ente cedente: Consorzio Chierese per i Servizi - Strada Fontaneto n. 119 - 10123 CHERI (TO) - Tel. +39011/9414343 - PEC: [ccs@postecert.it](mailto:ccs@postecert.it) ("CCS"); profilo di committenza: [www.ccs.to.it](http://www.ccs.to.it). 2. Descrizione: cessione di numero 110.383 azioni della Società "Trattamento Rifiuti Metropolitani SpA - T.R.M. SpA con sede legale in Via Gorini 50 - 10137 TORINO c.f. 0686440015. 3. Procedura di gara: art. 73, comma 1, lett. c) e 76, commi 1, 2 e 3 del R.D. 23 Maggio 1924, n. 827/4. Criterio di aggiudicazione: prezzo offerto più alto rispetto alla base d'asta di Euro 1.50 ad azione. Non ammesse offerte in ribasso. 5. Termine ricezione offerte: ore 12.00 del 31 maggio 2017. Le offerte vanno inviate alla sede del Consorzio con le modalità indicate nell'Avviso di gara. Seduta pubblica: 6 giugno 2017 ore 9.30 c/o sede punto 1. 6. Vedasi Avviso integrale pubblicato nel profilo di committenza: [www.ccs.to.it](http://www.ccs.to.it) alla sezione "Amministrazione trasparente/bandi di gara e contrattati delle amministrazioni aggiudicatrici e degli enti aggiudicatori distintamente per ogni procedura/pubblici incanti/cessione azioni T.R.M.". 7. Responsabile del procedimento: rag. Angelo DE SIMONI.  
IL PRESIDENTE DEL C.d.A. - ROBERTO GOLA

**COMUNE DI GENOVA**  
**STAZIONE UNICA APPALTELE DEL COMUNE**  
Via Garibaldi 9 Genova 16124  
[mail.garecontratti@comune.genova.it](mailto:mail.garecontratti@comune.genova.it)  
**AVVISO D'APPALTO AGGIUDICATO**  
Si rende noto che il Comune di Genova, mediante procedura aperta, ha assegnato per conto della Società A.M.I.U. Genova S.p.A. il servizio di ritiro dei rifiuti ingombranti a domicilio e depositati su appuntamento a piano all'Impresa Archimede Cooperativa Sociale ONLUS. L'avviso di appalto aggiudicato è scaricabile sul sito internet [www.comune.genova.it](http://www.comune.genova.it) [www.appalti Liguria.it](http://www.appalti Liguria.it) [www.serviziopubblici.it](http://www.serviziopubblici.it)  
**IL DIRIGENTE**  
Dott.ssa Cinzia MARINO

**GESTIONE E AMBIENTE SPA**  
**ESTRATTO BANDO**  
**DI PROCEDURA APERTA**  
È indetta per il giorno **16 Aprile 2017 - 16.30** una **PROCEDURA APERTA PER L'APPALTO DELLA FORNITURA DI GASOLIO PER AUTOTRASCORTE CON BASSO CONTENUTO DI ZOLFO (io PPM), SECONDO LE CARATTERISTICHE TECNICHE E I REQUISITI DELLA NORMA UNI EN 590 IN VIGORE**. Durata: 5 anni. € 3.850.000,00. Criterio di aggiudicazione: minor prezzo - art. 92, c. 2, lett. b) D.Lgs. 50/2016. Termine di presentazione dell'offerta: **16/04/2017 - ore 12.00 (termine perentorio)**. Il Bando è stato inviato all'Ufficio Pubblicazioni Ufficiali della UE in data **06/03/2017** e può essere scaricato, unitamente alla restante documentazione di gara, dal sito internet [www.gestioneambiente.net](http://www.gestioneambiente.net). Tortona, il 09/03/2017.  
L'AMMINISTRATORE DELEGATO  
Dott. Paolo SELMI

**RFI**  
**RETE FERROVIARIA ITALIANA**  
**GRUPPO RIFORMA DELLO STATO ITALIANO**  
Direzioni Acquisti  
**AVVISO DI GARA**  
RFI S.p.A. informa che ha indetto una gara per la cessione di rifiuti costituiti da rame elettrolitico nudo o in lega con argento, magnesio, stagno relativa a tutto il territorio nazionale per un totale di 14 lotti. Si precisa che trattasi di procedura di gara non sottoposta all'applicazione delle vigenti norme in materia di affidamento appalti pubblici. Il testo integrale dell'avviso di gara è visionabile sul sito [www.garage.rfi.it](http://www.garage.rfi.it) canale *Materiali per l'infrastruttura* / *Lavori e Servizi*. Il termine di presentazione delle offerte è il **21/04/2017**. Per chiarimenti: come indicato nell'avviso di gara.  
Il Responsabile Direzione Acquisti  
Edgardo Greco

**INNSE CILINDRI S.r.l.**  
In Amministrazione Straordinaria  
Sede Legale: viale Certosa, 239 - 20151 Milano  
Stabilimento e Uffici: via Attilio Franchi, 20 - 25127 Brescia  
codice fiscale: 02247040047 e partita IVA: 11862180152

**AMMINISTRAZIONE STRAORDINARIA DI INNSE CILINDRI S.r.l.**  
**Invito a manifestare interesse all'acquisto dei complessi aziendali facenti capo ad Innse Cilindri S.r.l. in Amministrazione Straordinaria**

**AVVISO DI RIAPERTURA DEI TERMINI**

Si fa riferimento all' "Invito a manifestare interesse all'acquisto dei complessi aziendali facenti capo ad Innse Cilindri S.r.l. in Amministrazione Straordinaria" pubblicato in data 21 dicembre 2016 sui siti web [www.gruppopoliva.com](http://www.gruppopoliva.com), [www.gruppopolivainas.it](http://www.gruppopolivainas.it) e [www.innsecilindri.com](http://www.innsecilindri.com), nonché sui quotidiani *Il Sole 24 Ore* e *Financial Times* (di seguito, l' "Invito").

I termini con lettera iniziale maiuscola non altrimenti definiti nell'ambito del presente avviso (di seguito, "Avviso") hanno il significato ad essi attribuito nell'Invito.

Con il presente Avviso, i Commissari Straordinari di Innse Cilindri

**COMUNICANO**

la **riapertura dei termini** per la presentazione delle manifestazioni di interesse a partecipare alla Procedura, con decorrenza dalla data odierna e sino alle **ore 18:00 (ora italiana) del giorno 03 aprile 2017**.

Si rinvia, per le modalità di presentazione delle manifestazioni di interesse e per tutto quanto non espressamente disciplinato nell'ambito del presente Avviso, alle disposizioni di cui all'Invito.

Le manifestazioni di interesse presentate in conformità a quanto previsto nell'Invito e che siano pervenute entro il termine di cui al paragrafo 3.1 del medesimo Invito rimarranno pienamente valide.

È data facoltà ai soggetti che abbiano presentato le manifestazioni di interesse nel termine di cui al paragrafo 3.1 dell'Invito, di presentare, entro il nuovo termine indicato nel presente Avviso, una nuova manifestazione di interesse che annullerà e renderà integralmente invalida la precedente.

Eventuali chiarimenti e/o informazioni in relazione al presente Avviso e/o all'Invito potranno essere richiesti inviando apposita comunicazione in lingua italiana all'advisor finanziario dei Commissari Straordinari, Rothschild S.p.A., esclusivamente a mezzo posta elettronica, al seguente indirizzo: [ProjectCilindri@Rothschild.com](mailto:ProjectCilindri@Rothschild.com), indicando quale oggetto "Project Cilindri".

I COMMISSARI STRAORDINARI  
AVV. CORRADO CARRUBBA  
DOTT. PIERO GNUDI  
PROF. ENRICO LAGHI

**LA TUA NUOVA HOME PAGE.**  
[www.ilssole24ore.com/casa24](http://www.ilssole24ore.com/casa24)

**INFRASTRUTTURE LOMBARDE S.p.A.**  
**AVVISO DI AGGIUDICAZIONE**  
Oggetto della procedura: procedura aperta - articolata in 2 lotti - per la fornitura di Targhe Energetiche (Cened) e Targhe impianto (Curit). In particolare Lotto n.1: Targhe Energetiche - CENED; Lotto n.2: Targhe Impianto - CURIT.  
**Stazione Appaltante:** Infrastrutture Lombarde S.p.A., con sede in via Pola n. 12/14 - 20124 Milano - Tel. 02.67.97.17.11 - Fax 02.67.97.17.87 - [www.ilispa.it](http://www.ilispa.it).  
Tipo di procedura: Procedura aperta.  
Importo a base di gara: Euro 275.000,00.  
Criterio di Aggiudicazione: Offerta al prezzo più basso.  
Imprese che hanno presentato offerta: **Lotto 1:** n. 1; **Lotto 2:** n. 1.  
**Impresa Aggiudicatrice: Lotto 1:** Seberg Srl - Via E. Fermi 52/0 - 24035 Curno (BG) - ITALIA - PEC: [seberg@pec.it](mailto:seberg@pec.it) - Tel.: +39 35461200 - Fax: +39 35462099; **Lotto 2:** Poligrafica S. Faustino Spa - Via Valenza 15 - 25030 Castrezzato (BS) - ITALIA - PEC: [affarisocieta@postpec.it](mailto:affarisocieta@postpec.it) - Tel.: +39 3070491 - Fax: +39 307049280.  
Valore finale totale dell'appalto: **Lotto 1:** Euro 107.162,5 IVA esclusa; **Lotto 2:** Euro 142.500,00 IVA esclusa.  
Data Aggiudicazione: **Lotto 1:** 02/03/2017; **Lotto 2:** 28/02/2017.  
Pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea: n. 2017/S 047-087050 del 08 marzo 2017.  
IL DIRETTORE GENERALE  
(Ing. Guido Bonomelli)

**SITRAS S.P.A.**  
**SOCIETÀ ITALIANA TRAFORO GRAN SAN BERNARDO**  
Via Chambéry 51 - 11100 AOSTA  
tel. 0165/363641 - fax 0165/363628  
**AVVISO DI GARA PER ESTRATTO**  
La SITRAS S.p.A. - Società Italiana Traforo Gran San Bernardo - con sede in Aosta, Via Chambéry n. 51, tel. (+39) 0165363641, fax (+39) 0165363628, rende noto che sulla GUUE 2017/S 048-088640 del 09/03/2017, sulla GURI n° 29 (Parte I, V serie speciale) del 10/03/2017 e sul portale del committente all'indirizzo <http://www.letunnel.com/datapage.asp?id=78271> (presso il quale è altresì reperibile la documentazione di gara), è stato pubblicato il seguente bando di gara:  
• Procedura aperta per l'affidamento dei lavori di manutenzione straordinaria del "Viadotto Plan", situato lungo il raccordo autostradale di accesso al Traforo del Gran San Bernardo;  
• Luogo di esecuzione dei lavori: Regione Valle d'Aosta (I) - Comune di Saint-Rhémy-en-Bosses - Codice NUTS ITC20;  
• Importo complessivo dell'appalto: € 1.553.651,28 oltre IVA, di cui € 48.576,46 per voci non soggette a ribasso;  
• Durata dell'appalto: 544 (cinquecentoquarantaquattro) giorni naturali e consecutivi dalla data del verbale di consegna, ivi compresi e computati i periodi di sospensione nei mesi invernali e durante il periodo feriale estivo, come da cronoprogramma di progetto;  
• Termine di ricezione delle offerte: ore 12,00 del 21 aprile 2017;  
• Data della seduta di pubblico incanto: ore 9,00 del 27 aprile 2017 presso la sede SITRAS S.p.A. di Aosta - Via Chambéry 51.  
Aosta, 10 marzo 2017  
SITRAS S.p.A.  
IL PRESIDENTE  
(Dott. Omar Vittone)

**Produttività.** Il primato spetta alla Lombardia

# Le intese sui premi crescono ancora: sono oltre 20mila

Continua la corsa dei contratti aziendali e territoriali, sottoscritti per beneficiare della detassazione del premio di produttività: al 13 marzo sono state inviate al ministero del Lavoro 20.003 dichiarazioni di conformità (redatte secondo l'articolo 5 del DM 25 marzo 2016). Di queste dichiarazioni 11.547 si riferiscono a contratti sottoscritti nel 2015. L'andamento è quello di una parabola costantemente ascendente che comincia con i 1.305 contratti di maggio 2016 e arriva agli oltre 20 mila di marzo 2017. Di questi contratti sono stati depositati, 15.583 si propongono di raggiungere obiettivi di produttività, 11.693 di redditività, 8.901 di qualità.

Sul fronte delle misure previste dagli accordi depositati 2.147 prevedono un piano di partecipazione e 4.317 prevedono misure di welfare aziendale. Secondo le attuali regole, infatti, le aziende possono erogare sotto forma di voucher beni, prestazioni e servizi, che vanno dall'educazione all'assistenza ai familiari e agli anziani che sono esclusi dal reddito di lavoro dipendente. L'eventuale scelta del lavoratore

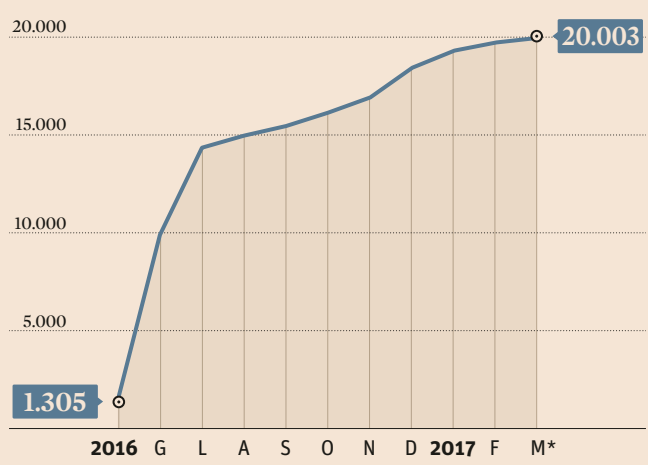
di convertire il premio di risultato agevolato nei benefit ricompresi nel welfare aziendale consente di detassare completamente il loro valore.

La distribuzione regionale, pur evidenziando differenze tra dichiarazioni aziendali e territoriali mostra, complessivamente il primato della Lombardia. La parte principale di accordi sottoscritti è aziendale: sono 16.308. Arrivano invece a 3.695 quelli territoriali. Andando ad analizzare i dati regione per regione, tra i contratti siglati nelle imprese, la Lombardia, con 5.050 rapporti depositati è quella dove ne sono stati fatti di più. A seguire c'è l'Emilia Romagna con 2.342, il Veneto con 2.065, il Piemonte con 1.661 e la Toscana con 1.129. Se invece andiamo a vedere gli accordi territoriali allora il primato è dell'Emilia Romagna con 865, seguita dalla Lombardia con 718, dal Veneto con 704, dal Trentino con 371 e dalla Toscana con 239. A fondo classifica invece ritroviamo la Valle d'Aosta che ha fatto 31 accordi aziendali e 5 territoriali.

R.I.T.  
© RIPRODUZIONE RISERVATA

## I contratti aziendali e territoriali

Andamento dei moduli depositati per mese da Maggio 2016 al 13 marzo 2017. Valori assoluti cumulativi



(\*) dati al 13 marzo 2017 Fonte: ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali

**Welfare.** Accordo tra Federalimentare e sindacati

# Alimentaristi, sanità integrativa per tutti

Francesco Prisco

L'industria alimentare estende la copertura sanitaria integrativa anche ai lavoratori licenziati. Lo prevede l'accordo sperimentale appena sottoscritto a Roma da Federalimentare da un lato, Fai, Flai e Uila dall'altro.

Secondo il testo che, per ora, avrà vigore da luglio prossimo a giugno 2019, i benefici previsti dal Fasa, il fondo sanitario di categoria, saranno estesi a tutti i lavoratori iscritti al fondo stesso da almeno 12 mesi che vengano licenziati per motivi economici o comunque involontariamente disoccupati. Il nuovo intervento sarà realizzato ottimizzando le risorse già versate dalle imprese al Fasa, quindi senza ulteriori oneri a carico loro.

La copertura sanitaria prevista andrà da un minimo di sei mesi a un massimo di 18 mesi. L'accordo si aggiunge alle numerose forme integrative di assistenza previste dal ccnl di categoria che spaziano dal fondo di previdenza complementare Alifond al sostegno alla maternità, fino alla cassa per il rischio vita. «Sitratta» recita il comunicato congiunto di Federalimentare e sindacati - di un intervento concreto di sostegno che scatta in caso di perdita del lavoro.

In pratica il lavoratore, oltre alla Naspi erogata dall'Inps, potrà mantenere, «senza alcun onere a suo carico, per un periodo determinato e fino a nuova rioccupazione, i vantaggi per sé e per il nucleo familiare della copertura di tutte le spese sanitarie offerte dal Fasa». Secondo il presi-

dente di Federalimentare Luigi Scordamaglia, «si tratta di un accordo non solo fortemente innovativo ma che va verso la modernizzazione del modello contrattuale di categoria sempre più welfare, più produttività a livello aziendale e un primo livello sempre più solo di garanzia».

Per Stefano Mantegazza, segretario generale di Uila, «ancora una volta il sistema di relazioni sindacali nel settore alimentare ha fatto goal in materia di welfare contrattuale. Siamo particolarmente orgogliosi del risultato raggiunto». Per il segretario generale di Fai Luigi Sbarra «questa firma

## LA MISURA

La copertura del Fasa sarà estesa anche ai lavoratori licenziati, ottimizzando le risorse ma senza ulteriori oneri a carico delle imprese

premia l'impegno di tanti delegati, quadri e dirigenti che hanno creduto fino in fondo nella possibilità di dare un supporto aggiuntivo, e tutto contrattuale, a tante migliaia di persone che si trovano nella drammatica condizione di chi non ha più impiego».

Ivana Galli, segretario generale di Flai, parla di «risposta concreta per quanti si troveranno a vivere situazioni di crisi e che potranno, in questo modo, vedersi riconosciuto un sostegno e una tutela reale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# ITALIA

## TRIBUNALE DI MODENA

**FALLIMENTO MIA CINQUE SRL**  
**REG. FALL. n. 128/2016**

 Giudice delegato: Dott.ssa Alessandra Mirabelli  
 Curatore: Dott.ssa Rosanna Pignagnoli

Il Fallimento invita a fare offerte per l'acquisto in un lotto dell'azienda/albergo facente capo alla procedura ed esercitata presso la struttura alberghiera sita in Modena via Emilia Est n. 441 già corrente sotto l'insegna "Hotel Real Fini".

L'azienda così posta in vendita per complessivi euro 882.850 è formata dalle seguenti componenti:

- avviamento valutato in euro 426.965, giusto perizia del dottor Alessandro Tullio;

- attrezzature, beni mobili e arredi valutati in complessivi euro 455.885, come da inventario;

All'acquirente verrà riconosciuto il diritto di stipulare con Nadia spa, proprietaria dell'immobile/albergo, a ciò obbligata, un contratto di locazione ad uso alberghiero per la durata di nove anni, tacitamente rinnovabili, e ad un canone annuo pari ad imponibili euro 306.000,00 per il primo anno, ad imponibili euro 324.000,00 per il secondo anno e ad imponibili euro 360.000,00, dal terzo anno in poi. Il conduttore/acquirente dell'azienda dovrà consegnare a Nadia spa, a titolo di deposito cauzionale e garanzia, una fidejussione bancaria a prima richiesta ogni eccezione rimossa per un importo minimo pari al canone annuo così come verrà in concreto determinato, rilasciata da primario titolo di credito, da rinnovarsi di anno in anno per l'intera durata della locazione, a garanzia di tutti gli obblighi che saranno assunti da Nadia spa in ordine al contenuto dello stipulando contratto di locazione. Offerte non inferiori a euro 882.850, pari alla valutazione dell'avviamento più la valutazione da inventario dei beni senza spese, oneri e imposte per la procedura, da far pervenire entro e non oltre le ore 12 del 19 aprile 2017 facendo fede la data e l'ora apposti sul retro della busta dal curatore o da un suo delegato, presso lo studio del curatore Dott.ssa Rosanna Pignagnoli in Modena, Viale Buon Pastore n. 236, in busta chiusa contenente: l'indicazione del prezzo offerto non inferiore a euro 882.850; la cauzione a mezzo assegno circolare intestato a Fallimento Mia Cinque srl per importo pari al 10% dell'offerta proposta; l'indicazione del carattere irrevocabile dell'offerta; la eventuale comunicazione di mancata aggiudicazione e restituzione della cauzione; la documentazione comprovante i requisiti dell'offerente necessari ai fini della validità dell'offerta medesima, come di seguito indicati. L'offerta non potrà contenere condizioni. All'esterno della busta dovranno essere indicate le generalità dell'offerente, indirizzo, recapito telefonico e indirizzo pec dello stesso; la dicitura "offerta per l'acquisto dell'azienda alberghiera già corrente sotto il nome "Hotel Real Fini" del fallimento Mia Cinque Srl".

Per poter presentare valida offerta d'acquisto, l'interessato dovrà possedere e documentare tramite appropriata documentazione da allegare all'offerta all'interno della busta i seguenti requisiti:

- soggetto che individualmente ovvero quale realtà appartenente a Gruppo italiano o internazionale, sia presente nel settore alberghiero/ricettivo da almeno cinque anni;
- comprovata esperienza nella gestione di analoghe strutture similari per categoria (3-4-5 stelle) e capacità ricettiva (non meno di settanta camere);
- iscrizione nella "white list" in qualità di fornitori, prestatori di servizi ed esecutori di lavori non soggetti a tentativo di infiltrazione mafiosa tenuta dalla Prefettura-Ufficio Territoriale del Governo della Provincia, ai sensi dell'art. 5 bis D.L. 74/2012, laddove presente;
- dichiarazione attestante che la società non è incorsa in cause di divieto, sospensione e/o decadenza previste dall'art. 67 D.Lgs. 159/2011, laddove presente;
- due lettere di referenza bancaria da cui risulti che la società ha sempre fatto fronte ai suoi impegni con regolarità e puntualità, nel caso in cui il Soggetto avesse un'anzianità di iscrizione C.C.I.A.A. inferiore all'anno, le lettere di referenza bancaria dovranno riferirsi al socio di maggioranza, al controllante e/o al Capogruppo;
- dichiarazione assente di procedimenti penali e/o protesti a carico di amministratori o di Direttori.

Le buste contenenti le offerte verranno aperte alle ore 11.00 del giorno 20 aprile 2017 presso lo studio del curatore alla presenza del Notaio dottor Alessandro Frigo di Modena.

Qualora fossero presentate più offerte, sarà effettuata in tale sede presso lo studio del curatore gara informale fra gli offerenti, assumendo come prezzo base il più elevato tra gli importi proposti, con offerte in aumento non inferiori ad euro 45.000,00 (quarantacinquemila) e saranno considerate efficaci le offerte se formulate nei termini di sessanta secondi dall'offerta immediatamente precedente. All'esito dell'invito e dell'eventuale gara, il curatore restituirà ai non aggiudicatari le cauzioni versate e presenterà istanza ai competenti organi della procedura per ottenere l'autorizzazione alla vendita in favore dell'aggiudicatario, previo ogni necessario e opportuno provvedimento anche in ordine alla stipula del relativo contratto di locazione in Modena e pagamento del saldo prezzo anche in forma rateale entro e non oltre la data di stipula, pena la perdita della cauzione. Per prendere visione dei beni o del relativo inventario, od avere ulteriori informazioni contattare il curatore all'indirizzo e-mail: r.pignagnoli@ggrandiweb.it, tel. 059391910.

## TRIBUNALE CIVILE E PENALE

### DI BERGAMO

**SEZIONE FALLIMENTI**

 C.P. 1412 - 3 L.S.r.l. in LIQUIDAZIONE E CONC. PREV.  
 Giudice Delegato: Dott.ssa Laura Giraldi - Liquidatore Giudiziale: Dott. Alessandro Masera

Invito ad offrire per l'acquisto di capannone industriale

**LOTTO UNICO:** Pontida (BG) - Via Bergamo n. 1340 - Piana proprietà di complesso industriale composto di due unità, il corpo principale propriamente sede dell'attività di produzione industriale (distribuito su piano terra e piano interrato) ed un corpo secondario ad esso affiancato destinato a servizi igienici ed archivio. Affiancato alla testata nord-ovest del capannone industriale si trova il fabbricato ad uso uffici e servizi operativi, sviluppato su tre piani. Al tutto si aggiunge area scoperta cortile di uso esclusivo circostante la costruzione. Si precisa che l'immobile industriale è costituito anche da un piano interrato che non risulta accatastato ed addito a deposito. Dal punto di vista edilizio è stata presentata in Comune di Pontida una DIA in data 23/05/2008 (Pres. d'atto Pratica n. 87/2008) per la "formazione di opere murarie necessarie alla posa in opera di una nuova linea di taglio" a seguito della quale è costituito l'attuale piano interrato. Classe energetica: E (EP kwh/m² annuo) 369,01. Prezzo base d'asta: Euro 6.385.000,00 oltre IVA e imposte di legge e rilanci non inferiori ad Euro 20.000,00. Offerte da presentarsi entro e non oltre le ore 12.00 del giorno 08/05/2017. Vendita senza incanto 09/05/2017 ore 09.00 innanzi al Liquidatore Giudiziale c/o Studio Pedrotti-Venier & Associati, Piazza G. Moncalvo n. 20, Bergamo. Eventuali ulteriori informazioni possono essere richieste al Liquidatore Giudiziale Dr. Alessandro Masera - tel. 035285858 / fax 035218555 / e-mail alessandro.masera@pedrottivenier.it / www.asteanunci.it.

## TRIBUNALE

### DI BERGAMO

Treviglio (Bg) - via Pasturana - Complesso edilizio sorto su area del mappale 13183 di ettari 1.0275 composto da: porzione di fabbricato al p.t. composta da due locali e servizi; cantina e lavanderia al p. interrato con accesso da scala interna esclusiva. ACE EPB G ETC A+. Porzione di fabbricato composta da locale, servizi e disimpegno al p.t.; tre locali, servizi, ripostiglio, disimpegno e due balconi al p. primo con accesso da scala interna esclusiva; cantina, ripostiglio e servizio al p. interrato con accesso da scala interna esclusiva. ACE EPB G ETC A+. Due vani uso autoremessa privata al p. interrato. Fabbricato destinato ad attività agricola al p.t. composto da magazzino agricolo, tettoio-deposito, bagno, spogliatoio, ufficio e disimpegno; locale tecnico in corpo staccato; legnaia in corpo staccato; area esclusiva al p.t. Prezzo base Euro 685.125,00. Rilancio Euro 10.000,00. Vendita senza incanto 1/6/2017 ore 9.00. Dott.ssa G. Golinelli, Professionista delegato alla vendita Dott. M. Luraghi. Per info Associazione Notarile Bergamo tel. 035/219426 e www.asteanunci.it. Rif. RGE 142/13

## TRIBUNALE

### DI FORLÌ

CENENATO (FC) - via Anita Garibaldi 7 - Lotto unico: piena proprietà per l'intero albergo-ristorante con villino liberty e abitazione per il custode siti sul porto di Cenesanato. L'albergo, su 5 livelli f.t. e un interrato, conta 52 camere e 8 suite. Al p.t. hall, ristorante e servizi. Camere ai piani dal 1° al 4°; il villino, 305 mq, su tre piani è dotato di giardino. La casa del custode, 164 mq, è su due piani con corte. Libero. Prezzo base Euro 2.650.000,00. Aumento minimo Euro 53.000,00. Vendita senza incanto 11.5.2017 ore 12.30. G.E. Dott.ssa B. Vaccaro. Professionista Delegato e Custode Dott. Oreste Santi tel. 0543316555. R.G.E. N. 370/13. www.tribunale.forli.giustizia.it, www.asteanunci.it, www.rivistaastegiudiziarie.it, www.canaleaste.it

## TRIBUNALE DI BERGAMO

**CONCORDATO PREVENTIVO TRE BI S.R.L. IN LIQUIDAZIONE**  
**n. 21/2016 C.P.**

 Giudice Delegato: Dott. Giovanni Panzeri  
 Commissario Giudiziale: Dott. Maurizio Salvetti

**DECRETO DI APERTURA DI PROCEDIMENTO COMPETITIVO**

Si rende noto che il Tribunale di Bergamo, Seconda sezione civile,

**PREMESSE**

che con decreto emesso in data 9 febbraio 2017 la società, che opera quale officina meccanica, per conto proprio e di terzi, di articoli casalinghi e di utilità domestica:

- è stata ammessa al concordato, sulla base di un piano e di una proposta che sono accompagnati da una offerta irrevocabile di acquisto, condizionata all'omologazione del concordato, inerente l'intera "Azienda" ed il "Magazzino", nella consistenza meglio descritta nella perizia del geom. Nadia Lorenzi;

- che ciò determina l'obbligo per il Tribunale di aprire una procedura competitiva, per la ricerca di eventuali ulteriori soggetti interessati all'acquisto dell'azienda e del magazzino di Tre Bi S.r.l. in liquidazione ai sensi dell'art. 163-bis L.F.;

- che con decreto emesso in data 16 febbraio 2017 il Tribunale di Bergamo

**HA DISPOSTO**

la vendita, in un unico Lotto, della "Azienda" e del "Magazzino" di proprietà di Tre Bi S.r.l. in liquidazione.

Tenuto conto che l'art. 163-bis, secondo comma, L.F. impone al Tribunale di stabilire l'aumento minimo del corrispettivo indicato nelle offerte già esistenti e di quanto previsto nella offerta irrevocabile formulata, il prezzo offerto non può essere inferiore ad € 1.400.000,00, oltre ad imposte di legge; in caso di gara per pluralità di offerenti, ciascun rilancio non può essere inferiore ad € 20.000,00.

E' fissata alle ore 10.45 del giorno 10 maggio 2017 l'udienza avanti al Giudice Delegato (Palazzo di Giustizia, via Borfuro n.11/B, terzo piano, Sezione Fallimentare, stanza del Giudice Giovanni Panzeri) per la deliberazione sulle offerte e per l'eventuale gara tra gli offerenti.

Gli interessati entro le ore 12.00 del giorno antecedente alla data fissata per l'esame delle offerte e per la gara tra gli offerenti, devono depositare la cauzione (d'importo pari ad un decimo del prezzo offerto mediante assegno circolare intestato al concordato da allegare all'offerta di acquisto) e formulare l'offerta di acquisto irrevocabile.

La presentazione di offerte costituisce conferma di presa visione delle modalità e condizioni di vendita contenute nel decreto del Tribunale di Bergamo inserito sul sito internet [www.tribunale.bergamo.it](http://www.tribunale.bergamo.it) e sui portali nazionali collegati [www.asteanunci.it](http://www.asteanunci.it), [www.astevvisi.it](http://www.astevvisi.it), [www.canaleaste.it](http://www.canaleaste.it), [www.auctionstaly.com](http://www.auctionstaly.com) e [www.auctionstaly.it](http://www.auctionstaly.it).

Per informazioni rivolgersi al Curatore Dott.ssa Francesca Bonaldi, tel. Maurizio Salvetti, telefono 035222133, mail [mauriziosalvetti@studiofazzana.it](mailto:mauriziosalvetti@studiofazzana.it).

## TRIBUNALE CIVILE DI BOLZANO

**Sezione Fallimentare**

 Fallimento n. 277/2016 - Cavale S.r.l.  
 Giudice Delegato: Dott.ssa Francesca Bonaldi  
 Curatore: Dott. Alessandro Zadra

**AVVISO DI VENDITA**

Si rende noto che il giorno 19 aprile 2017 alle ore 11:15, presso il Tribunale di Bolzano

in Piazza Tribunale, 1 - 39100 Bolzano, Aula "P", si terrà il quarto tentativo di vendita con procedura competitiva ex art. 107 L.F. degli assets di proprietà della società fallita, secondo lo schema previsto dal "Regolamento di vendita" pubblicato integralmente sul sito del Tribunale di Bolzano ([www.tribunale.bolzano.it](http://www.tribunale.bolzano.it)) - sezioni VENDITE GIUDIZIARIE e BENI FALLIMENTARI IN VENDITA, insieme alla documentazione consultabile ai fini della necessaria due diligence (previa richiesta ed ottenimento del codice di accesso).

Gli assets oggetto di vendita sono in sintesi:

- **Lotto unico**
  - 1) Impianto di allevamento, comprensivo di immobili, sito in Calvisano (BS);
  - 2) Attrezzature, macchinari, automezzi;
  - 3) Rimanenze di prodotti finiti;
  - 4) Rimanenze di materiali di consumo;
  - 5) Attrezzature da allevamento, automezzi e arredi;
  - 6) Dipendenti.

Prezzo base complessivo iniziale: € 2.043.000,00 (due milioni quarantatremila) Aumento minimo: € 50.000,00 (cinquante mila).

Il prezzo base definitivo sarà determinato previa verifica della effettiva consistenza del parco titoli, secondo quanto stabilito nel "Regolamento di vendita", al quale si invitano gli interessati a prendere visione ed al quale si rinvia.

La vendita è soggetta alle norme sull'imposta di registro, secondo diverse aliquote.

Per ulteriori informazioni e dettagli, contattare il Curatore Dott. Alessandro Zadra: tel. 0471 272001 - fax 0471 288514 - E-mail [info@associatibz.it](mailto:info@associatibz.it).

IL CURATORE Dottor Alessandro Zadra

## TRIBUNALE CIVILE DI TRENTO

**Sezione Fallimentare**

 Fallimento Tassullo Materiali S.p.A. - N. 64/2016  
 Fallimento Tassullo S.p.A. - N. 86/2016

 Giudice Delegato: Dott.ssa Monica Attanasio  
 Curatori: Alberto Bombardelli e Stefano Lauro

**AVVISO DI VENDITA**

 Si rende noto che il giorno 11 del mese di aprile dell'anno 2017, alle ore 12.00, presso lo studio del curatore, Alberto Bombardelli, sito in Trento, Via Manzoni 16 - 5° Piano, ai sensi dell'art.107 L.F., si terrà il tentativo di vendita in unico lotto del "Banco Stabilimenti" di proprietà della Tassullo Materiali S.p.A. e del "Marchi" di proprietà di Tassullo S.p.A., secondo lo schema previsto dal "Regolamento di vendita" che è stato pubblicato integralmente sul sito internet del Tribunale di Trento (<http://www.tribunale.trento.it>), area VENDITE GIUDIZIARIE, sul portale internet delle procedure concorsuali del Tribunale di Trento (<http://www.fallimentitrento.com>), area DATAROOM FALLIMENTI, e sul portale internet della procedura concorsuale sopra indicata (<http://www.cptassullosmateriali.it>) insieme alla cospicua documentazione, consultabile - previo codice di accesso - ai fini della necessaria due diligence. Gli assets oggetto di vendita saranno compresi in un Unico Lotto (l) come segue:

**Unico Lotto:** Ramo di azienda di proprietà di Tassullo Materiali S.p.A., comprendente gli stabilimenti di Tassullo e Molara, unitamente alle cave di Pozzolonghe e Bouzen, nonché le attrezzature, i macchinari, i contratti con clienti e dipendenti, il contratto di locazione immobiliare della sede, altre partecipazioni strategiche pertinenti al ramo ed, infine, i Marchi di proprietà di Tassullo S.p.A.

**Prezzo base complessivo:** Euro 7.192.000,00 (settemilioni centonovantaduemila);

**Aumento minimo:** Euro 100.000,00 (centomila).

Al fine del prezzo di aggiudicazione, si terrà conto, altresì, del cd. Bonus dipendenti, corrispondente al numero dei dipendenti licenziati nell'ambito della recente procedura di mobilità, che l'offerente si impegnerà eventualmente a riassumere.

La vendita dell'Unico lotto è soggetta alle norme sull'imposta di registro, secondo diverse aliquote per quanto concerne il Ramo Stabilimenti e la sede di Molara, e secondo le aliquote applicabili in caso di esito infruttuoso della gara, i successivi esperimenti avverranno in tempi brevi, senza ulteriore pubblicazione dell'atto di aggiudicazione nazionale. Per ulteriori informazioni e dettagli, anche sulle date delle eventuali offerte, si invita a contattare il curatore Alberto Bombardelli - Tel. 0461-273060, Fax 0461-264964, E-mail [segreteria@cgssassullos.it](mailto:segreteria@cgssassullos.it).

IL CURATORE DI Tassullo Materiali S.p.A. Alberto Bombardelli

IL CURATORE DI Tassullo S.p.A. Stefano Lauro

(f) Essenziale, per maggior dettaglio e per presentare correttamente l'offerta, consultare il Regolamento di vendita o depositare d'asta

## TRIBUNALE CIVILE DI TRENTO

**Sezione Fallimentare**

 Fallimento n. 64/2016 - Tassullo Materiali S.p.a.  
 Giudice Delegato: Dott.ssa Monica Attanasio  
 Curatore: Alberto Bombardelli

**AVVISO DI VENDITA**

 Si rende noto che il giorno 11 del mese di aprile dell'anno 2017 ad ore 11.30, presso lo studio del Curatore Alberto Bombardelli sito a Trento, Via Manzoni 16 - 5° Piano, ai sensi dell'art. 107 L.F., si terrà il tentativo di vendita in più lotti, degli assets di proprietà del Fallimento, secondo lo schema previsto dal "Regolamento di vendita" che è stato pubblicato integralmente sul sito internet del Tribunale di Trento (<http://www.tribunale.trento.it>), area VENDITE GIUDIZIARIE, sul portale internet delle procedure concorsuali del Tribunale di Trento (<http://www.fallimentitrento.com>), area DATAROOM FALLIMENTI, e sul portale internet della procedura concorsuale sopra indicata (<http://www.cptassullosmateriali.it>) insieme alla cospicua documentazione, consultabile - previo codice di accesso - ai fini della necessaria due diligence. Gli assets oggetto di vendita saranno suddivisi in N. 2 lotti, distinti sinteticamente (l) come segue:

**Lotto 1:** Ramo di azienda comprendente la miniera di Riomaggiore relativa alle grotte (pogge, la galleria di accesso alla miniera ed una partecipazione strategica e pertinente al ramo:

- Miniera Riomaggiore Euro 4.238.000 (seicentotrentatremila);

- Galleria accesso Riomaggiore Euro 900.000 (novecentomila);

- CAE srl - 60% del capitale sociale Euro 1.192.000 (seicentotrentatremila);

**Prezzo base complessivo:** Euro 6.330.000 (seimilioni trentatremila);

**Aumento minimo:** Euro 100.000 (centomila).

**Lotto 2:** Cava di Mezzocorona: Euro 676.000 (seicentotrentatremila);

**Prezzo base complessivo:** Euro 676.000 (seicentotrentatremila);

Aumento minimo: Euro 100.000 (centomila).

La vendita dei lotti è soggetta alle norme sull'imposta di registro, secondo diverse aliquote. In caso di esito infruttuoso della gara, i successivi esperimenti avverranno in tempi brevi, senza ulteriore pubblicazione dell'atto di aggiudicazione nazionale. Per ulteriori informazioni e dettagli, anche sulle date delle eventuali successive aste, contattare il curatore Alberto Bombardelli - Tel. 0461-273060, Fax 0461-264964, E-mail [segreteria@cgssassullos.it](mailto:segreteria@cgssassullos.it).

IL CURATORE FALLIMENTARE Alberto Bombardelli

Per maggior dettaglio consultare il Regolamento per la presentazione delle offerte di acquisto

## TRIBUNALE

### DI BERGAMO

 Bergamo (Bg) - via Diaz 14 - Appartamento al p. terzo composto da ingresso, disimpegno, ripostiglio, lavanderia, cucina, balcone, disimpegno notte, due camere e soggiorno; cantina al p. interrato; autoremessa accessibile da via L. in Polonia. Immobile libero. Prezzo base Euro 502.000,00. Rilancio Euro 10.000,00. Vendita senza incanto 10/5/2017 ore 15.30. G.E. Dott.ssa E. Gelato, Professionista Delegato alla vendita Avv. P. Carnevale. Vendita e deposito offerte c/o sede ASPEG. Per info: tel. 035/243445, [avv.valentinacarnevale@gmail.com](mailto:avv.valentinacarnevale@gmail.com) e [www.asteanunci.it](http://www.asteanunci.it). Rif. RGE 1158/15

## TRIBUNALE

### DI BERGAMO

 Civitate al Piano (Bg) - via Caniana 14 - Villino su tre pp., composto da ingresso, cucina, soggiorno, disimpegno, due camere, bagno w.c. e portico al p.t.; salotto, tre camere, bagno w.c. e due balconi al p. secondo; due cantine, lavanderia, locale caldaia e ripostiglio al p. sottotetto; autoremessa al p.t.; autorimessa al p. primo sottotetto. Presenza difformità. Immobile occupato senza titolo opponibile. Prezzo base Euro 614.000,00. Rilancio Euro 10.000,00. Vendita senza incanto 10/5/2017 ore 15.30. G.E. Dott.ssa L. Giraldi, Professionista Delegato alla vendita Avv. P. Carnevale. Vendita e deposito offerte c/o sede ASPEG. Per info: tel. 035/243445, [avv.valentinacarnevale@gmail.com](mailto:avv.valentinacarnevale@gmail.com) e [www.asteanunci.it](http://www.asteanunci.it). Rif. RGE 209/16

## TRIBUNALE

### DI ROMA

 FALL. n. 823/16 R.F.  
 G.D. Dott.ssa Cavaliere. Vendita con procedura competitiva ex art. 107 L.F.: 12 aprile 2017 ore 10.30 innanzi al professionista delegato Not. Alfonso Colucci c/o lo studio in Roma Via Emanuele Gianturco, 1. Lotto Unico: Comune di Semproniano (GR). Tenuta di Cortecchella, con superficie totale di ettari 2,25 circa che si estende parte sul Comune di Semproniano e parte sul Comune di Castell'Azzara, composta da 1.080 immobili, tra fabbricati e terreni. Prezzo base Euro 12.765.781,00 in caso di gara aumento minimo Euro 10.000,00. Deposito offerte entro le ore 10:00 del 12/4/2017 c/o suddetto studio. Per maggiori info anche su modalità presentazione offerta e partecipazione procedura competitiva: Curatore Avv. Anna Rita Dell'Omo e-mail: [avv.annarita.dellomo@gmail.com](mailto:avv.annarita.dellomo@gmail.com), e-mail: [f823.2016@pecfalliment.it](mailto:f823.2016@pecfalliment.it), su [www.tribunale.roma.it](http://www.tribunale.roma.it) e [www.giustizia.lazio.it](http://www.giustizia.lazio.it). (Cod. A333354). Il Fallimento NON si avvale di intermediari.

Così deliberato in Milano, nella camera di consiglio del 10 marzo 2016

IL GIUDICE RELATORE IL PRESIDENTE

dott.ssa Silvia Giani dott.ssa Marina Anna Tavassi

## TRIBUNALE

### DI BERGAMO

 Romano di Lombardia (Bg) - via del Commercio 481 - Fabbricato in corso di costruzione composto da due di servizi igienici al p.t.; uffici e due servizi igienici al p. primo; autorimessa al p. interrato. Immobile non agibile per mancanza dei lavori di sistemazione area esterna e sugli impianti: elettrico, riscaldamento/condizionamento, ascensore. Prezzo base Euro 520.000,00. Rilancio Euro 5.000,00. Vendita senza incanto 10/5/2017 ore 16.00. G.E. Dott.ssa G. Golinelli, Professionista Delegato alla vendita Dott.ssa M. Serpio. Vendita e deposito offerte c/o Studio del Delegato, in Bergamo, via Sant'Alessandro 4. Per info: tel. 035/215248, [mserpio@notariato.it](mailto:mserpio@notariato.it) e [www.asteanunci.it](http://www.asteanunci.it). Rif. RGE 774/15

## TRIBUNALE DI ALESSANDRIA

**(FALL. n. 6/16)**
**2° AVVISO DI VENDITA FARMACIA IN ALESSANDRIA**

Foto di un edificio, probabilmente la Farmacia San Giuliano.

 Fallimento Farmacia San Giuliano vende esercizio di Farmacia nel Comune di Alessandria (Fraz. San Giuliano Vecchio) composto da: (1) LOTTO 1 AZIENDA FARMACIA prezzo ribassato € 840.000; 2) LOTTO 2 IMMOBILE DI PIENA PROPRIETÀ prezzo ribassato € 450.000. Preferite offerte per i due lotti. Le perizie di stima sono depositate presso il Trib. di Alessandria e consultabili con accesso alla data room presso [www.fallimentialessandria.com](http://www.fallimentialessandria.com). Il magazzino verrà regolato separatamente sulla base di inventario analitico in contraddittorio con l'aggiudicatario. Gli interessati dovranno far pervenire entro le ore 12.00 del giorno 18/04/2017 presso lo studio del Curatore (Via XII Ottobre 28 R, 16121 Genova), in busta chiusa firmata sui lembi, l'offerta di acquisto ad un prezzo non inferiore a quello base sopra indicato. Per maggiori informazioni o visita della farmacia rivolgersi presso Curatore fallimentare dott. M. Pollio (tel. 010/589081) o sui siti [www.astevvisi.it](http://www.astevvisi.it) / [www.asteanunci.it](http://www.asteanunci.it) / [www.rivistaastegiudiziarie.it](http://www.rivistaastegiudiziarie.it) / [www.canaleaste.it](http://www.canaleaste.it). Il bando completo per la procedura competitiva per l'acquisizione dell'azienda è consultabile sui siti internet indicati.

Per questa pubblicità: 02.30223594 - 3126 e-mail: legale@ilssole24ore.com

www.astetribunali24.it

 Ufficio A/10, 1° piano, 4,5 vani; box auto n. 42 C/6, 16 mq; box auto n. 29 C/6, 17 mq. Di recente costruzione, liberi, mediocre stato manutentivo. Prezzo base Euro 120.120,00, offerta minima Euro 96.096,00, in caso di gara aumento minimo Euro 10.000,00. Deposito offerte entro le ore 12.30 del 26/05/2017 presso lo studio del curatore. Onorari del notaio rogante l'atto di trasferimento Euro 4.400 oltre IVA; costi cancellazione iscrizioni euro 250 oltre IVA per ciascuna formalità. Maggiori info in Cancelleria Fallimentare e presso il Curatore tel. 06/6793523; fax 06/6793540; mail [segreteria@rcstudio.it](mailto:segreteria@rcstudio.it); PEC [f779.2013@pecfalliment.it](mailto:f779.2013@pecfalliment.it). Ulteriore documentazione su [www.tribunale.roma.it](http://www.tribunale.roma.it), [www.giustizia.lazio.it](http://www.giustizia.lazio.it) e [www.astegiudiziarie.it](http://www.astegiudiziarie.it) (cod. asta A357967)

Per questa pubblicità: 02.30223594 - 3126 e-mail: legale@ilssole24ore.com

www.astetribunali24.it

 Ufficio A/10, 1° piano, 4,5 vani; box auto n. 42 C/6, 16 mq; box auto n. 29 C/6, 17 mq. Di recente costruzione, liberi, mediocre stato manutentivo. Prezzo base Euro 120.120,00, offerta minima Euro 96.096,00, in caso di gara aumento minimo Euro 10.000,00. Deposito offerte entro le ore 12.30 del 26/05/2017 presso lo studio del curatore. Onorari del notaio rogante l'atto di trasferimento Euro 4.400 oltre IVA; costi cancellazione iscrizioni euro 250 oltre IVA per ciascuna formalità. Maggiori info in Cancelleria Fallimentare e presso il Curatore tel. 06/6793523; fax 06/6793540; mail [segreteria@rcstudio.it](mailto:segreteria@rcstudio.it); PEC [f779.2013@pecfalliment.it](mailto:f779.2013@pecfalliment.it). Ulteriore documentazione su [www.tribunale.roma.it](http://www.tribunale.roma.it), [www.giustizia.lazio.it](http://www.giustizia.lazio.it) e [www.astegiudiziarie.it](http://www.astegiudiziarie.it) (cod. asta A357967)

Per questa pubblicità: 02.30223594 -










# WYCON

cosmetics

APRI IL TUO NEGOZIO  
**IN FRANCHISING**

[FRANCHISING@WYCONCOSMETICS.COM](mailto:FRANCHISING@WYCONCOSMETICS.COM)

   | [WYCONCOSMETICS.COM](http://WYCONCOSMETICS.COM)



**Industria + Finanza**  
Cinque giovani registi  
per gli occhiali Armani  
GIULIA CRIVELLI PAG. 26



**Industria + Finanza**  
Lovable punta in Italia  
a 200 monomarca  
MARTA CASADEI PAG. 27



**Industria Cosmetica**  
Focus Cosmoprof,  
beauty da 10 miliardi  
MARIKA GERVASIO PAGG. 28-29



## COVER STORY

# Nuovo «codice» per la sostenibilità

In arrivo l'obbligo  
del bilancio sociale  
per le quotate: convegno  
Prada con il Politecnico

di **Giulia Crivelli**

● Di sviluppo sostenibile si iniziò a parlare solo trent'anni fa, quando, nel 1987, fu pubblicato il rapporto dell'Onu *Our Common Future*, che parlava però "solo" dell'impatto ambientale delle attività dell'uomo. Passarono altri cinque anni prima di ampliare il concetto di sostenibilità agli aspetti economici e sociali, grazie all'*Earth Summit*, anche questo organizzato dalle Nazioni Unite, che si tenne nel 1992 a Rio de Janeiro.

Da allora poco è cambiato in termini di distribuzione della ricchezza: il 20% della popolazione mondiale si accaparra l'80% delle risorse del pianeta. Tanto per fortuna è cambiato in termini di Corporate social responsibility (Csr) delle aziende: in molti Paesi occidentali per le società quotate è obbligatorio il Bilancio sociale (a breve lo sarà pure in Italia), e, cosa ancora più importante, anche senza veri e propri obblighi di legge, la maggior parte delle imprese si impegna per essere sempre più sostenibile in termini ambientali, sociali ed economici.

Il mondo della moda e del lusso non fa eccezione, anche se forse si è mosso con un certo ritardo rispetto ad altri settori, nonostante il forte impatto ambientale che da sempre lo caratterizza. I grandi gruppi, italiani e stranieri, possono dare l'esempio all'intera filiera, sia con l'esempio sia stimolando la discussione sulla Csr. È quello che farà Prada con *Shaping a Creative Future*, conferenza organizzata lunedì e martedì prossimi a Milano in collaborazione con le School of Management dell'università di Yale e del Politecnico di Milano.

Gli aspetti ambientali restano centrali al dibattito: si calcola che il 10% delle emissioni globali sia dovuto al tessile-abbigliamento-modà e che solo l'industria petrolifera inquinò di più (le stime sono della rivista americana *Forbes*, non esattamente un house organ degli ambientalisti). Ogni anno si producono 150 miliardi di capi di abbigliamento e, solo negli Stati Uniti, ogni persona si libera di 35 chili di vestiti usati, non propriamente oggetti biodegradabili. La tecnologia potrebbe aiutare, in questo aspetto del ciclo della moda, come è emerso dal convegno *Rethinking Fashion Sustainability*, che si è tenuto il 9 marzo nella sede di Milano di Boston Consulting Group, organizzato da Fashion Technology Accelerator. Piero Leo, chief technology officer di Ibm, ha spiegato che «l'innovazione digitale, in particolare quella legata all'intelligenza artificiale, consente già e consentirà sempre di più di predire in modo accurato quantità e tipologie di capi da produrre. Oggi ogni anno circa il 30% dei prodotti finiti termina in discarica senza aver neanche raggiunto il consumatore».

Lunedì e martedì però si parlerà soprattutto del rapporto tra sostenibilità e i due asset più preziosi della moda, innovazione e creatività. «Oggi, per parlare di innovazione, bisogna focalizzarsi sulle attività destinate a creare un mondo migliore e una società più equa – spiega Andrea Sianesi, dean della Graduate School of Business del Politecnico di Milano –, i settori creativi hanno un ruolo fondamentale nel contribuire a trovare soluzioni innovative per le sfide che la società ci chiede di affrontare». La reputazione in termini di sostenibilità di un'azienda e dei suoi marchi è fondamentale per i consumatori, specie i Millennials (i nati dopo il 1980), sottolinea Raffaella Cagliano, docente di People Management & Organization alla School of Management del Politecnico. «È importante che i clienti finali percepiscano l'autenticità e la coerenza dell'impegno sulla sostenibilità, ambientale e sempre di più di quella sociale. Le aziende del lusso sono un po' in ritardo rispetto a quelle dell'agro-alimentare, ad esempio, ma stanno recuperando terreno», aggiunge Raffaella Cagliano.

Il programma completo del convegno si può trovare all'indirizzo: <http://csr.prada-group.com> e l'evento si può seguire anche su Twitter (@shapethefuture).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Abiti «green».** L'immagine scelta per la Strawberry Earth Fair, evento dedicato alla moda sostenibile

**09/17**

**EVENTO CAMERA DELLA MODA**  
In occasione delle sfilate di settembre, il presidente della Camera della moda Carlo Capasa ha annunciato un nuovo evento dedicato alla sostenibilità, tra le priorità del suo mandato

**10%**

**EMISSIONI DEL SISTEMA MODA**  
L'industria del tessile-abbigliamento ha un record (negativo) di contributo ai gas serra diffusi a livello globale e che minacciano l'equilibrio climatico del pianeta

**150 mld**

**CAPI PRODOTTI OGNI ANNO**  
Il 30% finisce direttamente in discarica. Per smaltire i prodotti in fibra di poliestere (per i quali sono necessari 700 milioni di barili di petrolio all'anno) servono due secoli

**18 MARZO**  
**IED OPEN DAY**  
REGISTRATI SU [IED.IT/OPENDAY](http://IED.IT/OPENDAY)



SCUOLA INTERNAZIONALE DI  
DESIGN | MODA | ARTI VISIVE | COMUNICAZIONE

**IED** FIND YOUR DIFFERENCE

MILANO | BARCELONA | CAGLIARI | COMO | FIRENZE | MADRID | RIO DE JANEIRO | ROMA | SÃO PAULO | TORINO | VENEZIA

## MARCHI STORICI

## Gucci si affida al global citizen

● Dall'*Earth Summit* dell'Onu di Rio de Janeiro del 1992 non emerse solo l'idea che la sostenibilità dovesse essere contemporaneamente ambientale, economica e sociale (si veda l'articolo a fianco). L'altro messaggio forte fu «Think globally, act locally». Gucci è stato pioniere nel raccogliere entrambe le sfide e non è un caso se il cappello sotto il quale confluiscono tutte le iniziative, i progetti e le attività di Corporate social responsibility (Csr) si chiami *Global Citizen*, che ha inglobato *Chime For Change*, la campagna per l'empowerment di donne e bambini lanciata nel 2013 a Londra con un mega concerto, la cui star principale fu Beyoncé.

L'impegno di Gucci è importante in sé e per la grandezza dell'azienda: la maison fondata a Firenze nel 1921, oggi parte del gruppo Kering, ha chiuso il 2016 con ricavi 4,37 miliardi di euro (+12,7% a cambi costanti) ed è uno dei più importanti player del settore. Il ceo e presidente Marco Bizzarri e il direttore creativo Alessandro Michele negli ultimi due anni hanno sicuramente dato nuovo impulso alla Csr, ma i semi erano stati gettati ancora prima del loro

arrivo. Gucci è il marchio di lusso che per primo ha ottenuto la SA8000, la certificazione internazionale sulla "social accountability (SA)" e che riguarda valori come l'etica del modello di business, il rispetto delle persone, la salute e la sicurezza sul luogo di lavoro e i diritti e le pari opportunità dei lavoratori.

Tra le novità più recenti, il rinnovo del programma Welfare for you (si veda anche il Sole 24 Ore del 31 gennaio) per i 600 dipendenti del network retail di Gucci in Italia. A livello europeo, risale invece a febbraio l'entrata di Gucci in Parks ([www.parksdiversity.eu](http://www.parksdiversity.eu)), organizzazione senza scopo di lucro che promuove all'interno della azienda socie i valori della diversità e inclusione, con focus specifico sulla diversità dell'orientamento sessuale e dell'identità di genere. *Game changer* (letteralmente, in grado di cambiare le regole del gioco) è stata poi definita la decisione di Gucci di dedicare il casting della campagna per la precollezione autunno-inverno 2017-18 solo a modelle e modelli neri.

– G.C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## FAST FASHION

## Priorità al rispetto ambientale

di **Marta Casadei**

● Tra gli interrogativi che i consumatori "conscious", in particolare quelli più giovani e quindi più orientati ad acquisti accessibili, si pongono oggi prima di fare shopping spicca quello che indaga se il prodotto fast fashion sia anti-ecologico perché si basa su una logica di consumo rapido e quindi di spreco o invece sia l'esempio di un percorso di progressiva responsabilizzazione della moda, purché in linea con una velocità imposta dai tempi.

Le prime risposte concrete arrivano dai colossi del fast fashion che, consapevoli di doversi relazionare con una clientela sempre più attenta all'impatto ambientale dei propri acquisti, hanno cominciato a sviluppare capi che siano più sostenibili rispetto al passato e che possano essere venduti a un prezzo accessibile. Tra i pionieri della moda sostenibile low cost c'è H&M che non solo da anni realizza una collezione studiata appositamente per essere più green – la Conscious Exclusive Collection, la cui edizione 2017 sarà in alcuni

negozi dal 20 aprile con capi da donna, uomo e bambino – ma ha progressivamente adottato materiali green nelle proprie produzioni standard: l'obiettivo del gruppo svedese, che promuove anche la circolarità dei consumi invitando i clienti a riconsegnare capi e tessuti da riciclare, è utilizzare unicamente cotone proveniente da fonti sostenibili nel 2020.

Per la P-E 2017 anche il gruppo catalano Mango, altro big player del segmento, ha lanciato una collezione dall'anima "impegnata": Mango Committed conta capi da uomo e da donna realizzati con una particolare attenzione alla sostenibilità, complicità materiali naturali e biologici come il cotone organico e il cotone riciclato, il tencel e il modal, proposti in una palette neutra o trattati con coloranti a basso impatto ambientale. Il 2016 ha confermato anche il peso "sostenibile" di Benetton, leader della classifica Detox di Greenpeace. Il gruppo veneto si è infatti impegnato a escludere totalmente dalla produzione 11 gruppi chimici potenzialmente dannosi e ha implementato controlli stringenti sulle acque di scarico, in risposta all'esigenza di una filiera sempre più pulita.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## SETTORI

## La svolta green della conceria

di **Nataascia Ronchetti**

● La grande svolta green è cominciata quindici anni fa, sotto la pressione delle principali maison di moda che, attente a non macchiare la loro reputazione, chiedevano una filiera socialmente ed ecologicamente virtuosa, a partire dall'approvvigionamento della materia prima. Oggi l'industria conciaria italiana, decima al mondo per valore della produzione, ha centrato l'obiettivo di diminuire i consumi idrici del 17,6%, quelli energetici del 19,4%. Un risultato raggiunto con un aumento degli investimenti in sostenibilità che secondo Unice – l'associazione di categoria del settore – li porterà nel corso degli anni a una quota di 250 milioni, vale a dire il 5% del volume d'affari, pari a 5 miliardi. «Abbiamo trasformato la sostenibilità – dice il presidente di Unice Gianni Rosso – in un fattore vincente della nostra cultura industriale, sia nei confronti dei clienti sia nei confronti dei territori». Questo nonostante gli ostacoli disseminati dagli ingranaggi burocratici e da una moltiplicazione di leggi, regolamenti e direttive, sia a livello nazionale che locale: dal 1970 in

poi le normative in materia emanate in Italia sono salite a 25 mila. «Una proliferazione – prosegue Rossi – che ha creato spesso situazioni confuse dalle quali anche adesso riusciamo a districarci con mille difficoltà». Nonostante una legislazione sempre più complessa la spinta dei grandi gruppi internazionali ha fatto dell'industria conciaria, concentrata prevalentemente in Veneto, Toscana, Campania e Lombardia, una eccellenza capace di archiviare definitivamente anche la nomea di settore ad alto impatto ambientale. Nomea ingiusta, aggiunge Rossi, «perché in realtà siamo da sempre molto controllati». Cosa che ha contribuito, anche nelle fasi più difficili della crisi economica, a tenere alta nel mondo l'immagine della massima qualità delle pelli italiane. Dopo aver investito in interventi per la depurazione delle acque, per lo smaltimento dei fanghi e il recupero dei sottoprodotti, le aziende del settore continuano a puntare sull'innovazione tecnologica per ridurre l'impatto ambientale. Molte stanno dotando di impianti di cogenerazione ed eliminando sempre di più dal ciclo produttivo sostanze chimiche che possono essere nocive per l'ambiente e per la salute.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

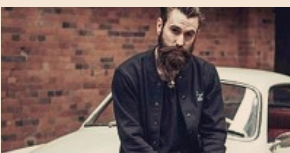
## ONLINE

[www.moda24.ilssole24ore.com](http://www.moda24.ilssole24ore.com)



## Keller direttore artistico Givenchy

Givenchy ha annunciato la nomina di Clare Waight Keller a direttore artistico, con decorrenza dal 2 maggio 2017. Clare Waight Keller assumerà la responsabilità creativa di tutte le collezioni della maison francese: dal prêt-à-porter donna e uomo agli accessori, fino all'alta moda.



## A Londra, consumi hipster per l'inflazione

Gin, latte di soia o di avena e caschetti per le bici: l'Office for National Statistics (Ons) di Londra ha inserito nel basket dei prodotti per il calcolo dell'inflazione anche alcuni beni di consumo cari agli hipster, una fascia di consumatori sempre più ampia che per questi prodotti spende cifre importanti.



## La maschera nera: il test di Moda24

La "maschera nera" è una delle tendenze beauty più attuali. A base di carboni vegetali e argille oppure metalli ridotti in polveri finissime che asportano le impurità, queste formule sono sì detossinanti, ma contemporaneamente svolgono un'azione levigante e illuminante.



## Apré Viu, 5 stelle a Milano Porta Volta

Apré Viu, nuovo hotel cinque stelle di proprietà italiana, con interni firmati Molteni, piscina sul tetto e cucina di Giancarlo Morelli. Dove? A Porta Volta, cuore del rinascimento contemporaneo milanese, dove tra ex-case popolari ed ex-fabbriche, crescono architetture avveniristiche.

## Social network

Seguici anche sui social network Facebook, Twitter e Instagram: @24moda e #24moda

## Redazione Moda24

**DIRETTORE RESPONSABILE:**  
Guido Gentili

**VICE DIRETTORI:**  
Edoardo De Biasi (vicario),  
Alberto Orioli, Salvatore Padula,  
Alessandro Plateroti

**IN REDAZIONE:**  
Francesca Padula caposervizio  
Giulia Crivelli fashion editor e vice

Chiara Beghelli  
Marika Gervasio

**PROGETTO GRAFICO:**  
Adriano Attus



# Industria+Finanza

OCCHIALI

## Armani sponsor dei giovani registi

Per il terzo anno lo stilista finanzia e premia cinque «corti» multiculturali

di **Giulia Crivelli**

«La vita è affascinante: basta solo guardarla attraverso gli occhiali giusti», diceva Alexandre Dumas figlio. Giorgio Armani sembra essersi ispirato alle parole dello scrittore francese per il progetto *Films of City Frames*, legato alle collezioni di montature da vista e da sole che portano il suo nome. La formula utilizzata da Armani è un gioco nel quale tutti vincono: gli studenti di scuole di cinema sparse per il mondo (Boston, Ludwigsburg, Pechino, Praga e Tel Aviv in questa terza edizione) sono stati invitati a creare cortometraggi ispirati agli occhiali. O meglio, al ruolo degli occhiali nel mondo di ciascuno.

Mentor dell'edizione 2017 è stato Dev Patel, fresco candidato all'Oscar con *Lion* (film in cui Nicole Kidman è la sua madre adottiva). I cinque corti - uno per scuola, vincitori a pari merito di *Films of City Frames 2017* - sono stati realizzati grazie al sostegno economico di Armani e proiettati settimana scorsa in oc-

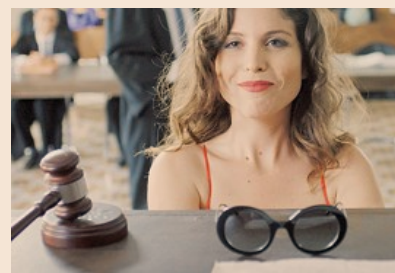
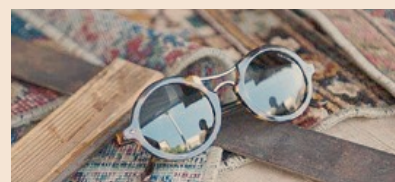
casione del South by Southwest Festival (SWSX) di Austin. «La grandezza del cinema, come quella della moda, sta nell'infinita capacità di rinnovarsi - ha detto Giorgio Armani -. E questo succede grazie al talento dei giovani e del loro punto di vista».

Colpisce la coerenza del progetto *Films of City Frames* con quella che potremmo definire la Weltanschauung di Armani. Una visione del mondo, con o senza occhiali, che comprende il sostegno ai giovani (l'Armani/Teatro ospita dal 2013 le sfilate di marchi emergenti che mai potrebbero permettersi location simili), ma anche l'incrocio della moda con altre arti, il legame speciale con il cinema e l'approccio pionieristico agli occhiali. Armani fu il primo stilista a intuire che le montature potevano essere un autentico accessorio moda, parte del look di una persona e dell'immagine di un brand. Nacque così, nel 1988, la partnership con Leonardo Del Vecchio e Luxottica. Alla fine degli anni 90 la sintonia si interruppe e Armani passò a Safilo, per poi tornare nel 2012 con Luxottica (società della quale lo stilista possiede circa il 5%). «Con Armani abbiamo cambiato il mondo degli occhiali: abbiamo fatto sì che da meri oggetti funzionali divenissero accessori indispensabili», dissero Del Vecchio e l'allora amministratore delegato Andrea Guerra.

Luxottica, leader mondiale nel medio e alto di gamma, ha chiuso il 2016 con un fatturato di 9,086 miliardi (+2,8% sul 2015) e 851 milioni di utile netto (22 quelli di pertinenza dello stilista); Armani è uno dei primi tre

gruppi italiani della moda (2,65 miliardi i ricavi 2015). La licenza che li lega è tra le più importanti del portafoglio di Luxottica e tra quelle di maggior successo del settore: quando Armani lasciò Safilo valeva circa 170 milioni, oggi si avvicina probabilmente ai 200. Ma per lo stilista non si tratta solo di business, come dimostra il progetto *Films of City Frames*, realizzato con Luxottica e Rai Cinema e che nelle due precedenti edizioni era stato ospitato dal Toronto International Film Festival e dal Bfi London Film Festival. «Ripetiamo spesso a noi stessi che se possiamo immaginare qualcosa possiamo anche farla - ha detto a Austin Dmitry Konoplov, classe 1986, regista del corto *Evidence*, che rappresenta la scuola di Tel Aviv -. In realtà oltre all'immaginazione ci vogliono i soldi, specie per fare cinema. Senza il sostegno di persone come Giorgio Armani noi studenti non avremmo la possibilità di mettere davvero alla prova le nostre capacità, che potrebbero anche restare solo velleità». Luzie Loose, della scuola di Ludwigsburg, autrice regista di *Lui/Lei*, capisce la passione di Armani per il cinema: «Credo che una sfilata e un film si assomiglino molto. Non solo perché sono lavori di squadra che coinvolgono decine di professionalità e solo trovando armonia si arriva alla fine del progetto. Penso che la sfilata sia come la prima proiezione di un film: stilista e regista a quel punto non possono più controllare niente, devono lasciare che a giudicare il loro lavoro siano gli spettatori».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Cortometraggi.** A sinistra, l'attore Dev Patel e Roberta Armani. Qui sopra, uno dei modelli da sole scelti dai registi e un fotogramma del film *Evidence*. Qui sotto, un fotogramma di *Invitation*, girato a Praga



## HOT SPOT



### Venezia ispira i gioielli Fope

Si chiama Solo Venezia la nuova collezione di gioielli Fope, un omaggio alla città e al successo del primo monomarca del brand, aperto un anno fa proprio a Venezia. La maglia in oro è arricchita da un motivo che si ispira ai famosi e tipici merletti dell'isola di Burano.



### Capsule di Coach per Elvis Presley

Il marchio americano Coach, che ha da poco aperto a Milano la prima boutique italiana, presenta una collezione in limited edition di ready-to-wear e accessori dedicata a Elvis Presley. Nella foto, il giubbotto in pelle con borchie e applicazioni, disponibile anche in versione gilet.



### I fiori olandesi di Shirtaporter

Tra le novità del marchio veneto Shirtaporter, la giacchina in canvas millerighe con maxi ricami ispirati ai fiori olandesi. La collezione P-E include poi abiti chemisier a stampa arabesque e short in satin, con un vero e proprio medley di righe e ricami flower.



### Dettagli sartoriali per Equipment

Nella collezione Equipment appena presentata a Parigi, spiccano i dettagli ripresi dalla sartoria maschile, che si abbinano a uno spirito rilassato da atelier, con una sottile allusione allo stile bohemien. Tra le novità per l'A-17-18 il colletto con chiusura a fibbia per la camicia Janelle e l'abito Cadence (nella foto).



### Blumarine pensa a giorno e sera

Per la P-E 2017 Blumarine presenta delle pochette limited edition in rafia con dettagli in pelle. Proposte in versione tinta unita o bicolore, hanno tonalità che variano dal naturale al crema, dal bordeaux al marrone. Possono essere portate a mano o a spalla e sono ideali per stare fuori dalla mattina alla sera.

## MILANO UNICA E CHIC

## A Shanghai le eccellenze del tessile

PECHINO, Dal nostro corrispondente  
**Rita Fatiguso**

La costanza paga. Eccoli, puntuali come sempre, i clienti top cinesi di Milano Unica Shanghai, la rassegna dei tessuti di qualità made in Italy, la cui undicesima edizione chiude i battenti oggi al National Exhibition and Convention Center di Shanghai. Se il Capodanno cinese li aveva tenuti lontani dall'edizione di Milano, i buyer cinesi hanno rifatto capolino, numerosi, tra gli stand della Fiera. «Da mercoledì scorso - dice Ercole Botto Poala, presidente di Milano Unica - siamo ripartiti. Perché il made in Italy tessile-accessori continua a essere particolarmente apprezzato nel grande mercato cinese in senso lato, inclusa Hong Kong. Si è trasformato nel primo sbocco commerciale dell'export della nostra industria con 294 milioni di euro nei primi dieci mesi del 2016».

«Certo, non tutti i pionieri delle edizioni iniziali di Milano Unica Cina - aggiunge Botto Poala - hanno potuto inserirsi in un mercato così difficile caratterizzato da una

### Sono 54 gli espositori della fascia top dei tessuti; in vetrina il made in Italy dell'intero sistema moda

rete di distribuzione complessa, ma tanti altri hanno consolidato il loro posizionamento». «Sono ben 54 gli espositori, con tanto di area tendenza», puntualizza Massimo Mosiello, direttore generale.

Vincente si sta rivelando il gioco di squadra tra ministero dello Sviluppo economico, Ice e Sistema moda Italia (Smi). Tanto che al National Exhibition and Convention Center l'eccellenza manifatturiera italiana si è imposta anche con il ritorno nell'area occupata da Chic del padiglione "La Moda Italiana", forte degli stessi supporter. Ente moda Italia e Ice, in collaborazione con Sistema moda Italia e Assocalzaturifici, hanno presentato la terza edizione, con 40 marchi italiani presenti. «Fare sistema è il modo migliore per sostenere le nostre imprese nel difficile processo di internazionalizzazione, vitale per la tutela e la tenuta dell'intera filiera del tessile moda», conferma Claudio Marenzi, presidente Smi.

«Il progetto "La Moda Italiana" di Chic è diventato un punto di riferimento nel panorama fieristico orientale per promuovere il made in Italy», aggiunge Annarita Pilotti, presidente di Assocalzaturifici. «Abbiamo lavorato con grande energia per questo terzo appuntamento», spiega Alberto Scaccioni, amministratore delegato di Ente moda Italia. Il flusso di visitatori registrato in questi giorni nei padiglioni tricolore sembra dare loro ragione.

I prossimi appuntamenti di Milano Unica sono l'edizione italiana di luglio (11-13 a Rho) e la giornata dedicata alle Tendenze dell'autunno-inverno 2018-19, che si terrà il 23 marzo, sempre a Milano, curata da Stefano Fadda, direttore creativo di Milano Unica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



a.testoni

SHOP AT TESTONI.COM



## LINGERIE E ABBIGLIAMENTO BASIC

## Lovable rafforza il retail

Il marchio, nato in Italia nel 1962, appartiene al colosso Usa Hanes da 6 miliardi di \$

di Marta Casadei

«Lovable sta spingendo il fatturato dell'azienda: pesa quasi il 70% dei ricavi in Italia, nell'ultimo triennio, è cresciuto del 32%. Puntiamo su un mix tra prodotto, tecnologia e distribuzione multicanale». Francesco Burei è l'amministratore delegato di Hanes Italy, azienda «da 100 milioni di euro di ricavi circa» che fa parte del gruppo americano HanesBrands, fondato nel 1901 e quotato al Nyse. Nel portfolio del gruppo a stelle e strisce, primo player mondiale nel settore dell'abbigliamento basic con 6 miliardi di dollari di ricavi, figurano etichette come Playtex, Wonderbra, Dim e Champion. Per il gruppo l'Italia è il quinto mercato per rilevanza a livello internazionale e Lovable è il marchio di punta di Hanes Italy.

Il brand, nonostante la proprietà internazionale, è al 100% italiano: fondato nel 1962 da un imprenditore bergamasco, ha contribuito a rivoluzionare il mondo dell'intimo facendo leva sulla sperimentazione di nuovi materiali, nuove



**Flagship.** La vetrina di un monomarca Lovable; in alto Francesco Burei, ad Hanes Italy

133

## MONOMARCA IN ITALIA

In Italia il marchio Lovable conta su circa 6 mila punti vendita, cui si è affiancata una rete di monomarca che assorbe il 40% del business. Tredici nuove aperture in programma nel 2017 con l'obiettivo di toccare quota 200 punti vendita nel 2020

dita, cui è andata affiancandosi una rete di monomarca che oggi assorbe il 40% del business: attualmente i negozi sono 133, di cui 78 dos e 55 franchisee, tra location centrali (36) e shopping mall ad alta frequentazione (97). «Abbiamo in programma 13 aperture nel 2017 e l'obiettivo di toccare quota 200 punti vendita nel 2020» dice l'ad di Hanes Italy. Ai flagship si aggiungono 4 outlet e la presenza online: «Abbiamo accordi con Amazon, Privalia e stiamo allacciando rapporti commerciali con Zalando» - precisa Burei - ma dal gennaio 2018 apriremo anche il nostro sito e-commerce». La multicanalità è una delle strategie chiave dello sviluppo di Lovable che punta molto sul retail, on e offline, e soprattutto mira a offrire alla propria clientela una shopping experience fuori dal comune: «Il servizio è uno dei nostri asset - spiega l'ad - ed è fondamentale per evitare la cannibalizzazione e favorire la sinergia tra canali. Un altro valore aggiunto è la fidelizzazione: i nostri clienti abituali sono il 63% e consumano il 60% in più dei saltuari».

Dal 2014, anno in cui HanesBrand ha acquisito DB Apparel, società cui faceva capo il brand, Lovable è diventato uno dei marchi strategici del gruppo a livello mondiale e ha velleità di una sempre maggiore espansione anche all'estero: «Nel 2016 le vendite nei paesi stranieri sono salite del 30% - chiosa -. Abbiamo aperto un monomarca in Oman e ne apriremo uno negli Emirati. Allo stesso tempo stiamo espandendo in Canada, attraverso i department store, e stiamo guardando all'area ex Urss».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## POST TERREMOTO

## Lo zaino-giubbino spinto da Kickstarter

di Ilaria Vesentini

«È racchiuso nel nome "Kiro" il valore del progetto nato tra i monti Sibillini e pronto a debuttare in luglio sui mercati mondiali con articoli di abbigliamento mai visti prima. Come BFlip, il capo del debutto, un giubbino di design anti-pioggia e anti-vento con materiali hi-tech e coloratissimi che diventa zaino in meno di 20 secondi.

«Kiro è un termine che deriva dal chirocefalo del Marchesoni, microscopico e rarissimo crostaceo che vive solo nelle acque del lago di Pilato, qui sul monte Vettore: minuscolo come noi, se misuriamo le nostre dimensioni nel villaggio globale, ma unico come il nostro progetto e il nostro brand, che definirei "extreme made in Italy"», precisa Domenico Sacconi. Dopo 30 anni di esperienza nel terzismo moda avanzato, con la maglieria di alta gamma (nel piccolo maglificio familiare Santalucia di Comunanza, nel Piceno) Sacconi ha capito che per innovare e uscire dall'anonimato doveva mettere a fattor comune le proprie competenze operative e la creatività e le abilità digitali dei giovani. Kiro nasce come progetto "open" per trasformare idee originali in capi di abbigliamento. Da poche settimane è incubato nella piattaforma di crowdfunding Kickstarter, con l'obiettivo di raccogliere 15 mila euro di ordini e relativi pagamenti anticipati (nei primi dieci giorni ha già raggiunto oltre la metà del totale) da tradurre in produzione di BFlip entro l'estate.

Kiro è oggi nelle mani di una piccola squadra di sei persone, tra cui tre giovani laureati dell'università di Pisa che si occupano di marketing e di e-commerce, un assetto «flessibile e open, perché le nostre porte sono aperte a chiunque abbia ingegno da tradurre in prodotti originali nel campo dell'abbigliamento, ma non sappia da che parte iniziare o si è

perso per strada. Noi garantiamo la gestione dell'intera filiera, dalla fase di ricerca alla prototipazione al branding fino alla promo-commercializzazione», precisa Sacconi.

BFlip è frutto di oltre un anno di ricerca, «in questa fase sperimentale di crowdfunding stiamo proponendo agli investitori il giubbino-zaino al prezzo di costo, ma arriverà sul mercato a 289 euro. È tutto fatto qui artigianalmente tra Marche e dintorni - precisa il fondatore - con materiali tecnici per l'outdoor acquistati in Triveneto. Esisteva già all'opera su un'altra decina di capi, tutti originalissimi, inediti, a iniziare dal cachemere». Le vendite saranno tutte realizzate online, salvo un piccolo negozio che sarà aperto a Comunanza, dove sorgerà anche un laboratorio sperimentale Kiro: «Il legame con questo territorio bellissimo e martoriato da terremoto e neve è un asset strategico che attraverso questo progetto vogliamo valorizzare e far conoscere al mondo», conclude Sacconi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**BFlip.** Il giubbino anti-pioggia e anti-vento diventa zaino in meno di 20 secondi

## BILANCI / 1

## Safilo punta sui marchi più «fedeli»



**A Parigi.** Una modella con occhiali Elie Saab, in licenza a Safilo

«Safilo archivia il 2016 con un fatturato in leggero calo (1,25 miliardi, -1,2% a cambi costanti rispetto al 2015), ma resta ottimista soprattutto grazie ai marchi "in continuità", cioè quelli di proprietà e quelli in licenza con scadenze di medio-lungo termine o appena rinnovate.

Le vendite del portafoglio dei marchi in continuità sono aumentate del 3,6% a cambi costanti e del 5,2% se si esclude il business retail negli Stati Uniti, ancora in calo. Bene quindi i principali mercati wholesale europei e nord americani, mentre l'Asia ha continuato a frenare. Quanto alla redditività, l'ebitda si è attestato a 88,8 milioni (-13,3%), mentre il risultato netto di gruppo è stato di 15,4 milioni, più del doppio rispetto ai 6,9 milioni del 2015.

«Nel 2016 abbiamo cercato di gestire al meglio il calo di Gucci nel suo periodo conclusivo della licenza e abbiamo implementato ulteriori iniziative di trasformazione del business e risparmi sui costi», ha commentato Luisa Delgado, amministratore delegato di Safilo. Nello scorso anno infatti Gucci ha lasciato l'azienda veneta: le collezioni di montature da sole e da vista saranno d'ora in poi prodotte da Kering Eyewear, la divisione creata dal gruppo francese per portare in house il redditizio business degli occhiali.

Tra le novità alle quali ha accennato Luisa Delgado, il lancio del progetto Beyond the Frames (oltre le montature), realizzato grazie all'acquisizione di Lenti, azienda bergamasca da sempre specializzata in lenti da sole. Know how e tecnologia hanno permesso di creare lenti grafiche, specchiate, ultraleggere, montate da Safilo su marchi propri e in licenza.

- G.C.R.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## BILANCI / 2

## Valentino supera il miliardo

«La previsione fatta dall'amministratore delegato Stefano Sassi fin dall'inizio dello scorso anno si è avverata: Valentino ha chiuso il 2016 con ricavi per la prima volta superiori al miliardo di euro (1.110 milioni, in crescita del 13% rispetto ai 987 dell'esercizio 2015). Molto bene anche la redditività: l'ebitda è passato da 180 a 206 milioni (+14,4%), l'utile operativo da 114 a 133 milioni (+16,6%).

Per l'anno in corso, Sassi è ottimista: «Grazie alla forte leadership creativa di Pierpaolo Piccioli, che si esprime in un continuo rinnovamento delle collezioni pur nel rispetto dei codici del marchio, e grazie a un continuo impegno manageriale sulle strategie di sviluppo, abbiamo aspettative di ulteriore crescita dei ricavi». Il riferimento alla leadership creativa è legato all'uscita, nell'estate 2016, di Maria Grazia Chiuri, passata a Dior (gruppo Lvmh). Insieme a Piccioli e allo stesso Sassi la stilista aveva orchestrato il successo di Valentino degli ultimi quattro anni, ma Piccioli, che ha già "firmato" due sfilate da solo, ha dimostrato di poter proseguire in felice autonomia il percorso di sviluppo del brand.

Nel comunicato diffuso ieri, l'azienda smentisce i rumor su un'imminente Ipo (si veda anche Il Sole 24 Ore 15 marzo). «Su una possibile quotazione in Borsa si precisa che nulla è previsto per il 2017 e che l'eventuale progetto verrà riesaminato a fronte di condizioni dei mercati internazionali più favorevoli».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

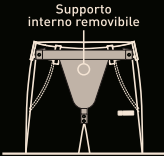


**In passerella.** Look Valentino per la P-E 2017



**PROCURVE**

- COMFORT FIT  
- MASSIMA FUNZIONALITÀ  
- DESIGN E TECNOLOGIA BREVETTATI



**PROPANTS**  
24/7

**NO UNDERWEAR NEEDED**  
- MASSIMO SOSTEGNO 24/7  
- ELASTICIZZATO PER UN COMFORT ATTIVO 24/7  
- TECNOLOGIA BREVETTATA



**PRO305**

- SUPERLEGGERA E AMMORTIZZANTE  
- TRASPIRANTE  
- FACILE DA INDOSSARE  
- DESIGN BREVETTATO

freddy.com



**Debutti.** Cosmoprime, nuova area dedicata al canale retail e in particolare alla bellezza multi-etnica ▶ pagina 29

**Wellness.** Spa, istituti di bellezza e palestre spingono il business ▶ pagina 29

**Erboristeria.** Cresce il consumo dei prodotti green e ecofriendly ▶ pagina 29

**Cosmoprof.** Ricavi 2016 in crescita del 5%, stesso aumento previsto per quest'anno - Surplus commerciale record a 2,3 miliardi

# Fatturato beauty oltre i 10 miliardi

L'anno scorso l'export è salito del 12% trainato da Germania, Francia e Stati Uniti

di **Marika Gervasio**

**C**osmoprof Worldwide Bologna celebra i 50 anni e si prepara a un'edizione all'insegna della crescita per numero di aziende e di Paesi. Il salone internazionale dedicato all'industria della cosmetica e alle ultime tendenze beauty, apre oggi i battenti a BolognaFiere e ospiterà per quattro giorni 2.604 espositori, 94 in più del 2016, per la maggior parte stranieri.

Un settore, quello del beauty, che, secondo i dati di Cosmetica Italia, anche l'anno scorso ha visto continuare a crescere il fatturato con un valore di oltre 10,5 miliardi di euro in aumento del 5% e analoghe crescite sono attese per il 2017.

Sui fatturati impattano in misura ancora evidente le vendite all'estero, che nel 2016 superano i 4,2 miliardi di euro, con un trend positivo del 12%. E le stime per quest'anno parlano di un ulteriore incremento dell'11,5%. La Germania risulta il principale mercato del beauty made in Italy con un valore delle esportazioni di 413 milioni di euro in aumento del 18,9%, seguita da Francia (380 milioni, +5,6%) e Stati Uniti (327 milioni, +25,3%). Migliora in maniera evidente la bilancia dei pagamenti che tocca i 2,3 miliardi, record assoluto per il comparto.

Anche sul fronte dei consumi, il settore cosmetico, non esente da profondi mutamenti nelle abitudini di acquisto, conferma l'anticipazione degli anni recenti. A fine 2016 il valore dei cosmetici comprati in Italia supera i 9,9 miliardi assestandosi in positivo sui valori del precedente esercizio (+0,5%). La domanda interna di cosmetici impatta positivamente sui fatturati dell'industria nazionale.

Dopo le contrazioni degli ultimi anni tornano a crescere i canali professionali, mentre le vendite dirette proseguono la loro forte ascesa. In calo, invece, il mass market, principale canale di vendita, mentre la farmacia segna negli ultimi mesi una brusca frenata. «La sessima edizione registra numeri importanti - commenta Franco Boni, presidente di BolognaFiere - il 73% delle aziende

espositrici è straniero, proveniente da 69 Paesi. La crescita complessiva della manifestazione raggiunge per il 2017 il 7%. Ottimi anche i risultati riguardanti le visite, con un +10% di preregistrazione sul sito web».

Aggiunge: «Cosmoprof è stata inserita dal ministero per lo Sviluppo economico come una delle principali fiere italiane di rilevanza internazionale e infatti, a marzo saranno 29 le collettive dei Paesi esteri, il 16% in più rispetto al 2016. Per la prima volta, esporranno Argentina, Cile, Giappone, Lettonia ed Emirati Arabi Uniti/Dubai».

E conclude: «L'anno prossimo festeggeremo i 15 anni di Cosmoprof Las Vegas, mentre due anni

## IL PRIMO CLIENTE

La Germania risulta il principale mercato con un valore dell'export di 413 milioni di euro in aumento del 18,9%

## NEL MONDO

### Cosmoprof North America

■ Dal 9 all'11 luglio a Las Vegas. L'edizione 2016 ha registrato oltre 33 mila visitatori e 1.154 espositori da 38 Paesi, su una superficie di oltre 26 mila metri quadrati. Cosmoprof North America è organizzata da North American beauty events, società di joint-venture tra BolognaFiere group e The professional beauty association.

### Cosmoprof Asia

■ Dal 14 al 17 novembre a Hong Kong. L'edizione 2016 ha registrato numeri record: 98 mila metri quadrati, 2.698 espositori da 49 Paesi e 24 padiglioni nazionali, e 76.818 visitatori. Due i quartieri: AsiaWorld-Expo (Awe) per contoterismo e private label e Hong Kong convention & exhibition centre (HKcec) per le aziende di profumeria e cosmesi.

fa, a Hong Kong, abbiamo celebrato il 20° anniversario di Cosmoprof Asia. Grazie al successo del suo format e della sua piattaforma in Asia e Nord America, possiamo affermare che Cosmoprof Worldwide Bologna detiene la palma dell'unica fiera veramente internazionale italiana».

Tra le novità in fiera, Cosmoprime, un'area speciale dedicata alle aziende attive sul canale retail con una serie di progetti, dall'etico al green (si veda la pagina seguente) che ospiterà, tra le altre iniziative, anche The perfume factory, coordinata da Cosmopack e in collaborazione con Accademia del Profumo, che accompagnerà il visitatore in un viaggio alla scoperta della filiera produttiva del profumo e che culminerà con la produzione di una fragranza, realizzata dal naso profumiere Luca Maffei, in edizione limitata per celebrare i 50 anni di Cosmoprof Worldwide Bologna, grazie alla collaborazione con aziende leader del settore e presenti a Cosmopack.

E ancora, i workshop e le tavole rotonde con uno sguardo al presente e soprattutto al futuro dell'industria cosmetica. Cosmotalks offrirà, infatti, ai professionisti del settore l'opportunità di approfondire il mondo del retail e in generale il mercato beauty. Venti seminari analizzeranno le tendenze, le valutazioni di mercato, i prodotti novità e le ultime novità tecnologiche: dagli sviluppi del settore retail dei prossimi anni alla valutazione dell'impatto dei Millennials nel mondo del beauty, dall'evoluzione della cosmesi maschile al "K-factor" e al ruolo di trendsetter esclusivo svolto dalle aziende coreane.

Senza dimenticare le iniziative dedicate al mondo delle Spa e del benessere, ai segmenti di acconciatura e barberia; ma anche la ricerca delle nuove tendenze con la neonata Cosmoprof Trends: l'agenzia di trend di Beautystreams analizzerà infatti le proposte degli espositori alla ricerca degli elementi più innovativi e di impatto per il mercato, creando una guida digitale di riferimento per la beauty community della fiera.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

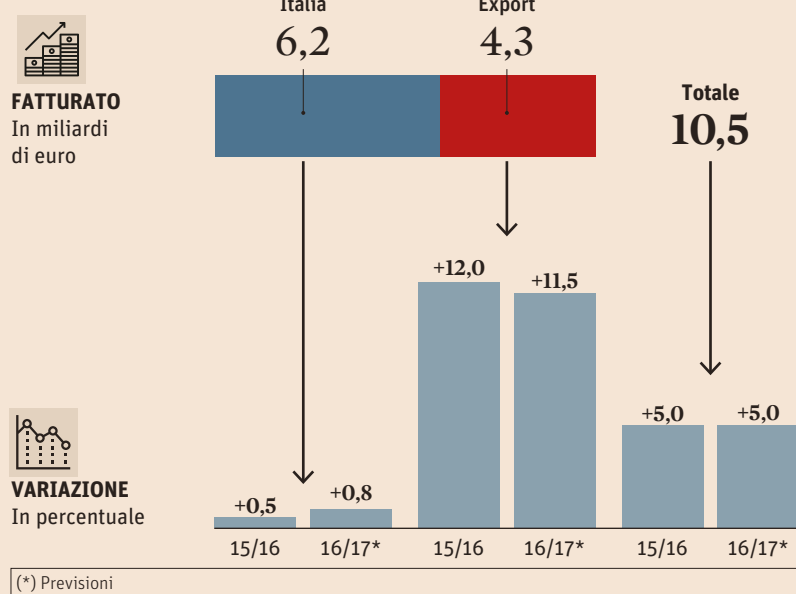


**Backstage.** Una modella al trucco per la sfilata di Chanel a Parigi per l'autunno-inverno 2017-18

## I numeri della bellezza

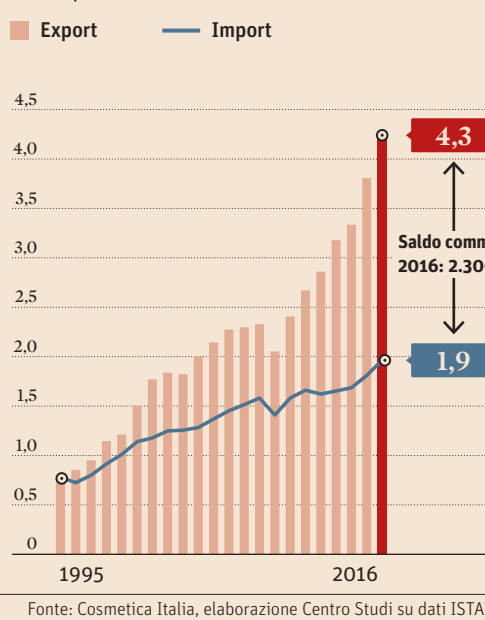
### L'EVOLUZIONE DELL'INDUSTRIA

L'andamento di export e fatturato dell'industria cosmetica nel 2016 e previsioni 2017



### INTERSCAMBIO COSMETICO

Valori preconsuntivi, in miliardi di euro



**Calendario.** Dal digitale al target adolescenti, il focus di convegni ed eventi

## Millennials, app e nuove texture orientano le strategie aziendali

■ Non solo Cosmoprof: anche Cosmetica Italia celebra a Bologna i suoi primi 50 anni e si impegna a raccontare, insieme a BolognaFiere con la quale ha recentemente rinnovato la partnership, un settore, quello della cosmetica, che tiene, a livello italiano e mondiale, nonostante la crisi. Tra approfondimenti sui trend di mercato, convegni ed eventi a supporto delle diverse realtà che compongono il settore beauty, il calendario delle attività proposto da Cosmetica Italia durante la fiera sarà vario e articolato. «La cosmesi che verrà: economia digitale e nuovi linguaggi, tra ecologia e tecnologia» è il titolo del convegno internazionale di apertura della fiera, promosso dall'area tecnico-normativa di Cosmetica Italia.

La rinnovata attenzione verso la profumeria selettiva, contraddistinta anche dalla presenza, all'interno di Cosmoprime, di Accademia del profumo e della sua collaborazione nella realizzazione di The perfume factory, si tradurrà anche in alcuni incontri curati dal Centro studi dell'asso-

ciazione che si occuperà inoltre di altri momenti di approfondimento sui dati economici del settore. Tra questi «L'evoluzione della cosmetica: industria, mercato, consumatori e abitudini d'uso da oggi ai prossimi anni» e il «Focus sul target adolescenti» in programma oggi alle ore 14. Sarà invece a cura del Gruppo

### COSMETICA ITALIA

In occasione dei 50 anni e in collaborazione con BolognaFiere, l'associazione racconta i successi di un settore che resiste alla crisi

cosmetici erboristeria il convegno «Valutazione, percezione e comportamenti del consumatore di cosmetici naturali. Presentazione risultati rilevazione Psicolinguistica» (sabato 18 marzo ore 11, lounge Cosmetica Italia).

Infine, anche Camera italiana dell'acconciatura conferma la propria presenza a Cosmoprof con l'HairRing e il convegno «L'evoluzione della professione

dell'acconciatore: attese e risposte della nuova generazione» in programma lunedì 20 marzo alle ore 11 (lounge Cosmetica Italia).

In occasione delle celebrazioni per i suoi primi 50 anni, Cosmetica Italia sarà inoltre presente anche fuori dalla fiera. La centralissima e prestigiosa Galleria Cavour ospiterà infatti, fino a mercoledì 22 marzo, la prima tappa dell'installazione interattiva voluta dall'associazione per raccontare al grande pubblico le diverse sfaccettature del settore.

«Dopo un 2016 contrassegnato da un nuovo record per il saldo commerciale e dalla crescita dell'export - commenta Fabio Rossello, presidente di Cosmetica Italia - gli operatori guardano con interesse ai trend dei prossimi anni: accanto all'impatto sempre più significativo delle nuove tecnologie, incluse le app, i prodotti si evolveranno verso nuove texture e claim funzionali in grado di rispondere alla continua evoluzione delle richieste da parte del consumatore».

Ma.Ge.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**INTERVISTA** Antonio Bruzzone Dg BolognaFiere

## Il restyling dell'area espositiva costerà 100 milioni in sei anni

■ «Cosmoprof è il nostro fiore all'occhiello e quest'anno sarà dedicato al potenziamento della sua rete internazionale». Così Antonio Bruzzone, direttore Generale di BolognaFiere, racconta le strategie di restyling dell'ente che ha in programma un grande progetto di restyling.

**Com'è andato il 2016 per BolognaFiere?**

Abbiamo chiuso l'anno con poco meno di 3 milioni di utile e per il 2017 abbiamo iniziato il progetto di restyling dell'intero quartiere fieristico con 100 milioni di investimento per ampliare e ristrutturare le aree espositive. I lavori partiranno a settembre, dopo il Cersaie. La prima tranche dei lavori sarà finita in un anno, mentre per completare tutta l'opera ci vorranno sei anni.

**Tornando all'internazionalizzazione, quali sono i progetti?**

Per Cosmoprof abbiamo rinnovato quest'anno la collaborazione con Iran Beauty & Clean, la fiera di cosmesi di

Teheran e stiamo lavorando per ripetere questo format anche in Colombia. Abbiamo trattative aperte con Manila, Jakarta, Bangkok e Kuala Lumpur. Inoltre, con la nostra società BolognaFiere China stiamo valutando due manifestazioni a Shanghai non legate alla cosmetica e due volte all'anno abbiamo una manifestazione di scarpe a Mosca. L'edizione n. 50 di Cosmoprof è stata preparata attraverso un intenso programma di road

show nei principali mercati internazionali.

**Come è stato articolato il piano di marketing?**

In collaborazione con l'Istituto italiano per il commercio estero, il programma di road show aiuta a consolidare la leadership della manifestazione e attrarre nuovi key player e buyer. Grazie a questa iniziativa, Cosmoprof ha incontrato nuove aziende e associazioni in Colombia, Cile, Giappone, Co-

rea del Sud, Vietnam, Cina, Messico, Israele, Turchia, Dubai e Canada, oltre che in Asia e Nord America dove Cosmoprof è presente con una estensione della manifestazione di Bologna. Un piano di marketing complesso che include anche iniziative per i visitatori della fiera.

**Quali?**

Dall'aggiornamento costante del sito web a una app che consentirà ai visitatori una fruizione più razionale della fiera, con QR code che consentono l'immediata identificazione dei prodotti novità, la possibilità di registrarsi online e creare una visita personalizzata andando a scegliere espositori e aree particolari.

**Che impatto hanno queste iniziative sul Cosmoprof?**

Cresce la presenza di espositori esteri e di collettive nazionali, sono sempre di più le partnership con organismi internazionali, dalle agenzie di tendenze più seguite alle associazioni professionali, come l'Icmad-Independent cosmetic manufacturers and distributors, l'Isipa-International Spa association.

Ma.Ge.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## IL CALENDARIO

### VENERDÌ 17 MARZO

- Convegno «La cosmesi che verrà: economia digitale e nuovi linguaggi, tra ecologia e tecnologia»
- Spa Symposium: Ispa Consumer report
- Cosmotalks: «Google for the beauty industry»; «Personalization in beauty: a marketing must an industrial challenge»; «Beauty Retail in 2020»
- Spa Symposium: «Using analytics to take your spa to the next level»
- Cosmotalks: «Cosmetics trend: industry, market, consumers and future habits and behaviour. Focus on teenagers»; «The selective perfumery supply chain: identity and evolution»
- Spa Symposium: «Retail and revenue: building teams that sell»
- «Le 4 regole fondamentali per una corretta strategia sui social media» e «Capitale culturale aziendale e digital learning»
- Cosmotalks: «New beauty system: evolution of men's care»
- Cerimonia di Premiazione The Cosmopack Wall

### SABATO 18 MARZO

- Spa Symposium: «Customer service - the heart of the spa experience»
- Cosmotalks: «Cosmetics regulatory wrld: an overview on the global market»
- Spa Symposium: «What's trending in the Spa world»
- Cosmotalks: «From K-Factor to K-Global factor: are Korean products becoming the new trendsetter in the global market?»; «The Indie beauty phenomenon: exciting new brands & hero products»; «From digital communication to emotional marketing: new consumer methods in cosmetics»
- «Regulatory update roundup: Eu, China & Usa»
- Spa Symposium: «Digital detox e mental wellness»
- Cosmotalks: «Digital polysensuality»
- «Top 10 dei prodotti cosmetici più innovativi»
- Cosmotalks: «Finding new hubs for cosmetic product in South America: Colombia»; «Perfumes and hair fashion: experiences, suggestions, history»

### DOMENICA 19 MARZO

- Spa Symposium: «Alberghi & terme di Riolo»
- «Valutazione, percezione e comportamenti del consumatore di cosmetici naturali. Presentazione risultati rilevazione psicolinguistica»
- Cosmotalks: «Understanding Us consumer Lux-appeal - How successful massige beauty brands have captured her heart (and share of wallet)»
- Spa Symposium: «Spa(Y) story»
- Cosmotalks: «Beauty industry 4.0: the Italian solution»; «Middle-East: a region in the midst of change. Teheran the new Dubai?»
- Spa Symposium: «Cosmo e nutrizione»; «Domani vado al Cosmoprof di Bologna! Malata sì, ma...»; «Wvpa, una finestra sul futuro, il wellness virtual personal assistant nel benessere»
- Cosmotalks: «Microblading pigmentation. Color and stroke thickness. Facts and myths»
- Spa Symposium: «The Internet of wellness»

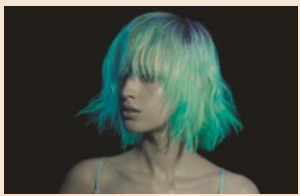
### LUNEDÌ 20 MARZO

- Ng Group - Time mind 6X20 #SCEGLILABELLEZZA.
- Spa Symposium: «Porto-piccolospa by Bakel»; «Bridal and bridegroom to-be - Essere sposi» e «Obiettivo Spa manager III»
- «Il futuro dell'acconciatura professionale: le aspettative delle nuove generazioni»



## In breve

**ALFAPARF**  
Capelli illuminati soprattutto di notte



Alfaparf Milano lancia la linea rEvolution Neon, con sette nuovi colori che brillano soprattutto quando si spengono le luci: sotto i raggi di una lampada uv, i capelli prendono vita illuminandosi con tutta la forza delle luci fluorescenti.

**DAVINES**  
Trattamento, siero e shampoo anti-age



Davines presenta la nuova linea anti-age per cute e capelli Naturaltech Renewing. Aiuta a prevenire e contrastare gli effetti dell'invecchiamento e a mantenere lo stato di salute di cute e capelli: Shampoo, Conditioning treatment e Serum Superactive.

**PREP**  
La crema cambia packaging



Crema Dermoprotettiva Prep, rimedio in caso di irritazione causate dal sole, prurito da puntura di insetto, mani screpolate, cambia abito e si presenta con un pack metallizzato.

**L'ERBOLARIO**  
Olive marchigiane nella linea corpo



La linea L'Olivo dell'Erbolario comprende tre nuove referenze pensate per la famiglia e per salvaguardare l'ambiente, grazie al pack ecosostenibile: Crema nutriente corpo, Bagnoschiuma addolcente e Shampoo delicato. Con olio ed estratto di olive marchigiane.

**NASHI ARGAN**  
Detersione delicata con l'olio d'oclea



Da Nashi Argan arriva il nuovo Shower oil, olio doccia dalla texture vellutata che si dissolve al contatto con mani e pelle umida, e deterge con delicatezza grazie all'azione combinata di oli di argan, mandorle dolci, abyssinian, camelia japonica e riso.

**INGLOT**  
Gel trasparente per le sopracciglia



Inglot Cosmetics firma Brow shaping gel, un nuovo gel a lunga durata che, grazie al piccolissimo e comodo applicatore a pennellino, pettina, fissa e disciplina all'istante le sopracciglia.

**Cosmoprime.** Debutta l'area dedicata alle aziende attive nel settore retail con focus sui prodotti per le diverse etnie

# Sfida sulla bellezza multiethnica

Le donne con la pelle scura spendono l'80% in più in cosmetici e quasi il doppio in skincare

**Marika Gervasio**

«Quella di quest'anno sarà un'edizione speciale, non solo perché celebra mezzo secolo di storia, ma anche perché registra, ancora una volta, un aumento di espositori, una tendenza che non si è mai arrestata negli anni». Così Enrico Zannini, direttore di Cosmoprof Worldwite Bologna racconta le novità che caratterizzeranno la manifestazione. Prima fra tutte Cosmoprime, un'area speciale aperta ai visitatori in concomitanza con il Cosmopack, dedicata alle aziende attive sul canale retail dall'high-end mass market alla profumeria prestige e di nicchia. Sono 151 gli espositori, l'81% dei quali stranieri e provenienti da 28 Paesi.

«Per la prima volta presentiamo un'area dedicata al canale retail - spiega Zannini -. E, per la prima volta, ospitiamo, al suo

centi studi delle Nazioni Unite la popolazione africana registra la crescita più rapida nel mondo ed entro il 2100 il 40% delle persone sarà di discendenza africana. Questo segmento particolare sta crescendo soprattutto negli Stati Uniti dove rappresenta il 3,7% del mercato globale della bellezza. Le donne di colore spendono l'80% in più delle altre categorie di consumatori in cosmetici e quasi il doppio in skincare. E si prevede che il mercato dei capelli neri raggiungerà un valore di 876 miliardi di dollari entro il 2019.

La bellezza multiethnica, sembra essere decisamente il vettore più importante per la crescita del settore, dunque. Un'opportunità, quella di sviluppare linee di prodotti per tipologie di pelli e capelli più ampie destinati ai consumatori non-caucasici, che i marchi di beauty non devono farsi scappare, focalizzandosi su texture e formule più personalizzate, per soddisfare veramente i bisogni di tutti i clienti.

Un'altra area speciale al suo debutto sarà BeOrganic, dedicata alle aziende di prodotti con certificazione biologica. Cosmoprime ospiterà anche l'unica International buyer lounge di Cosmoprof dove gli espositori potranno incontrare distributori e brand specializzati nei mercati di riferimento per l'industria cosmetica.

Ancora, Cosmoprime ospita Glamour Me! un salone di bellezza all'interno del quale gli espositori possono mostrare con brevi sezioni beauty i loro prodotti, presentati in anteprima durante la manifestazione. I visitatori potranno conoscere e provare i nuovi prodotti make up, trattamenti skincare, prodotti per capelli, le ultime novità barber, smalti e prodotti per unghie e extension per le ciglia, presentati dalle aziende in sessioni di 30 minuti ciascuna.

«Anche il mondo delle fragranze sarà protagonista della 50a edizione di Cosmoprof - conclude Zannini - con la Premium perfumery dedicata agli espositori della profumeria masstige». Senza dimenticare i marchi più originali e all'avanguardia ospitati da Extraordinary gallery (si veda pezzo a fianco).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Globali.** A sinistra, Healthy Locs Collection di Alikay Naturals dedicata ai capelli "black"; sotto Babassu Deep Conditioner di Obia Naturals; a destra la linea di trattamenti skincare Makari Gold



Ma.Ge.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Extraordinary Gallery.** In mostra i marchi più innovativi e hi-tech

## Il lusso in una crema con oro 18 carati

Dalla Spagna arriva All sins luxury 18k international che presenta creme a base di oro, mentre la francese 66°30 portalo skincare biologico con certificazione Ecocert per uomo. Soha, invece, è il primo brand cosmetico ispirato dalla natura incontaminata, dalla cultura e dalla storia della Sardegna che usa, tra gli ingredienti, la vite di Cannonau, la più ricca di polifenoli.

Dalla Sardegna alla Toscana con Florens, piccola azienda che produce essenze e pro-

fumi. La collezione di creme, oli e lozioni è prodotta esclusivamente con ingredienti naturali traendo ispirazione da una delle zone più ricche di patrimonio culturale d'Italia. Poi c'è l'irlandese The Handmade Soap Company che nasce nel 2010 e trae ispirazione dall'industria di sapone artigianale australiana, dove il fondatore Donagh Quigley è nato. The Handmade Soap Company nasce da un concetto di sapone delicato su pelle, natura e ambiente.

L'italiana Combray invece propone un prodotto anti-ossidante che rafforza le difese immunitarie della pelle e la francese Evoleum offre trattamenti skincare antiage "da bere". Mentre Ids Innovative Dermatological Solutions è la risposta a tutti i problemi della carnagione. Realizzata dal Dottor SK Tan, il fondatore della catena di centri estetici DRx di Singapore, Ids è una linea di skincare che offre risultati visibili e duraturi.

Storie delle aziende, e dei loro

prodotti, più innovative ed esclusive del mondo che sono presenti nella Extraordinary Gallery, il punto di riferimento per chi è alla ricerca delle ultimissime tendenze, delle tecnologie e delle innovazioni più avanzate, delle soluzioni di packaging e design più efficaci e di prodotti che sappiano offrire al cliente una "beauty experience" unica, per soddisfare una ricerca di lusso ed esclusività.

Ma.Ge.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Wellness.** Fatturato del benessere a 22 miliardi di euro

## Spa, istituti e palestre spingono il business

Una vera e propria industria, quella del wellness, che genera un business di circa 22 miliardi di euro all'anno. Il fatturato è distribuito fra quasi 40mila tra istituti di bellezza (la quota più ampia del settore con 21mila imprese), hotel (4.200), centri idrotermali e stabilimenti per il benessere fisico (2.500) e 12mila palestre sparse in tutto il territorio nazionale.

Dei circa 120mila addetti impiegati nel wellness, 28mila lavorano nelle palestre con circa 5,5 milioni di soci attivi per un gi-

binomio benessere-turismo è, infatti, sempre più gettonato come dimostra la crescita costante della domanda, da parte dei tursiti, di servizi di benessere (in particolare delle Spa) come componente del rituale di viaggio. Non a caso sempre più hotel e resort si stanno dotando di centri wellness attrezzati: dal mare alla montagna, ma anche in città, al lago, in campagna e nelle città d'arte.

Il comparto wellness-travel nel mondo vale circa 400 miliardi di dollari, ovvero il 14% del turismo mondiale totale. Una cifra destinata ad aumentare con indici mediamente più elevati rispetto al resto dell'offerta turistica. Gli esperti del settore stimano che il turismo legato al benessere valga 2 miliardi di euro: un trend in crescita continua che sta conquistando anche i target più giovani, i cosiddetti millennials, che frequentano sempre più assiduamente le 2mila Spa attive negli hotel a quattro e cinque stelle; oppure le circa mille day-Spa, cioè le strutture che offrono servizi benessere.

Quest'anno Cosmoprof organizza il primo appuntamento di Spa Symposium in collaborazione con International Spa Association, associazione di riferimento per gli operatori spa e wellness degli Stati Uniti. Una due giorni, oggi e domani, in cui esperti internazionali del settore analizzeranno tendenze e sviluppi futuri del mondo delle Spa.

Ma.Ge.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Erboristeria.** Nel 2016 ricavi a oltre 430 milioni

## Cresce il consumo di prodotti green

Un consumatore su quattro in Italia acquista cosmetici green, con ingredienti eco-friendly, sicuri per l'organismo e per il pianeta. La presenza di ingredienti naturali e biologici è infatti un fattore importante per il 23,6% dei consumatori, secondo l'ultimo Beauty report di Cosmetics Italia, oltre al rapporto qualità/prezzo. Il 13,9% dei consumatori controlla inoltre che il cosmetico sia stato prodotto con metodi sostenibili e nel rispetto di principi etici. Il 20,4%

**IL CANALE**

Sono in sofferenza i negozi tradizionali mentre i monomarca dei produttori di cosmetici naturali sono in aumento del 5%

dei consumatori si fa influenzare dall'assenza nel prodotto di sostanze potenzialmente nocive per la salute.

Il successo del naturale in Italia si misura anche dalla crescita del canale erboristeria che negli ultimi esercizi ha risentito in misura minore della situazione economica generale dell'andamento ancora rallentato del mercato cosmetico nel suo complesso. I preconsuntivi sulla chiusura 2016 registrano un incremento del fatturato dell'1,7% seguito dal +2% delle previsioni per i primi mesi del 2017, con un valore di mercato che supera i 430 milioni di euro.

Ma.Ge.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Professionale.** Progetto a favore dei giovani talenti

## Hair Ring, vetrina per gli acconciatori

Dopo qualche anno di difficoltà il 2016 è stato l'anno della ripresa per i consumi di cosmetici nei canali professionali. Si assiste infatti all'incremento delle frequentazioni e quindi dei consumi, grazie alla rivisitazione dell'offerta nei saloni e anche grazie alle nuove forme di servizio nell'area del benessere, con un valore di poco superiore ai 790 milioni di euro, pari all'8% dei consumi totali (dati Cosmetics Italia). Più che per i canali tradizionali, sui saloni di estetica e accon-

**L'ANDAMENTO**

Il 2016 è stato l'anno della ripresa per i consumi di cosmetici nei canali professionali, per un valore di circa 780 milioni di euro

ciatura hanno pesato i condizionamenti per la congiuntura economica negativa, che ha frenato la frequentazione e spostato i consumi su canali alternativi, fai-da-te e prodotti sostitutivi, con evidente contrazione non solo dei cosmetici legati al servizio in salone, ma anche dei prodotti di rivendita. Negli ultimi mesi la tendenza sembra arrestata.

Negli istituti di bellezza la ripresa dei consumi è stata del 2,1%, per un valore di 230 milioni di euro. Il canale dell'estetica è quello che più di tutti ha sofferto dell'incapacità di ridisegnare la sua identità, che nelle attese dei consumatori è

sempre più orientata alla qualificazione del servizio, di chi lo pratica dell'ambiente in cui viene erogato: su queste leve le imprese hanno orientato la ripresa. Altrettanto positivo è il trend di consumo registrato nei saloni di acconciatura, con una crescita dell'1% e un valore pari a 563 milioni di euro: la generalizzata diminuzione dei passaggi in salone da oltre cinque anni aveva condizionato negativamente il settore anche se molti professionisti hanno saputo reagire proponendo strategie di segmentazione sia nei servizi che nei trattamenti.

E proprio per sostenere i professionisti della bellezza nasce Hair Ring, progetto di Cosmoprof e Camera Italiana dell'Acconciatura: una vetrina per i giovani talenti che possono esibirsi in pedana e mostrare al grande pubblico della manifestazione il proprio estro e la propria creatività nell'interpretazione del tema guida di quest'anno che sarà "riccio capriccio". Per la 50esima edizione di Cosmoprof, sabato il palco di Hair Ring si trasformerà in un "backstage on stage".

Mediterranean Hair Ring porterà a Bologna il look delle passerelle di Milano Moda Donna. Male iniziative dedicate agli acconciatori non finiscono qui. On Hair è la passerella fashion dedicata al mondo capelli dove trovare il look più all'avanguardia e i segreti svelati dai migliori hair designer internazionali.

Ma.Ge.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## 50 ANNI DI BEAUTY

### 1967

**La nascita**

Nasce il Salone della profumeria e della cosmesi alla fiera di Bologna.

### 1968

**Seconda edizione**

A maggio, una fiera di dodici giorni. In quel periodo, si spendevano all'anno, in Italia, 200 miliardi di lire per i prodotti cosmetici, con una media di 4mila lire pro capite.

### 1970

**L'esplosione**

Il Salone della profumeria e della cosmesi esplode con un aumento considerevole di espositori e visitatori e superficie più che raddoppiata. Il periodo di apertura della manifestazione è stato fissato - in sinergia con Fiera Milano - a pochi giorni di distanza dalla Fiera Campionaria per facilitare la visita di entrambe le manifestazioni. Per la prima volta, viene organizzato il "Giorno del profumiere" con l'assegnazione di un premio Oscar per le profumerie più antiche e rappresentative.

### 1971

**Arriva il nome «Cosmoprof»**

Sei giorni di esposizione: un appuntamento per produttori, grossisti, dettaglianti e operatori del settore beauty.

### 1978

**Packmatic**

Apri il padiglione dedicato alla bigiotteria. Altro settore qualificante di Cosmoprof è quello delle macchine e accessori per la produzione e il confezionamento, denominato Packmatic.

### 1980

**La tredicesima edizione**

Il biglietto di ingresso di Cosmoprof costa 5mila lire.

### 1984

**Visitori esteri**

Lancio mondiale molto forte per questa edizione con afflusso dei visitatori esteri considerevole. Sei società britanniche che, per la prima volta, scelgono di esporre ad una fiera estera. Iniziano, nel 1984, i lavori di costruzione del centro servizi sopraelevato, che sarà operante nel 1986.

### 1993

**Il lancio di Cosmopack**

Una nuova identità per il salone tematico del packaging creativo. Due padiglioni, 178 espositori e la citazione sulla pagina pubblicitaria di Cosmoprof, come «salone del packaging creativo, tecnologie e servizi per l'industria cosmetica».

### 1995

**Verso On Hair**

Nasce l'antenato di On Hair: si chiama Theatrum Cosmoprof ed è il palcoscenico esclusivo ospitato nel rinnovato Palazzo dei Congressi, sul quale si alternano i più grandi nomi dell'acconciatura mondiale come Aldo Coppola e Bruno Pittini di Jacques Dessange.

### 1998

**Natura e bellezza**

Sul palco del Cosmoprof theater due grandissimi hair stylist internazionali: Vidal Sassoon e Tokio Eizo Kakimoto. Focus su Natura e Bellezza con un padiglione dedicato.

### 1999

**L'estetica professionale**

Per la prima volta, quattro associazioni che si occupano del settore estetico professionale organizzano la Giornata istituzionale delle estetiste.

### 2001

**Record di superficie**

La 34ª edizione di Cosmoprof raggiunge per la prima volta il record di 70mila mq di superficie espositiva. Viene fondata la Camera italiana dell'acconciatura.

### 2017

**50 anni**

Cosmoprof compie 50 anni e li festeggia con la produzione di un profumo ad hoc.