

mediaworld.it

dal 30 marzo al 9 aprile

SELF CONTROL,
PLEASE

Android TV

SONY

TV LED 4K 55" KD55XD7005
 • Risoluzione 3840x2160
 • Decoder digitale terrestre DVB-T2 e satellitare DVB-S2
 • Processore Video 4K X-Reality Pro
 COD. 724334

CLASSE A
ENERGETICA4K
HDR

799



SAMSUNG

Smartphone Galaxy J7 2016
 • Display 5,5" HD Super AMOLED
 • Fotocamera posteriore da 13 Mega Pixel, anteriore da 5 Mega Pixel
 • Sistema Operativo Android 6.0
 COD. 718526

OCTA-CORE
1,6 GHz
PROCESSORE2 GB
RAM

249



Touch

acer

Convertibile 2 in 1 S1003-17W7
 • Processore Intel® Atom™ x5-Z8300 (1,44 GHz, fino a 1,84 GHz con Turbo, 2 MB Cache)
 • Grafica Intel® HD Graphics
 COD. 729481

32 GB
eMMC2 GB
RAM

199

Motore Inverter silenzioso

Hotpoint

Lavatrice RSF723SIT/1
 • Centrifuga regolabile 1200 giri/min
 • Programma speciale antimacchia, antimacchia rapido, scuri, ultra delicati, anti allergia, lana woolmark, apparel care, eco, rapido
 • Dimensioni (HxLxP): 85x59,5x54 cm
 COD. 731031

CLASSE A+
ENERGETICA7 KG MAX
LAVAGGIO

299

Intel, il logo Intel, Intel Inside, Intel Core e Core Inside sono marchi registrati da Intel Corporation negli Stati Uniti e in altri Paesi.

Valido dal 30 marzo al 9 aprile 2017, fino ad esaurimento scorte e salvo errori e/o omissioni di stampa. Le foto sono puramente rappresentative. I.P. I prezzi dei nostri prodotti sono comprensivi degli Ico-contributi RAEE.

Media World

Alimentare. Analisi Pambianco sui bilanci delle aziende: redditività maggiore nella fascia più elevata

Vino, boom per l'alto di gamma

In un mercato ipercompetitivo la qualità è la vera discriminante

Emanuele Scarci
MILANO

Le grandi aziende del vino crescono quasi il doppio rispetto alle piccole e, soprattutto, hanno una redditività tripla. La conclusione di Pambianco Strategie di impresa è che, in un mercato ipercompetitivo, per creare valore è necessario puntare verso la fascia alta di mercato, ma ciò richiede altissima qualità, comunicazione mirata, distribuzione internazionale e risorse finanziarie. E quando queste non ci sono si può pensare ad alleanze e partnership con soci forti, com'è accaduto nel 2016 nei casi di Biondi Santi acquisita dal gruppo francese Epi, Sella&Mosca da Terra Moretti, Tenuta San Giorgio da ColleMassari e Canevel rilevata da Masi della famiglia Boscaini.

La ricerca di Pambianco sulle performance del business del vino (in Italia il primo settore dell'alimentare con 5,5 miliardi di export) ha analizzato i bilanci di un campione di 171 aziende che nel 2015 ha realizzato un fatturato totale di 6,2 miliardi di euro. La crescita media dei ricavi è stata del 5,2% e quella dell'Ebitda del 10,4%.

Dalle 171 aziende sono state estratte quelle della fascia alta di gamma: sono 48 e nel 2015 hanno registrato un fatturato di 1,25 mi-

liardi con una crescita del 7,8%. Si tratta delle cantine più rinomate (con tutti i loro marchi), tra le quali Antinori, Frescobaldi, Ruffino, Lunelli, Banfi, Masi, Fontanafredda, Terra Moretti, Berlucchi, Ca' del Bosco.

Le aziende di fascia media sono più numerose 123 e nel 2015 hanno realizzato un fatturato di 4,96 miliardi, in crescita del 4,6%.

SOCI FORTI

Un'opzione può essere quella di aprirsi all'ingresso di un partner che possa fornire risorse finanziarie come nel caso di Biondi Santi

Quindi la crescita dei ricavi delle aziende Top di gamma è del 7,8% contro il 4,6% di quelle di fascia media. La differenza maggiore però sta nell'Ebitda: le cantine Top hanno registrato un'incidenza dell'Ebitda sui ricavi del 23,1%, quelle di fascia media un più modesto 7,2%. «Se poi confrontiamo - osserva Carlo Pambianco - le cantine Top io per fatturato notiamo che l'Ebitda di queste è ancora più elevata, oltre il 27%, rispetto a quello di tutte le aziende di fascia alta». Fuoriclasse del vino è la Te-

nuta di San Guido con il famoso marchio Sassicaia: fattura 27 milioni con un Ebitda di oltre il 55%, il più elevato in assoluto, e un utile di 10 milioni.

«Puntare sull'alto di gamma è possibile - interviene Lamberto Frescobaldi, presidente del gruppo omonimo toscano - ma servono grandi conoscenze e tecnici di valore. Ovviamente servono anche ingenti capitali».

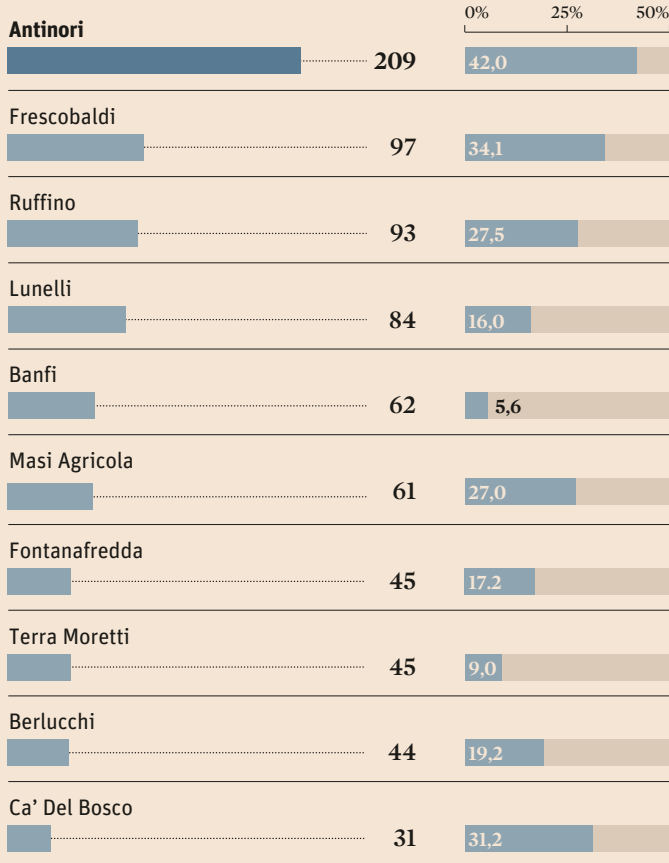
La sfida del valore è più che mai attuale per il vino italiano che, a parità di quantità, realizza poco più della metà del fatturato del vino francese. «In realtà - obietta Frescobaldi - sescorporiamo lo champagne e contiamo solo i vini fermi, i valori tra Italia e Francia si avvicinano. In generale, sono ottimisti sulle performance future del vino italiano: i Millennials e le generazioni successive hanno meno conoscenze e preconcetti. Sono quindi più reattivi a cogliere i valori del nostro vino».

Nel 2016 il gruppo Frescobaldi ha realizzato ricavi superiori ai 100 milioni (dai 95 milioni dell'esercizio precedente) e oltre 11 milioni di bottiglie, uno in più del 2015.

© RIPRODUZIONE RISERVATA
Aziende in campo
emanuele.scarci.blog.ilsale24ore.com

Le prime dieci aziende per fatturato

Fatturato 2015 in milioni di euro con ebitda %



Fonte: Pambianco Strategie d'impresa

Il caso. I piani di sviluppo sui mercati internazionali con politiche di brand

La sfida in Usa e Cina e il rilancio dei territori

Giorgio dell'Orefice

Creare valore, soprattutto all'estero, per il vino made in Italy. È il principale obiettivo del mondo produttivo italiano secondo quanto è emerso a Milano nel corso della tavola rotonda alla scuola di dirigenti d'azienda della Bocconi. Un incontro nel corso della quale esponenti della filiera vitivinicola hanno discusso i risultati della ricerca effettuata dal Wine Management Lab di Sda Bocconi proprio sulle leve per lo sviluppo del vino italiano.

L'indagine ha esplorato (in collaborazione con l'Ice) il posizionamento del vino italiano in 21 Paesi attraverso l'opinione di 170 tra importatori esteri e distributori e ha cercato di mettere a fuoco gli orientamenti strategici di 500 produttori italiani.

Incrociando i dati delle due survey «sono emerse tre chiare linee d'azione - ha spiegato il docente della Sda Bocconi, Armando Cirrincione - per il futuro del vino italiano bisogna puntare sulla varietà, intesa come differenziazione d'offerta e non solo come vitigni autoctoni, sul lifestyle indicando il vino sempre meno come bevanda e sempre più come esperienza di consumo "fine" e infine occorre valorizzare il legame con il turismo enogastronomico».

Tutti elementi che Cirrincione ha sintetizzato in un esempio: «I consumatori sono disposti a riconoscere un differenziale di prezzo a un caffè in piazza San Marco a Venezia rispetto a quello consumato in un qualsiasi bar. E questo perché rendere unica l'esperienza di consumo può diventare un vero moltiplicatore di valore».

Alcuni più che proporre li-

nee strategiche pensano a concentrarsi sulle azioni. «Innanzitutto tutte le due aree sulle quali scommettere - ha aggiunto il presidente dell'Unione italiana vini, Antonio Rallo - sono gli Usa (primo mercato al mondo) e la Cina (unico paese con consumi in crescita a doppia cifra). Sul fronte delle azioni vedo bene esperienze come quella della Doc Sicilia, ovvero un "brand vassoio" nel quale coabitano e collaborano marchio territoriale più ampio e sottogono più ristrette, etichetta di origine e brand aziendale: in quattro anni la Doc Sicilia è cresciuta del 60%».

Non manca chi scommette su una strategia differenziata per mercato. «Appena il 5% dei cinesi ha il passaporto e meno del 2% è stato in Italia - ha detto il presidente dell'Ice, Michele Scannavini - inutile fornire loro troppe informazioni su un paese che neanche sanno dove sia. Bisogna comporre un mix di strategia di base in Cina e promozione evoluta negli Usa dove abbiamo invece bisogno di recuperare il gap di prezzo con i concorrenti francesi. Dobbiamo essere capaci di mettere insieme identità di marca, valore simbolico dei territori e rapporto qualità/prezzo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Verso il Salone / 1. Impianto per il taglio automatico della pelle

B&B Italia spinge sull'hi-tech e sulle sinergie con Arclinea



Giovanna Mancini
MILANO

«L'innovazione tecnologica è radicata nel dna di B&B Italia sin dalla nascita», racconta Giorgio Busnelli, ad dell'azienda di arredamento design fondata nel 1966 da Piero Busnelli, che ha voluto portare una cultura del design di tipo industriale in un settore fortemente artigianale come quello dell'arredamento. «Siamo stati tra i primi a usare impianti di taglio automatico del tessuto usati fino ad allora solo dalle aziende della moda», ricorda l'ad.

Nello stesso solco si inserisce la scelta di investire, oggi, su un nuovo impianto per il controllo e il taglio della pelle, completamente automatico e ad altissima precisione, guidato da un software di ultima generazione sviluppato da Lectra. Un investimento di circa 700 mila euro che porterà a migliorare l'efficienza produttiva del 30%, con un rientro stimato entro quattro anni.

Un «salto di qualità», lo defini-

sce Busnelli, sulla scia di quella «Industria 4.0» di cui tanto si parla oggi, che si aggiunge ai tradizionali investimenti dell'azienda per lo sviluppo di nuovi prodotti, ma anche alle profonde innovazioni sul fronte manageriale. Dopo l'acquisizione, nel giugno 2015, da parte della società di investimento Investindustrial guidata da Andrea Bonomi, B&B Italia ha rilevato a sua volta, lo scorso settembre, il 70% dell'azienda di cucine Arclinea. A sei mesi da quell'operazione, il processo di

INTEGRAZIONE

A Miami il primo progetto contract che vede insieme i due brand
Lo showroom di Milano laboratorio di sperimentazione

integrazione tra le due realtà comincia a dare i primi risultati.

Prima di tutto sul fronte del retail: durante la Design Week milanese (dal 4 al 9 aprile), ad esempio, nello showroom di B&B Italia in via Durini sarà presentata una «concept kitchen» Arclinea, inizio di un progetto firmato Antonio Citterio che sarà pronto per Eurocucina 2018. Anche lo store di Londra, il prossimo settembre, farà spazio a cinque cucine Arclinea. Citterio è stato chiamato inoltre a progettare lo showroom

dell'azienda che inaugurerà a Milano e farà poi da modello per i futuri monomarca nel mondo. Proprio la crescita di Arclinea sui mercati esteri, anche attraverso la forza distributiva del «socio di maggioranza» (che esporta l'80% della produzione in 80 Paesi) è del resto tra gli obiettivi dell'operazione realizzata in settembre. L'altro punto cardine è il rafforzamento del canale contract, che può beneficiare ora di una offerta di gruppo che spazia dall'area living a quella delle cucine. Il primo progetto che vede la sinergia tra i due brand è il complesso di lusso One River Point a Miami, dove uno dei modelli Arclinea è stato selezionato per le 380 cucine che saranno presenti nelle residenze dell'edificio.

B&B Italia ha chiuso il 2016 con un fatturato consolidato di 179 milioni (che salgono a 185 milioni consolidando anche i tre mesi di Arclinea), contro i 170 del 2015. E anche il 2017 è partito con il piede giusto, dice Busnelli: «Sono appena tornato da Hong Kong, dove abbiamo inaugurato uno store al 3° piano di un elegante edificio da cui è possibile ammirare una delle più belle skyline del mondo». Tra aprile e maggio si aggiungeranno un flagship store a Shanghai, un monomarca a Saint Tropez e uno a Lione, per un totale di circa dieci monomarca da aprire entro l'anno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Verso il Salone / 2. Vendite in crescita del 7% - Possibile acquisizione entro l'anno

Tre mesi sprint per Calligaris

MANZANO (UDINE)

La strategia di un'offerta diversificata, che punta fortemente sull'identità di brand, in particolare all'estero, sembra ripagare gli investimenti fatti da Calligaris - azienda del design fondata a Manzano nel 1923 - con il lancio, al Salone del Mobile dell'anno scorso, della nuova linea Connubia. Una collezione di sedie e tavoli destinata ai retailer multi-marca, da affiancare ai prodotti a marchio Calligaris, sempre più rivolti viceversa a una distribuzione selettiva, preferibilmente monomarca, in cui l'identità di brand è elemento cruciale.

Il mercato ha apprezzato, soprattutto all'estero, dove l'azienda friulana realizza ormai il 70% del proprio fatturato (116,7 milioni di euro nel 2016) e dove l'anno scorso è cresciuta del 7%. Una crescita in parte attenuata dalla congiuntura ancora negativa sul fronte domestico, che non ha comunque impedito al gruppo di

incrementare i ricavi del 2,1%, nel complesso, rispetto al 2015. «Siamo soddisfatti soprattutto della redditività - dice il presidente Alessandro Calligaris - che è cresciuta del 18,7% raggiungendo quasi i livelli pre-crisi, quando l'Ebitda era attorno al 16-18%». Oggi è al 15,7%, ma i primi tre mesi del 2017 lasciano ben sperare per un ulteriore incremento. «Vanno bene soprattutto Usa, Regno Unito, Francia e Giappone - spiega Calligaris - e questo avvio d'anno anche la Germania e le repubbliche ex sovietiche sono ripartite, compresa la Russia, che nel trimestre ha guadagnato il 20%». Ancora poco, tuttavia, visto che il calo era stato del 50%.

Il gruppo sta dunque tornando ai ritmi di crescita pre-crisi e nei primi tre mesi le vendite sono aumentate del 7%. «In questi anni abbiamo avviato una profonda ristrutturazione: ridotto i costi, innovato i prodotti, l'organizzazione e la strategia di-

tributiva - ricorda il presidente -. Abbiamo fatto tutto quello che poteva essere fatto e ora ne raccogliamo i frutti».

Il 2017 porterà novità sul fronte prodotto - che saranno al Salone del Mobile la prossima settimana - ma anche sul fronte retail, con l'apertura di monomarca Calligaris a Vancouver, Long Island, Washington e tre in Cina. Entro fine anno, inoltre, potrebbe concretizzarsi un progetto di aggregazione: «Tre anni fa, quando ho riacquisito il 40% del gruppo, avevo indicato come obiettivo la crescita anche attraverso aggregazioni - ricorda Calligaris -. Ora abbiamo contatti avviati e potremmo essere vicini a realizzare l'operazione». Non aggiunge di più, ma fa capire che si tratterà di una azienda con valore dimensionale importante e linee di prodotto complementari alla Calligaris.

GI.M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ASTE BOLAFFI

OROLOGI E GIOIELLI



5 APRILE 2017

MILANO Grand Hotel et de Milan, via Manzoni 29

ESPOSIZIONE DA SABATO 1 APRILE

ORE 10-18

Pregiati orologi da tasca, da tavolo e da polso
dal XVIII al XX secolo, tutti provenienti da committenze private.

Tra i pezzi più rari, un Rolex pre-Daytona di grandissima qualità.

Raffinate creazioni di Van Cleef & Arpels, Cusi,
Cartier, Frascarolo, con una selezione di gioielli firmati
dai torinesi Orisa e Capello. Ampia e sorprendente scelta
di diamanti di grande caratura e qualità.

Per informazioni e richieste catalogo
Bolaffi - via Cavour 17, Torino
011. 01 99 101 info@astebolaffi.it

Catalogo online
astebolaffi.it

**Un gusto
così speciale
viene solo
da nocciole
speciali: quelle
Ferrero.**



vai su ferrero.it

Quando prepariamo i prodotti che voi e le vostre famiglie tanto amate, abbiamo a cuore la qualità e la sicurezza. Da 70 anni. Per esempio, otteniamo il gusto inimitabile di Nutella grazie all'eccellenza qualitativa delle nostre nocciole tostate. Infatti scegliamo solo le nocciole migliori, controllando una ad una che siano integre e prive di difetti, attraverso sofisticati controlli automatici e una costante supervisione dei nostri collaboratori.

Per assicurare una tostatura omogenea per tutte, le lavoriamo in base alle differenti specificità e dimensioni. E poi le tostiamo all'ultimo, per esaltarne gli aromi e la fragranza. Tutto ciò secondo un saper fare unico, frutto della nostra esperienza di decenni. E questa attenzione alla qualità e alla sicurezza vale per tutti i nostri ingredienti. Proprio tutti. Ecco perché potete continuare a scegliere serenamente i nostri prodotti. Per tanti altri anni.

FERRERO®
DA 70 ANNI LA QUALITÀ PRIMA DI TUTTO.

LAVORO

In breve



INSERIMENTO

Lombardia, bando per l'inclusione

La Regione Lombardia ha pubblicato un bando per l'inclusione lavorativa di persone sottoposte a provvedimento giudiziario, sia minori che adulti, categorie di persone a rischio di esclusione sociale. La dotazione finanziaria è di 1 milione di euro. Il bando è finalizzato a creare percorsi di empowerment e di misure di accompagnamento di percorsi imprenditoriali anche in forma di cooperativa. Beneficiari sono enti pubblici, organizzazioni del terzo settore, enti accreditati per la formazione e per il lavoro con esperienza biennale e parti sociali. Destinatari finali sono soggetti a rischio di esclusione sociale e le loro famiglie. L'aiuto è pari all'80 per cento delle spese ammissibili per un massimo di 550 mila euro. È previsto il cofinanziamento obbligatorio del progetto pari al 20 per cento. Le domande devono essere presentate entro il 21 aprile 2017.

CONTRATTO

Rai, presidio per il rinnovo

«I lavoratori della Rai hanno manifestato davanti alla sede di Viale Mazzini a Roma per chiedere il rinnovo del contratto nazionale, scaduto da 39 mesi», come annuncia una nota congiunta delle segreterie di Scl Cgil, Uilcom Uil, Ugl Informazione, Snafer e Libersind-ConSal. L'azienda, dicono i sindacati, si è dichiarata indisponibile a un rinnovo che preveda un incremento salariale.

Formazione. Il ministero dell'Istruzione pronto a sbloccare fondi europei per progetti di alta qualità

Alternanza, in arrivo 140 milioni

Dopo Traineeship di Federmeccanica, arriva il piano di Farindustria

Claudio Tucci
ROMA

Il ministero dell'Istruzione sta per sbloccare ulteriori 140 milioni di euro per rafforzare l'alternanza scuola-lavoro: le somme, aggiuntive rispetto ai 100 milioni annui stanziati dalla legge 107, arriveranno dal Programma operativo nazionale finanziato con fondi europei e potranno essere utilizzate dalle scuole per lo sviluppo di progetti di "alta qualità" (in filiera, in rete e in mobilità). A settembre partirà, poi, una piattaforma dedicata alla formazione "on the job", con l'obiettivo, tra l'altro, di semplificare il processo di compilazione degli adempimenti burocratici e la formazione sulla sicurezza; mentre i corsi sono state inviate alle scuole prime indicazioni operative, che rischiano però di andare nella direzione opposta, ingessando i percorsi formativi per gli studenti, escludendo, nei fatti, i datori dalla co-progettazione dell'esperienza di studio e lavoro.

ro, e precludendo, inoltre, alle aziende del lavoro - certificate dal ministero del Lavoro - di facilitare i rapporti con le aziende.

L'alternanza, resa obbligatoria dalla riforma Renzi-Giannini, si sta diffondendo; ma tra luci e ombre: i ragazzi interessati dalle novità, nel 2015/2016, sono stati 652.641, provenienti da 5.911 istituti, accolti da 151.200 aziende. Quest'anno si stimano più di un milione di alunni coinvolti: «Nell'alternanza ci crediamo, e la vogliamo di qualità e per tutti», ha ripetuto il sottosegretario, Gabriele Toccafondi. Il punto è che il contatto con il mondo produttivo è limitato (di qui il progetto Anpal con mille tutor per rafforzare il link tra scuole e imprese); e soprattutto si continua a non riconoscere lo sforzo degli imprenditori nella formazione dei giovani (una maggiore attenzione per le imprese è stata ribadita anche dal vice presidente per il Capitale umano di Confindustria, Giovanni Brugnoli).

Eppure esempi virtuosi non mancano, a partire dal progetto «Traineeship» di Federmeccanica. A questi si affiancherà ora l'industria farmaceutica che partirà con un'iniziativa pilota: «Interessa le aziende del farmaco e dell'intera filiera, con eccellenze a livello globale anche nelle macchine e tecnologie per la produzione e il confezionamento dei medicinali», ha spiegato il presidente di Farindustria, Massimo Scaccabarozzi. Il progetto, articolato su tre anni, coinvolgerà licei e istituti tecnici e professionali e alunni dei cluster di Bologna-Parma e Latina-Pomezia, aprendo a «viaggi» nelle imprese hi tech e digitalizzate, per conoscere da vicino attività, meccanismi e organizzazione.

«È una iniziativa per i giovani e il loro futuro - ha aggiunto Scaccabarozzi -». Al termine della fase pilota, potrà essere estesa a tutte le aziende farmaceutiche e della filiera che lo richiederanno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La protesta



A Serravalle sciopero di Pasqua

I lavoratori dell'outlet di Serravalle Scrivia (Alessandria) incrociano le braccia sabato 15 e domenica 16 aprile, per protestare contro l'apertura straordinaria prevista per Pasqua e Santo Stefano (passando da 361 a 363 giorni di apertura all'anno), decisa dalla direzione del centro commerciale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il forum. Con BioInItaly realizzati oltre 23 milioni di investimenti in 15 progetti innovativi su oltre 600 presentati

A Milano in scena gli startupper biotec

Cristina Casadei

Quante sono le malattie neurologiche o neurodegenerative? Molte centinaia e il problema nella loro cura è che la diagnosi avviene osservando i sintomi clinici, quando ormai il danno è fatto. BrainDTech sviluppa un sistema predittivo, basato su un meccanismo molecolare brevettato che si evidenzia nelle prime fasi della neuroinfiammazione prima della manifestazione clinica. BrainDTech è una start up ed è nata a Milano nel 2016. È proprio a Mila-

no ieri ha ricevuto l'Assobiotech Gabriele Corbelli Award, mentre enGenome ha ricevuto il Novartis Oncology award. enGenome è un'altra startup ed è nata nel 2016 a Pavia, ha creato un software che individua le mutazioni alla base dei tumori e dà un supporto alla medicina di precisione.

Due storie che il BioInItaly Investment Forum & Intesa Sanpaolo Startup initiative hanno voluto valorizzare alla fine di «un roadshow in giro per l'Italia in cui siamo andati a cercare le realtà

più interessanti da portare al forum di Milano - spiega il presidente di Assobiotech, Riccardo Palmisano -». Noi ci proponiamo come facilitatori dell'incontro tra start up e investitori e in questi 10 anni abbiamo visto crescere da un lato il numero degli investitori e dall'altro la qualità delle presentazioni».

L'Italia è un paese dove si pubblica molto e bene, ma si brevetta e si industrializza poco, per questo serve uno sforzo di sistema per incoraggiare i ricercatori.

Già, di sistema perché lo sforzo non può che essere congiunto. «Noi facciamo la nostra parte - dice Palmisano - ma allo stesso modo è necessario mettere in atto interventi di defiscalizzazione e semplificazione burocratica che rendano il nostro paese più attrattivo per gli investitori». Che già partecipano con un certo slancio al forum milanese del biotech. In 10 anni l'evento ha consentito di raccogliere più di 23 milioni di euro che sono stati investiti in 15 startup innovative, selezionate tra le oltre 600 che si sono presentate per salire sul palcoscenico offerto dalla city lombarda. Per il chief innovation officer di Intesa Sanpaolo, Maurizio Montagnese, nessun dubbio: «Il settore delle scienze della vita costituisce un'opportunità unica di sviluppo. Un comparto industriale solido si accompagna ad una rete di centri di ricerca e ospedali che esprime eccellenze accademiche di livello globale. Si tratta di un terreno fertile, da cui possono nascere imprese hi-tech con applicazione non solo nelle biotecnologie pure, ma in tutte le sfide legate alla salute».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Automotive. Raggiunta l'intesa con i sindacati

Alla Italdesign lavoro «smart» e orario flessibile

Filomena Greco
TORINO

Una prima sperimentazione sullo smart working che è soltanto un punto di partenza. La Italdesign scommette su una modalità «più intelligente e flessibile di lavoro». Che non è una forma di welfare né rientra nel capitolo del prossimo contratto aziendale. Il punto di partenza per Italdesign, fondata da Giugiaro nel 1968 e parte del Gruppo Volkswagen dal 2010, «è di scrivere regole chiare per costruire un modello di lavoro innovativo che puntualizzi la misurazione non delle ore lavorate ma del risultato e che faccia leva su fiducia, responsabilità e benessere dei dipendenti» descrive Giuseppe Savino, responsabile Human Resources dell'azienda che conta 979 addetti - due sedi in Italia, a Moncalieri e Nichelino, due in Germania e una in Spagna - e un fatturato da 165 milioni. L'obiettivo è ambizioso, visto dal punto di vista aziendale: migliorare i risultati, aumentare la produttività e scommettere sul crescente empowerment dei dipendenti.

Una ventina i team di lavoro coinvolti nel progetto pilota - alcune aree sono rimaste escluse per problemi strutturali, la produzione, ad esempio, o anche lo stile - per un totale di 180 persone potenziali. L'accordo prevede, subbase volontaria, che gli addetti possano lavorare «fuori» dall'azienda per due giorni al mese, in una fascia oraria ampia, dalle 6 alle 22, garantendo semplicemente la propria rintracciabilità. In questa prima fase di sperimentazione, racconta Giuseppe Savino, hanno aderito in 160. L'obiettivo è aumentare i giorni di smart working fino a 1 o due a settimana. «Il prossimo step - chiarisce Savino - è di inserire lo smart working come capitolo del prossimo contratto aziendale che discuteremo con i sindacati a partire da fine anno. Ci piacerebbe poter sperimentare una formula di orario ampiamente flessibile per ingresso e uscita degli addetti, ma questo aspetto sarà tema di discussione per un prossimo tavolo».

Per le organizzazioni sindacali, si tratta di un accordo ben strutturato: «Con i suoi oltre 900

L'OBIETTIVO

Savino (hr manager):

«Regole chiare per costruire un modello che punti alla misurazione non delle ore lavorate ma del risultato»

dipendenti tra Moncalieri e Nichelino, che diventano 1.500 con imprese esterne e indotto - sottolinea Federico Bellono segretario provinciale della Fiom - Italdesign è di gran lunga, nel settore automotive, la realtà più significativa del torinese fuori dal contesto Fca. È importante che si insista sullo sviluppo di buone relazioni sindacali e la sperimentazione condivisa dello smart working va in questa direzione». La sicurezza e la riservatezza restano al centro dell'accordo che riconosce ai team di lavoro la possibilità di organizzarsi in maniera autonoma. L'intesa inoltre prevede che i dipendenti siano dotati della strumentazione tecnologica adatta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ECO-DRIVE.
L'INNOVAZIONE
È CAPACITÀ
DI IMMAGINARE.

Luce. Energia. Movimento.

Siamo circondati dalla luce e dalla sua energia inesauribile: trasformarla in movimento è uno dei grandi traguardi di Citizen.

Grazie alla straordinaria efficienza del sistema Eco-Drive, è sufficiente una breve esposizione ad una fonte di luce, naturale o artificiale, per garantire il funzionamento dei nostri orologi per un minimo di sei mesi.

Sistema Eco-Drive

A carica luce, naturale o artificiale.

Scopri l'intera collezione a partire da € 119
www.citizen.it



€ 199

CITIZEN®

STILI&TENDENZE

In breve



CAPISPALLA
Esemplare unisce seta lavata e cotone



La ricerca sui tessuti, oltre che sullo stile, del brand Esemplare prosegue con un accostamento tra seta lavata e fibra di cotone. Nella foto, il modello icona per la primavera, il "guscio", con tagli over e pratico cappuccio. www.esemplare.it.

OCCHIALI
Primo negozio
Vuarnet a Parigi



Vuarnet apre il suo primo negozio nel cuore di Parigi al 28 di rue Boissy d'Anglas, dove la storia del marchio ebbe inizio 60 anni fa: lì si trovava il laboratorio dell'ottico Roger Pouilloux, fondatore del marchio che inventò la leggendaria lente Skilnx.

GRUPPO CALZEDONIA
Nuovo brand
Intimissimi Uomo



Nasce Intimissimi Uomo, nuovo brand del gruppo Calzedonia che oggi conta 76 punti vendita: intimo, maglieria, nightwear, calzetteria e beachwear in negozi di dimensioni contenute e dalla disposizione funzionale.

MADE IN ITALY
I ricami fiorati
di Lardini Donna



La collezione per l'A-17-18 di Lardini Donna punta sul know-how nei tessuti e nel taglio dei capispalla del brand marchigiano. Ma anche sui dettagli, a partire dai motivi floreali in tessuti leggeri o addirittura in micropaillettes, come per la giacca nella foto.

MODA 24

LUXURY
Donna Coraly
bio-resort in Sicilia
La proprietaria, nobildonna di origini siciliane, ha trasformato la tenuta di famiglia nella campagna siracusana in un bio-resort di lusso ed è nato Donna Coraly. Prossimo passo: la creazione di un'azienda agricola per rivitalizzare il patrimonio rurale italiano. www.moda24.it/sole24ore.com

Rilanci. I piani del ceo Simona Clemenza, scelta tre mesi fa dalla proprietà cinese

«Krizia tra i brand italiani sarà il più internazionale»

Focus su retail, made in Italy e collaborazioni con artisti

Giulia Crivelli

Un'italiana anomala incontra una cinese forse altrettanto anomala e un direttore creativo a sua volta non facilmente inquadrabile. Parliamo di Simona Clemenza, Zhu Chong Yun e Cristiano Segnanfreddo, rispettivamente amministratore delegato, proprietaria e artistic director di Krizia, lo storico marchio italiano acquistato dall'imprenditrice cinese nel 2014, un anno prima della scomparsa della fondatrice Mariuccia Mandelli, in arte Krizia.

«Sono nata a Torino nel 1973 e a 18 anni sono uscita di casa per un desiderio di autonomia e libertà. Finita l'università ho scelto di lavorare nella moda anche perché mi avrebbe permesso di viaggiare ed entrare in contatto con culture e mondi diversi - racconta Simona Clemenza -. Ed è stato così: ho lavorato per Kenzo e vissuto a Parigi, poi per Karl Lagerfeld, dividendomi tra la capitale francese e Amsterdam, dove ho casa. Quando, pochi mesi fa, è arrivata l'offerta della signora Zhu, ho visto l'occasione per mettere a frutto in Italia la mia esperienza all'estero. Partendo dalla sua storia di simbolo della creatività e capacità artigianali italiane, Krizia può diventare il più internazionale dei brand italiani di abbigliamento donna».

Una visione condivisa da Zhu Chong You, che quando aveva 29 anni (oggi ne ha 52) fondò Shenzhen Marisfrolg Fashion, un grup-



Al vertice. Simona Clemenza, amministratore delegato di Krizia dal gennaio 2017. Accanto a lei, il nuovo direttore artistico del brand, Cristiano Segnanfreddo

po che oggi gestisce cinque marchi e 400 punti vendita fra Cina, Corea del Sud, Singapore e Macao, con un fatturato 2015 di oltre 500 milioni di euro e che in giugno ha in programma la quotazione parziale della holding.

Quando l'imprenditrice e stilista cinese acquisì Krizia, qualcuno pensò che potesse snaturare il marchio, magari portandolo in patria, dove è distribuito dal 1994 ed è molto conosciuto. Niente di più falso: «La produzione è made in Italy al 100%», la signora Zhu conosce molto bene la nostra filiera del tessile-abbigliamento perché fa produrre qualcuni dei suoi brand e sa quanto sia apprezzato il made in Italy in tutta l'Asia». Non solo: tra i primi investimenti della nuova proprietà c'è stata la riapertura dello storico negozio di via Spiga, la strada dello shopping più cara di Milano dopo via Monte Napoleone, e in occasione dell'imminente Salone del mobile sarà riaperto lo Spazio Krizia, inaugurato nel 1985 e pen-

sato per ospitare scrittori, performance, mostre, concerti, dibattiti politici. Della programmazione si occuperà Cristiano Segnanfreddo, appena nominato direttore artistico di Krizia, creativo dal curriculum eclettico e grande esperto d'arte, nonché docente di estetica e ideatore del Premio Marzotto per l'innovazione. Ma cosa intende Simona Clemenza per brand sempre più internazionale? «Il percepito del marchio, in tutti i Paesi europei, asiatici e negli Stati Uniti, è altissimo. Però è legato soprattutto all'idea di italianità. Il che va benissimo, ma dev'essere un punto di partenza: i Millennials pretendono uno story telling autentico e sono affascinati di nuovi contenuti, coerenti con la storia del brand. Intensificheremo le collaborazioni con artisti e creativi di ogni ambito, anche per visual e vetrine, e ci piacerebbe creare dei minifilm: su internet, YouTube insegna, sono i video brevi ad avere maggior successo».

Importante inoltre lo sviluppo retail: in Cina sono già stati aperti cinque negozi, altrettanti arriveranno entro l'anno. Il brand fu acquistato per una cifra (mai confermata) di 35 milioni di euro, a fronte di un fatturato inferiore ai cinque. L'obiettivo è tornare ai momenti d'oro, all'inizio degli anni 2000, quando i ricavi avevano abbondantemente superato i 200 milioni. «Apriremo anche nelle capitali europee, dove Krizia ha avuto boutique bellissime e di grande successo - conclude Simona Clemenza -. La visione della signora Zhu è di lungo periodo: è decisa a investire molto ma non ha fretta. Tra le parole che usa più spesso ci sono studiare e riflettere». Approccio rivoluzionario, nell'era del fast fashion e di Snapchat.



In passerella. La prima uscita della sfilata della collezione A-12017-2018

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Sneaker. Tra i soci anche 21 Investimenti

La rete monomarca di Philippe Model verso Europa e Usa

Marta Casadei

«Sono orgoglioso e ottimista rispetto all'evoluzione di Philippe Model, un marchio che ha radici creative forti e ha fatto del connubio con l'artigianalità made in Italy la chiave per il proprio successo. Ci concentreremo sullo sviluppo internazionale del brand ben oltre i prossimi cinque anni». Nel luglio scorso Alessandro Benetton ha acquisito, tramite la società 21 Investimenti, di cui è fondatore, una quota del marchio francese di sneaker Philippe Model: fondato negli anni 80 dal visionario "Monsieur Elastique", così venne soprannominato lo stilista, nel 2008 è passato nelle mani dell'italiano Paolo Gambato, oggi direttore creativo e socio.

Le condizioni per lo sviluppo ci sono: «L'azienda ha chiuso il 2016 con ricavi retail per 100 milioni di euro circa - spiega Andrea Pesaresi, amministratore delegato di Philippe Model - e prevediamo di chiudere il 2017 con un aumento del fatturato intorno al 20 per cento».

L'Italia è un Paese molto importante per l'azienda: sul fronte commerciale, perché assorbe il 50% dei ricavi, con Francia e Germania primi clienti "esteri", e su quello produttivo, poiché le sne-

aker vengono realizzate nella Riviera del Brenta, in Veneto. Da Milano è partito anche il nuovo corso del brand, che al proprio showroom direzionale di Parigi ne ha affiancato uno di 500 mq (ai quali si aggiungono 200 mq di uffici) in via Bigli 21, e che dal capoluogo lombardo ha scelto di debuttare nel canale retail con l'apertura dello store di 60 mq in via Sant'Andrea 17. «Attualmente i prodotti Philippe Model, calzature da donna, uomo e bambino - spiega l'amministratore delegato - sono venduti in mille multimarca nel mondo. Vogliamo sviluppare un nostro retail network improntato all'omnicanalità: entro la fine del 2017 apriremo a Parigi, nel 2018 a Londra e nel 2019 a New York».

Parallelamente l'azienda sta conducendo trattative per sbarcare, con un partner commerciale, in Giappone e Corea: «Il Far East, insieme agli Stati Uniti, ha grande potenziale per un prodotto premium come il nostro». Le sneaker Philippe Model hanno un prezzo medio al pubblico di 270 euro e arrivano a superare i 400 euro nelle versioni più ricercate e artigianali come le Tropical Birds Colibri, già in vetrina in via Sant'Andrea.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Quadrilatero. La prima boutique monomarca è in via Sant'Andrea 17

Lusso. Dopo un restyling milionario

Nel cuore di Roma riapre l'Hotel Eden amato da vip e reali

Federico De Cesare Viola

Sono serviti diciotto mesi per completare il restauro milionario. La cifra è top secret, ma basti sapere che una "montagna" di pregiato marmo dal Pakistan è stata trasportata a Carrara per essere lavorata dai sapienti artigiani italiani. Dopo domani riaprirà finalmente l'Hotel Eden di Roma, il cinque stelle inaugurato nel 1889 da Francesco Nistelwecck tra Via Veneto e Trinità dei Monti, amatissimo da reali e celebrità, e oggi nel portafoglio della Dorchester Collection. Il progetto è stato curato da Bruno Moirand e Claire Betaille di 4BI & Associés (per quanto riguarda lobby, camere e sale riunioni) e da Patrick Jouin e Sanjit Manku di Jouin Manku (per ristoranti e Spa), all'insegna dell'armonia tra stile romano ed elementi contemporanei. Per incrementare comfort e spazio, il numero di camere e suite è stato ridotto da 121 a 98, con tariffe che variano da 700 euro a 15 mila per la Penthouse Suite Bellavista di 202 mq, con ascensore privato, studio, soggiorno e camera da pranzo, un tempo luogo di incontro tra Louis Vuitton e Bulgari.

A guidare il ristorante La Terrazza (aperto solo la sera, con una delle viste più spettacolari della città) è ancora Fabio Cervo, impegnato ora a riconquistare la stella che aveva prima della chiusura con una cucina creati-

va e salutista, molto attenta alle stagioni e ai valori nutrizionali dei suoi piatti, tra cui la versione di spaghetti cacio e pepe del Madagascar profumati ai boccioli di rosa. Al secondo piano c'è anche il Giardino, un ristorante e bar aperto dalle 7 del mattino all'una di notte sulla celebre terrazza affacciata sui giardini di Villa Medici, la più amata da Federico Fellini per le sue interviste. Ottimi i cocktail signature, in parti-

15mila

Penthouse Suite Bellavista
Per una delle 98 camere e suite si va da 700 fino al top di 15 mila

colare l'Eden Martini, così come i classici, che si possono ordinare anche al "secret bar" nascosto nella libreria al piano terra, tra soffitti dorati e affreschi di Gio Bressana. Tre le cabine-suite nella nuova Spa, dove sono disponibili i trattamenti di Sonya Dakar e Officina Profumo Farmaceutica di Santa Maria Novella. L'Eden è il decimo hotel della Dorchester Collection, di cui fanno parte, tra gli altri, il Principe di Savoia a Milano, il Beverly Hills Hotel e il Plaza Athénée di Parigi.

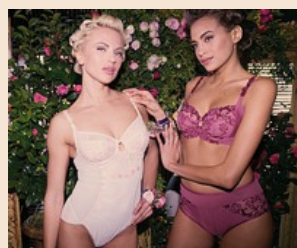
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Armonia. Il "secret bar" dell'Hotel Eden è nascosto nella libreria al piano terra, tra soffitti dorati e affreschi di Gio Bressana

R&S. Linea Florale

Triumph scommette sull'alto di gamma



Fiori in città. Due modelle indossano la linea Florale

Tra i molti cambiamenti che hanno trasformato il tessile-moda negli ultimi dieci anni ci sono anche quelli dell'abbigliamento intimo e del beachwear. In primis parliamo della crescita capillare del network retail di insegne specializzate, a partire dal gruppo Calzedonia con i suoi due marchi Intimissimi e Tezenis. Ma ci sono anche Yamamay, Oysho (gruppo Inditex) e altre catene italiane. Poi c'è stato lo sviluppo della catena di fast fashion, a partire da H&M e Zara, che hanno affiancato alle linee di abbigliamento quelle di intimo, pigiama e costumi da bagno. E non bisogna dimenticare colossi stranieri, a partire da Victoria's Secret, o brand storici italiani come La Perla, che ha diversificato nel prêt-à-porter.

Di questi cambiamenti ha dovuto prendere atto Triumph, azienda nata nel 1866 in Germania e presente in Italia dal 1955. La scelta è stata di puntare sull'heritage, cercando allo stesso tempo di diventare sempre più contemporanea, come spiega Olga Larussi, entrata in azienda nel 2007 e dal 2012 amministratore delegato per il Sud Europa. «Per il 2017 la novità principale è la linea Florale, che si ispira alla corsetteria di antica memoria, ma è realizzata con il know-how maturato in 130 anni di ricerca e sviluppo nei laboratori Triumph - spiega -. Oggi siamo in grado di unire materiali innovativi con tecniche che migliorano vestibilità, sostegno e comfort. Senza mai dimenticare lo stile».

Florale è una collezione pensata per donne dai 30-35 anni in poi, «anche se nulla vieta a consumatrici più giovani di provare l'esperienza di questa moderna corsetteria», aggiunge Olga Larussi. Il posizionamento prezzo è più alto della media Triumph (per un reggiseno si parte da 40 euro), ma si tratta comunque di lusso accessibile. «Florale sarà nei nostri monomarca e nei migliori multimarca. Abbiamo inoltre pensato a shop-in-shop nei department store e stiamo già facendo dei test in Spagna e Portogallo in collaborazione con il Corte Inglés». Il 2016 è stato un buon anno e l'introduzione di Florale conferma l'impegno di Olga Larussi per riposizionare Triumph come premium brand di intimo da donna.

Oggi l'Italia è considerata "priority country" tra i 46 Paesi in cui Triumph possiede filiali, con un fatturato di circa 100 milioni (oltre due miliardi quello mondiale). «Il retail diretto cresce del 10% e per il 2017 siamo ottimisti: se è vero che la competizione è aumentata molto, è altrettanto vero che le consumatrici sono sempre più informate e apprezzano il rapporto qualità-prezzo di Triumph - sottolinea Olga Larussi -. Penso accada per ogni categoria di abbigliamento o accessori, ma ancora di più nel nostro settore. Per le donne, l'intimo gioca un ruolo fondamentale, anche per la propria autostima. E credo che varrà sempre di più anche per l'uomo».

Gli investimenti nell'e-commerce e nei social network sono parte integrante della strategia per il 2017. «Solo su Facebook abbiamo 150 mila follower, donne che si aspettano, giustamente, di essere ascoltate, consigliate, magari rassicurate - conclude l'ad di Triumph -. Abbiamo creato un team dedicato e cerchiamo di rispondere a tutte in tempi brevi».

G.Cr.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SARTORIA ROSSI
Exclusive Italian Men's Tailoring



MILANO
Piazza del Duomo, 19

Sartoria
MARCiano DELLA CHIANA (AR)

MILANO - ROMA - FIRENZE - VERONA - PADOVA - BOLOGNA - BRESCIA - REGGIO EMILIA
MODENA - AREZZO - PERUGIA - LONDON - MOSCOW - HELSINKI

SHOP AT SARTORIAROSSLIT

CAPALBIO, MAREMMA e non solo



*Al di là del mestiere, la passione e una costante ricerca della qualità.
La passione per il nostro lavoro. La qualità dei nostri servizi.*



8916 - AZIENDA AGRICOLA - CAPALBIO - TOSCANA - VENDITA

Tenuta di 23 ha di terreno di cui 3 a bosco. 300 metri di vialetto con cipressi ed eucalipti conducono davanti alla casa di 280 mq, totalmente nascosta alla vista e dotata di pannelli solari. Nel giardino alberi di vario tipo: gaggie, betulle, peschi ornamentali, ulivi, platani, tigli, sugheri, mimose e, naturalmente, querce. Vicino alla casa il frutteto con meli, peri, albicocchi, pruni, ciliegi, cachi, fichi.



8545 - AZIENDA AGRICOLA - CAPALBIO - TOSCANA - VENDITA

Caratterizzato dalla tranquillità, l'esposizione e la vista che rendono il posto unico ed esclusivo, molto vicino sia al borgo di Capalbio che alla costa, azienda agricola con un'estensione di 26 ha di terreno, destinati a seminativo ed ad uliveto con circa 1000 piante di ulivo. Progetto in essere, in fase di approvazione per la costruzione di due edifici ognuno di 150 mq circa più annesso agricolo di 150 mq.



8155 - AZIENDA AGRICOLA - CAPALBIO - TOSCANA - VENDITA

Immersa nel verde di un terreno di 44 ha di cui 17 di bosco ceduo e 27 seminativo e 50 piante di uliveto, azienda agricola costituita da un casale bilivelli di 305 mq diviso in due unità abitative di 143 e 162 mq. Parte della proprietà i due magazzini, una cantina ed una stalla per un totale di 515 mq con possibilità di ampliare fino a 650 mq; un fienile ed una rimessa di 480 mq con possibilità di ampliare fino a 600 mq.



8124 - AZIENDA AGRICOLA - MAREMMA - TOSCANA - VENDITA

Tenuta agricola adibita a riserva di caccia con oltre 1000 ha di terreno circostante suddivisi in seminativo, in coltivazione asciutta per ha 130.00.00; terreno boschivo ha 966.00.00; tare, corti e fabbricati ha 4.30.65. villa padronale 330 mq con piscina, circondata da ulivi e piante officinali più depandance di 40 mq climatizzata. Ulteriori 6000 mq da costruire.



7295 - AZIENDA AGRICOLA - CAPALBIO - TOSCANA - VENDITA

Azienda agricola comprensiva di 25 ha seminativi, in collina e concessione edilizia per realizzare un casale di 220mq con piscina più un annesso agricolo di 1200 mq convertibile in residenziale oltre concessione edilizia per realizzare una villa padronale con piscina ed una depandance per il salariato fisso. Unendo l'intera cubatura delle tre unità si può realizzare un unico casale di circa 600 mq.



8907 - CASALE - CAPALBIO - TOSCANA - VENDITA

Al centro di un giardino esclusivo di 7.000 mq, casale di 350 mq disposto su due livelli con cinque camere da letto, alcune di esse con bagno interno, salone e cucina con camino, stanza di servizio con bagno e lavanderia. Completa la proprietà il portico coperto con vista mare e la piscina idromassaggio a forma di fontanile maremmano a sfioro. Ape G.



6956 - AZIENDA AGRICOLA - CAPALBIO - TOSCANA - VENDITA

Oltre 27 ha di terreno, in parte destinato alla coltivazione di piante da frutto, dove insiste un importante casale di complessivi 300 mq disposto su due livelli, con arcate caratteristiche e doppio accesso da entrambi i piani, area esterna con grande forno a legna. Completa la proprietà l'annesso agricolo di 150 mq ed il pollaio.



7073 - VILLA - CAPALBIO - TOSCANA - VENDITA

Villa Toscana in pietra di 450 mq interni e caratterizzata esternamente da portici e due forni a legna. Il fabbricato insiste su un terreno di circa 18 ha completamente recintati, con viali di cipressi. La proprietà si compone anche di una depandance di 45 mq, frutteto con alberi di pesco, mele e susine, 15 ha di bosco ad alto fusto e 3 ha di seminativo, due pozzi artesiani e la piscina privata.



7517 - VILLA - CAPALBIO - TOSCANA - VENDITA

Splendida villa di 300 mq immersa nel verde del giardino di 2500 mq, su più livelli con sala hobby area di servizio, ampio salotto con camino e luminose vetrate, pranzo, cucina, quattro camere da letto ciascuna con servizi privati. Depandance 105 mq con ampio soggiorno con angolo cottura, due camere da letto e due bagni. Portici esclusivi con piscina. Ape G.



7436 - CASALE - VALLERANA - TOSCANA - VENDITA

Casale padronale di 354 mq disposto su più livelli più portico di 50 mq circondato da terreno di 1,5 ha. Giardino con impianto di irrigazione, ulivi decennali, parzialmente pavimentato con pietra a spacco. I materiali utilizzati per la realizzazione sono materia prima di pregio. Pannelli solari e pozzo per raccolta acqua. Ape G.



7242 - VILLA - MANCIANO - TOSCANA - VENDITA

In un ampio terreno di proprietà di circa 2 ha, Villa di nuova costruzione di 538 mq. Disposta su più livelli tra cui il primo piano fuori terra, adibito a zona notte con quattro camere da letto e doppi servizi, piano terra con la zona giorno e doppio porticato esterno dai due lati principali della costruzione, piano interrato con ampio open space. Garage doppio con possibilità di trasformazione in residenziale. Ape G.



7096 - AZIENDA AGRICOLA - ORBETELLO - TOSCANA - VENDITA

Tenuta agricola di 35 ha, anche frazionabile, situata in una zona esclusiva, tra il comune di Capalbio e quello di Orbetello. Vista panoramica che mostra le colline di Manciano e il mare di Talamone fino all'isola del Giglio. Progetto approvato per edificare due ville di 380mq totali. Attiguo all'edificio è previsto un annesso agricolo.



7817 - TENUTA - MONTE ARGENTARIO - TOSCANA - VENDITA

Tenuta agricola di 45 ha con fronte mare di 1500 mq, sviluppata in uno dei territori maggiormente vocati alla coltivazione della vite e degli ulivi. La tenuta consta di vari immobili per complessivi 1500 mq coperti, distribuiti in parte nell'area inferiore della tenuta, come le cantine per la lavorazione del vino, ed in parte verso il mare, dove troviamo la casa padronale con piscina riscaldata a sfioro.



7152 - VILLA - MONTE ARGENTARIO - TOSCANA - VENDITA

Splendida villa in posizione panoramica che regala una spettacolare vista a 180° dal porto di S. Stefano a Orbetello. La proprietà sviluppata su 280 mq, su due livelli fuori terra, è circondata da un meraviglioso giardino di 1500 mq con prato all'inglese ed in parte piantumato con alberi d'alto fusto e palme. Possibilità di ampliamento dell'abitazione fino a 340 mq e di realizzazione di una piscina di 60 mq. Ape G.



8427 - VILLA - MONTE ARGENTARIO - TOSCANA - VENDITA

Splendida ed unica residenza sul mare, costruita su uno scoglio di proprietà esclusiva. La Villa di complessivi 800 mq, è disposta su tre livelli fuori terra con oltre 1000 mq di terrazze panoramiche. La proprietà, circondata da 5000 mq di parco, sfocia in una spiaggia privata da cui si accede solo tramite la proprietà o via mare con Molo di attracco per le barche, doppio accesso su strada. Ape G.



5953 - APPARTAMENTO - ISOLA D'ELBA - TOSCANA - VENDITA

In un caratteristico borgo marittimo, delizioso appartamento di mq 80 composto da soggiorno, due camere da letto, bagno e cucina. Gli arredi richiamano le tipiche atmosfere delle case isolate dal gusto semplice e ricercato. Pavimenti in cotto. Terrazza con piante mediterranee di varia specie, di mq 85 con cucina all'aperto in muratura e comodi arredi fissi grazie ai quali godere attimi di vero relax. Un'oasi di pace a pochi passi dal mare. Ape G.

Scenari

Investimenti globali per 435 miliardi

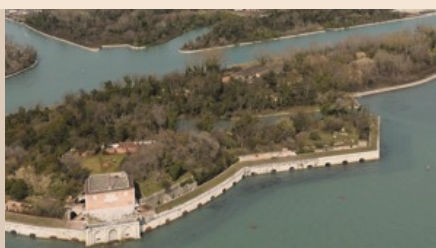
PAOLA DEZZA PAG. 22



Mondo immobiliare

Il ministero della Difesa cede alcune caserme

PAOLA PIEROTTI PAG. 23



Arredamento

Verso il Salone: le luci in anteprima

ANTONELLA GALLI PAG. 24



AGEVOLAZIONI E COMPRASVENDITE

Il bonus cambia il prezzo della casa

Lo sconto fiscale passa all'acquirente e quindi va incluso nel valore finale dell'immobile

di Cristiano Dell'Oste

► L'anno scorso 8,2 milioni di contribuenti hanno usato la detrazione sul recupero edilizio nella dichiarazione dei redditi. Basta questa cifra, ricavata dalle statistiche delle Finanze, a spiegare perché è importante sapere cosa succede quando si acquista una casa ristrutturata. La possibilità di imbattersi in un venditore che sta sfruttando il bonus sui lavori è tutt'altro che remota. E il destino della detrazione andrebbe affrontato in anticipo per evitare brutte sorprese o discussioni.

Con l'accordo tra le parti riportato nell'atto notarile si può però stabilire che le detrazioni rimangano al venditore

La regola è dettata dall'articolo 16-bis del Tuir, norma-base della detrazione del 36% (maggiorata al 50% fino a fine 2017). Al comma 8 si dice che in caso di vendita dell'unità immobiliare «la detrazione non utilizzata in tutto o in parte è trasferita per i rimanenti periodi di imposta, salvo diverso accordo delle parti, all'acquirente persona fisica dell'unità immobiliare».

In generale, il fatto che il bonus segua la casa pone il venditore in una posizione di debolezza negoziale, perché deve esplicitare la presenza di un rimborso fiscale che la legge – in assenza di accordi diversi – attribuisce al compratore. E questo potrebbe dare agli acquirenti più attenti una leva da azionare nella trattativa, reclamando ad esempio una riduzione del prezzo. Il venditore, comunque, non è tenuto a specificare gli importi in ballo, né il numero di rate rimaste.

LE RATE TRASFERITE

Vediamo le cifre in gioco con un esempio, partendo da un appartamento di 90 metri quadrati a Milano, in zona Città studi-Gorini, per il quale Tecnocasa rileva un prezzo di 3mila euro al metro quadrato, 270mila in totale. Immaginiamo che il proprietario abbia speso 50mila euro per ristrutturarlo nell'autunno del 2012. La detrazione, pari al 50%, vale in tutto 25mila euro, da dividere in dieci rate annuali da 2.500 euro a partire dalla dichiarazione dei redditi presentata nel 2013.

Se la casa viene venduta quest'anno, il venditore avrà fatto in tempo a sfruttare cinque rate (dal 2013 al 2017). Le altre cinque, per una detrazione totale di 12.500 euro, sono quelle rispetto alle quali si può "trattare", e

valgono – di fatto – il 4,6% del prezzo. Se pensiamo che lo sconto medio rilevato da Nomisma sul mercato milanese è il 12%, si capisce bene quanto possa pesare la variabile del bonus. Naturalmente, è decisivo che il compratore abbia "capienza fiscale", cioè un reddito abbastanza alto da generare un'Irpef maggiore dei bonus fiscali.

Attenzione: ai fini del passaggio, la data del rogito è influente. Anche se l'alloggio venisse venduto il 30 dicembre 2017, in assenza di accordi specifici, la detrazione relativa al 2017 (e agli anni successivi) passerebbe all'acquirente, che la potrebbe usare dal modello Redditi Pfo 730 presentato nel 2018.

I LAVORI

Le detrazioni trasferibili riguardano gli interventi agevolati dal 36-50% che il proprietario può eseguire nelle singole unità abitative (il comma 8 richiama le opere indicate al comma 1). Si deve ritenere, quindi, che chi compra un appartamento – salvo diverso accordo con il venditore – acquisisca anche le rate residue della detrazione per lavori condominiali. In questo caso, sarà l'amministratore di condominio a dover dare al compratore una copia della certificazione per i lavori che aveva rilasciato a suo tempo al venditore.

La legge cita la vendita dell'unità «sulla quale sono stati realizzati gli interventi», ma nella lista dei lavori ammessi sono compresi gli interventi sulle parti comuni (alla lettera a) del comma 1). Si deve ritenere, quindi, che chi compra un appartamento – salvo diverso accordo con il venditore – acquisisca anche le rate residue della detrazione per lavori condominiali. In questo caso, sarà l'amministratore di condominio a dover dare al compratore una copia della certificazione per i lavori che aveva rilasciato a suo tempo al venditore.

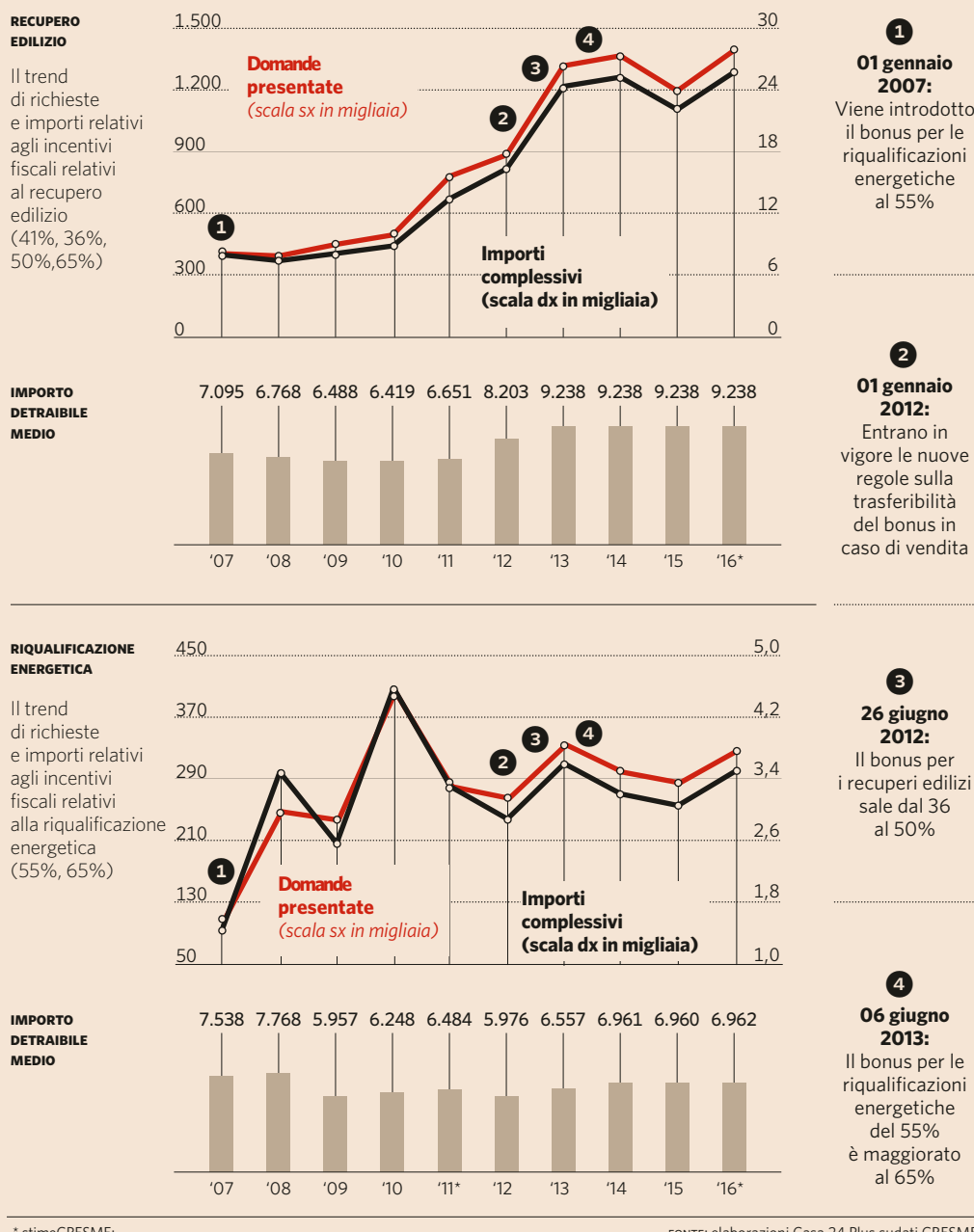
In virtù del rimando generale al 36%, tutte le regole viste fin qui si applicano anche alla detrazione sulla riqualificazione energetica del 55%, ora al 65%, aumentabile fino al 75% per lavori ad alta efficienza (circolare 19/E, par. 1.7). Non si trasferisce, invece, il bonus del 50% per l'acquisto di mobili e grandi elettrodomestici abbinati ai lavori. Le Entrate l'hanno detto rispondendo a un quesito che riguardava il decesso del beneficiario e il trasferimento dell'immobile mortis causa (circolare 17/E/2015, par. 4.6). Secondo l'Ance, però, la motivazione vale anche per la cessione per atto tra vivi: il motivo per cui il bonus mobili non si trasferisce, infatti, è che l'articolo 16-bis riguarda solo le agevolazioni per il recupero edilizio e la riqualificazione energetica degli edifici.

LE CESSIONI

L'espressione «vendita» non va presa alla lettera. Il trasferimento del bonus si applica a tutte le ipotesi di cessione, comprese quindi le permuta e le donazioni (circolare 57/1998 delle Finanze). Se invece viene venduta solo una quota della proprietà, o la nuda proprietà, la detrazione resta al venditore (circolare 24/E/2004), a meno che la quota ceduta non ricomponga la piena proprietà in capo all'acquirente: in quest'ultimo caso l'operazione è assimilata alla cessione vera e propria.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il successo delle agevolazioni edilizie



EFFETTI SUL MERCATO

Ma l'agente deve avvisare chi vende

di Michela Finizio

► Il passaggio del bonus edilizio da venditore ad acquirente può facilitare la trattativa di compravendita immobiliare, rendendo l'immobile più interessante agli occhi di chi cerca casa. Eppure chi vende spesso è disinformato e, se in ballo ci sono detrazioni importanti, difficilmente è disposto a cederle dopo aver investito.

Il più delle volte la normativa non è conosciuta dalle parti, tanto che in alcuni casi il venditore rischia di perdere l'agevolazione senza saperlo. «Quando ci affidano un incarico – afferma Marco Anzini, team manager per il Nord Est di Tecnocasa – noi avvisiamo sempre il venditore, anche se poi in pochi di fatto chiedono di esplicitarlo nel rogito». Veniamo da periodi di mercato molto difficili, tanto che pur di vendere ora «si è disposti a tutto». «Gli incentivi – aggiunge Anzini – possono essere usati per fare gola e invogliare gli acquirenti che, non solo oggi comprano a un prezzo migliore, ma con i bonus inoltre si portano a casa un immobile più interessante».

Durante le trattative per la vendita di unità su cui è «attivo» un bonus edilizio (o più di uno) a fare la differenza è l'importo della detrazione ancora da incassare. Nonostante, infatti, l'immobile acquisti valore se corredato di bonus, non tutti i proprietari sono disponibili a cedere i benefici dopo aver sostenuto investimenti ingenti. In particolare se l'intervento è stato fatto da poco e, quindi, sono ancora tante le quote da portare in dichiarazione dei redditi. «Di solito, anche per un fattore psicologico, il proprietario tende a tenere per sé l'agevolazione», afferma Fabrizio Segalerba, agente immobiliare Fiaip di Genova. «In questi casi – aggiunge – è bene chiarire le cose fin dalla proposta di acquisto, per evitare fraintendimenti poi».

La chiarezza è ancor più fondamentale quando all'unità immobiliare sono legati bonus edilizi per lavori condominiali sostenuti (o deliberati) dal venditore: il solo saldo delle spese condominiali è sempre stato un elemento cruciale delle trattative e ora il nodo dell'eredità fiscale delle detrazioni rende ancora più urgente la collaborazione tra agenti immobiliari e amministratori di condominio. Sono questi ultimi, infatti, a dover fornire prontamente tutta la documentazione alle parti, per valutare al meglio l'accordo.

«Per non scendere troppo con i ribassi sul prezzo – spiega Segalerba della Fiaip di Genova – alcuni venditori sono disposti a lasciare la detrazione legata ai lavori condominiali. Ad esempio, l'installazione delle termovalvole. Un po' meno quando sono stati rifatti il tetto o le facciate, e quindi gli importi sono più elevati».

Dall'altra parte, accade sempre più spesso che gli acquirenti interessati alle nuove costruzioni chiedano informazioni sulle agevolazioni fiscali: sul mercato non mancano i costruttori che usano come leva pubblicitaria la vendita con il bonus a favore dell'acquirente.

Un po' meno conosciuto il funzionamento delle detrazioni al Sud. «Non ci siamo ancora imbattuti – afferma Satriano, responsabile Fiaip di Napoli – in queste dinamiche. I bonus edilizi sono troppo recenti e non ne abbiamo riscontri negli atti». Nel frattempo, però, anche a Palermo i venditori scelgono di tenersi strette le agevolazioni: «Solo una volta – racconta Roberto Puccio, consulente Tecnocasa del capoluogo siciliano – mi è capitato che il venditore accettasse la cessione del bonus: non voleva cedere i ribassi sul prezzo e per convincere l'acquirente ha scelto di rinunciare al beneficio». E come in tutte le trattative di natura negoziale, al nord come al sud avere più opzioni di scelta aiuta a trovare un accordo e, quindi, a favorire il mercato immobiliare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ONLINE

www.casa24plus.it



UniCredit Subito Casa apre a Milano

Apre a Milano la prima agenzia Unicredit Subito Casa, il network immobiliare gestito dalla banca. A breve, nei prossimi mesi, aprirà un'altra agenzia a Roma. Ma la crescita programmata non si ferma qui. Successivamente le aperture prevedono uffici a Napoli, Palermo, Verona, Bologna, Torino. Lo scorso anno la società, che conta su 650 agenti, ha gestito oltre 10mila immobili.

George Soros vende il 5% di Igd

Cambia l'azionariato di Igd. Dopo tre anni dall'acquisto, l'imprenditore George Soros ha scelto di vendere la propria partecipazione nella società italiana che si occupa di supermercati e gallerie commerciali della Coop. Soros Fund Management ha così azzerato la sua partecipazione nel gruppo italiano vendendo il suo 5 per cento.

Social network

Casa24Plus
Già rivenduta la casa natale di Trump: guadagno del 50% in tre mesi

@24casaplus
Un'isola con villa da sogno ai Caraibi? Servono 6,6 milioni

I MUTUI DELLA SETTIMANA

Professione	Impiegato
Età	35 anni
Durata mutuo	30 anni
Importo mutuo	100.000 €
Valore immobile	200.000 €

TASSO VARIABILE (%)	Migliore	Medio
IW BANK PRIV. INVESTMENTS		

	0,951,15
Rata mese	€319 €328

TASSO FISSO (%)	Migliore	Medio
IW BANK PRIV. INVESTMENTS		

	2,252,51
Rata mese	€382 €396

FONTE: MutuiOnline

Redazione Casa24 Plus

casa24plus@ilsale24ore.it

DIRETTORE RESPONSABILE:
Guido Gentili

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

SUPPLEMENTO A CURA DI:
Giovanni Uggeri (vicecaporedattore)

IN REDAZIONE:
Paola Dezza (vicecaposervizio)
Emiliano Sgabato
Evelina Marchesini

PROGETTO GRAFICO:
Adriano Attus
Laura Cattaneo
Guido Minicciotti
Francesco Narracci

AL ROGITO

Tutti i documenti vanno consegnati a chi compra

► Anche se la legge parla di «accordo», il fisco vuole che l'intesa sulle rate residue di detrazione sia scritta nel rogito. Lo si comprende dalla circolare 19/E/2012 (par. 1.8) e dalla guida «Ristrutturazioni edilizie» dell'Agenzia, che richiede «specifiche indicazioni nell'atto di compravendita». Così, ad esempio, se ci fosse un accordo nel compromesso che per una svista non viene «ripetuto» nel rogito, la detrazione passerebbe al compratore.

Né la normativa, né l'Agenzia richiedono formule particolari, sarà quindi il notaio a valutare la dicitura più appropriata.

L'eventuale intesa tra le parti ha anche delle ricadute a livello documentale. Infatti, quando il bonus transita all'acquirente, il venditore è tenuto a consegnargli le ricevute dei bonifici, le fatture, gli eventuali titoli abilitativi e gli altri documenti che dovranno essere mostrati alle Entrate in caso di controllo, come ad esempio gli allegati tra-

messi all'Enea per gli interventi agevolati dall'ecobonus.

Si tratta di un punto molto delicato: è evidente che il venditore potrebbe non aver voglia di collaborare, se non conosce la legge e dopo il rogito si accorge di aver perso la detrazione. E a quel punto l'acquirente dovrebbe iniziare una discussione e forse un contenzioso in sede civile. Ragion per cui è bene pattuire la consegna dei documenti al rogito.

Un altro punto delicato è la possibilità di rettificare in seguito l'atto d'acquisto con l'intervento del notaio: operazione teoricamente fattibile con l'ok dell'acquirente, perché dopotutto cambia solo la spettanza del bonus e non vengono violati i principi fissati dallo Statuto del contribuente, ma sull'ammissibilità della quale non ci sono prese di posizione dell'Agenzia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LONDRA

PRESENTAZIONE OFF PLAN

Siamo lieti di invitarLa alla presentazione delle più prestigiose abitazioni in consegna dal 2018-2022

Deposito dal 5 - 20%
Saldo alla consegna
Prenotazione solo su appuntamento

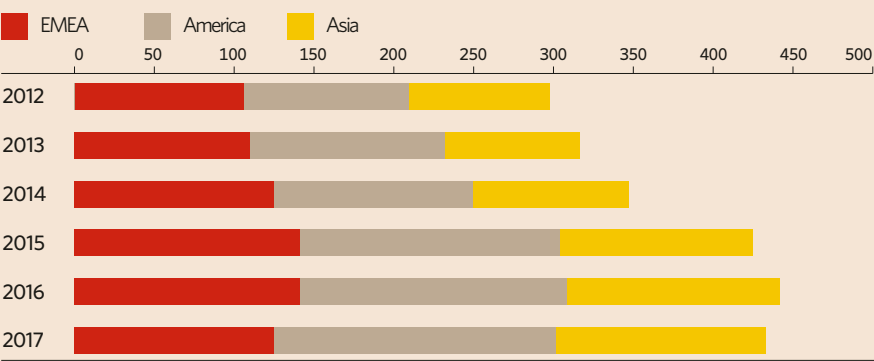
www.homesdomus.com
info@homesdomus.com
Tel 0044 (0)78 1469 3167

Mondo Immobiliare

La mappa della liquidità

DISPONIBILITÀ DI NUOVI CAPITALI

Per area geografica, in miliardi di dollari Usa

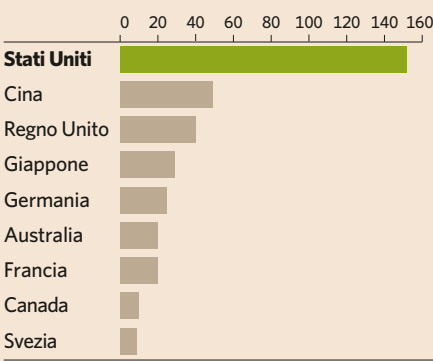


NOTA: EMEA = Europa, Medio Oriente e Africa

FONTE: Cushman & Wakefield

MERCATI PIÙ ATTRATTIVI NEL 2017

In miliardi di dollari Usa



FONTE: Cushman & Wakefield

INVESTIMENTI GLOBALI

Nel mattone 435 mld di nuovi capitali

La liquidità diretta in Europa cala del 9%, piace ancora l'Italia

di Paola Dezza

Il totale di nuovi capitali a disposizione degli investimenti immobiliari globali nel 2017 ammonta a 435 miliardi di dollari, un valore lievemente in calo rispetto al picco registrato lo scorso anno. Lo dice il team di Cushman & Wakefield, che sottolinea come il capitale disponibile sia calato del 2% rispetto al 2016, registrando il primo decremento dal 2011. «Si tratta però del secondo importo più alto registrato nello stesso periodo, che riflette l'eccezionale incremento di capitali che puntano sul settore immobiliare» dice il report di C&W.

I capitali diretti verso l'area Emea sono diminuiti del 9% (valori in dollari Usa), attestandosi sui 130 miliardi di dollari, mentre le Americhe sono cresciute del 2% con 173 miliardi di dollari e l'Asia ha messo a segno un incremento marginale con 132 miliardi di dollari.

«Gli investitori hanno l'esigenza di rimanere concentrati sulle opportunità, ma agili allo stesso tempo - dice Elisabeth Troni, a capo della ricerca della zona Emea per Cushman & Wakefield -. Ci aspettiamo che nel 2017 la competizione continui, con particolare riferimento alla ricerca di opportunità interessanti e all'investimento di capitali. Mentre la strategia focalizzata sugli asset core resta altamente attrattiva, in molti mercati chiave la domanda tende a superare l'offerta, generando una riduzione dei rendimenti». Conferma il trend anche Carlo Vanini, capo del Capital markets. «In Italia il volume del primo quarter 2017 si avvicina a quello dei primi mesi 2015, mentre lo scorso anno il mercato aveva stabilito un record» dice.

L'interesse sull'Italia resta forte, e si sta iniziando a vedere una certa scarsità di prodotto,

almeno del prodotto che cercano gli investitori, tutti orientati su oggetti simili: asset "core" in centro, siano essi nelle High street, negli uffici, fino ai centri commerciali.

«I rendimenti sono ancora in discesa su queste categorie - dice Vanini -. C'è invece prodotto in altre categorie che non sono quelle ricercate. I mercati secondari fanno ancora fatica a incontrare l'interesse».

Fa eccezione Roma dove il mercato secondario è tornato vivace. Lo scorso anno nella capitale è passato di mano un miliardo di euro di immobili, mentre l'anno prima il transito si era fermato poco sopra i 400 milioni.

«Il value add è il new core - spiega ancora Vanini -. Gli investitori si fanno il core da soli se non c'è sul mercato».

I mercati italiani sono sempre più vicini ai grandi mercati europei. Gli investitori lavorano sugli asset e sono molto attenti ai fondamentali. Il trend recente mostra un retail più vivace del segmento office, tanto che i volumi dei due settori quest'anno potrebbero allinearsi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MODELLI DI SVILUPPO A TEMA

Vicino a Orlando la città del wellness

di Evelina Marchesini

Pensare in grande. Si potrebbe riassumere in queste tre parole lo sviluppo di Lake Nona, 17 miglia quadrate in Florida, vicino ad Orlando. Filo conduttore, il concetto di "Wellness community", che si snoda in migliaia di residenze intorno all'Health & Life sciences campus, con circa 260 mila mq di cliniche, laboratori, due ospedali, centri di ricerca e di formazione, oltre a superfici commerciali, uffici, hotel, ristoranti. Si tratta già della comunità Usa a maggior tasso di crescita, con circa mille famiglie che vi si trasferiscono ogni anno, e l'unica realtà negli Stati Uniti a essere stata riconosciuta "Cisco iconic smart + connected city" e la prima comunità "gigabit" in Florida.

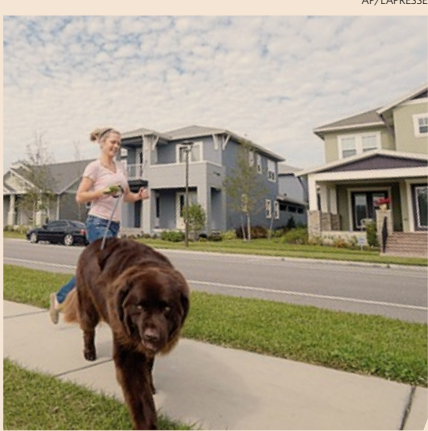
In sostanza, alla parte residenziale si unisce una grossa componente di business, con numerose aziende che stanno aprendo qui la propria sede o centro di innovazione, tentati anche dal campus dedicato allo sport, che ospiterà la Usta (United States tennis association) e un cluster medicale. E nel concetto chiave di Città del benessere diffuso, ecco che entra il made in Italy con Technogym, grazie a una partnership strategica e a una collaborazione diretta con lo sviluppatore immobiliare, Tavistock Development Company, che prevede non solo la fornitura da parte di Technogym di prodotti, soluzioni, contenuti e tecnologie digitali, ma anche un progetto di consulenza mirato a promuovere il wellness a quattro livelli: aziendale, ospedaliero, sportivo e privato. Al centro dell'offerta, l'ecosistema "mywellness", la piattaforma cloud di Technogym in grado di fornire alle persone un programma personalizzato e i propri dati sugli attrezzi fitness e sui dispositivi "mobile" ovunque e in qualsiasi momento: a casa, al lavoro, in viaggio, nel tempo libero e dal medico. Nella prima fase del progetto, Technogym, come partner strategico, svilupperà un piano di consulenza mirato a progettare l'ecosistema e a implementare la piattaforma tecnologica in grado di connettere i vari attori della community. Sul fronte delle forniture, sono già previsti allestimenti completi Tech-

nogym in numerose strutture in via di completamento, quali il club sportivo Laureate Park's LP Fit, l'Usta National Campus (il più grande campus di tennis al mondo con oltre 100 campi da tennis), il Lake Nona Golf & Country club e l'hotel Lake Nona Courtyard and Residence Inn by Marriott.

Dal punto di vista immobiliare, Lake Nona offre una variegata gamma di residenze di lusso, che spaziano dalle case unifamiliari agli appartamenti in stile urbano all'interno di "gated community", lo stile di vita che va sempre più affermandosi oltreoceano.

Il prezzo medio di una casa a Lake Nona è di 522 mila dollari Usa. Ad attrarre sempre più famiglie, che scelgono Lake Nona come residenza principale, sono anche le strutture educative in loco: basti citare scuole pubbliche dalle elementari alla high school, con rating "A"; scuole private di "early education"; college e università, tra cui la University of central Florida College of Medicine e la University of Florida research & academic center. Fanno parte dello sviluppo anche un campo da golf con Country Club e 11 acri di lagune. Lake Nona sarà la sede del Kpmg "state of the art learning development and innovation facility", focalizzato sulla formazione a livello mondiale, sede del quartier generale di Vox International corp. e darà lavoro a circa 5 mila persone nel solo Health and science campus.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Florida. Fitness nella città di Lake Nona

ADDII

Ricordo di Paola Gianasso

Venerdì scorso in seguito a una fulminea malattia ci ha lasciato Paola Gianasso, vicepresidente di Scenari Immobiliari e nome storico del real estate. Con Paola abbiamo collaborato per tanti anni sulle pagine di Casaz4Plus e oggi vogliamo dedicarle un affettuoso pensiero.

di Paola Dezza e Evelina Marchesini

Sembra impossibile non poter più contare su di te, sulle tue analisi lucide e approfondite, mai banali. Sembra impossibile non poterti più telefonare per una delle nostre lunghe chiacchierate che iniziavano dall'immobiliare e finivano sugli studi dei figli. Un'idea di un articolo prendeva forma con le tue considerazioni, le tue attente riflessioni sui trend del real estate, ma soprattutto grazie agli affreschi dei cambiamenti delle città che sapevi fare senza troppi giri di parole. Allora la penna pareva scrivere da sola, ed era facile tracciare per i lettori un quadro completo della situazione attuale e le previsioni su cosa accadrà nei prossimi anni.

Piena di energia, solare, ritratto del vivere sano e correttamente: il tuo modo di essere resta qui con noi, un esempio di vita che non sbiadisce.

È un vuoto incolmabile quello che hai lasciato, ai tuoi figli in primis, di cui tanto eri fiera per i loro successi professionali e per le persone che sono diventate, ma anche alla comunità del real estate, orfana di una professionista sempre valida e "sul pezzo". Sei andata via con garbo, come hai sempre vissuto, con quella gentilezza che ti ha sempre contraddistinto. La tua disponibilità dovrebbe fare scuola in un mondo in cui tutto corre e sempre meno spazio è dato alla cortesia. Ci ritroveremo, perché il reincontrarsi è certo per coloro che sono stati amici. Ciao Paola.

Le case più belle meritano intermediari esclusivi.



Allassio: appartamento fronte mare in Borgo Coscia.

E&V ID: W-026PGD • D/156,33 kWh/m²a • € 2.360.000

125 mq • 4 • 3

+39 0182 47 06 39 • Allassio@engelhoelkers.com



Brianza, Erba: elegante villa primi '900 con parco privato.

E&V ID: W-023VXC • G/220,91 kWh/m²a • € 2.900.000

10.000 mq • 880 mq • 4 • 6

+39 039 232 62 13 • Monza@engelhoelkers.com



Circeo, Sabaudia: magnifica villa tra bosco e mare.

E&V ID: W-026VOU • E/142,47 kWh/m²a • € 750.000

2.000 mq • 250 mq • 3 • 3

+39 077 34 88 335 • Sabaudia-Circeo@engelhoelkers.com



Padova: esclusiva residenza nel cuore della città.

E&V ID: W-026YR7 • D/75,96 kWh/m²a • € 1.850.000

385 mq • 4 • 4

+39 049 295 13 13 • Padova@engelhoelkers.com



Palermo: contemporaneità e design nel centro storico.

E&V ID: W-02809D • F/160,00 kWh/m²a • € 560.000

294 mq • 2 • 3

+39 091 58 40 02 • PalermoMondello@engelhoelkers.com



Porto Rotondo: appartamento in contesto esclusivo.

E&V ID: W-025NR2 • G/193,00 kWh/m²a • Su Richiesta

150 mq • 4 • 5

+39 0789 278 60 • Olbia@engelhoelkers.com



Ragusa: villa di design con piscina e vista mozzafiato.

E&V ID: W-026XC9 • B/49,78 kWh/m²a • € 980.000

6.500 mq • 432 mq • 4 • 5

+39 0932 68 23 41 • RagusaModica@engelhoelkers.com



Varese, Venegono Inferiore: villa con parco e piscina.

E&V ID: W-011WQ6 • G/345,00 kWh/m²a • € 890.000

11.000 mq • 900 mq • 5 • 5

+39 0332 28 72 45 • Varese@engelhoelkers.com

Engel & Völkers Italia • Tel. +39 02 584 99 61 • Italia@engelhoelkers.com • www.engelhoelkers.com/italia



ENGEL & VÖLKERS

PATRIMONIO IMMOBILIARE PUBBLICO

Da caserme a hotel di lusso

Desenzano, Laguna di Venezia e La Spezia: Difesa Servizi valorizza i suoi beni

di Paola Pierotti

◆ A inizio marzo si sono riuniti nella sede della Borsa di Milano tre ministri – Roberta Pinotti per la Difesa, Graziano Delrio per le Infrastrutture e i Trasporti e Dario Franceschini per i Beni e le Attività Culturali – il sindaco di Venezia, il direttore dell'agenzia del demanio e all'ad di Difesa Servizi spa. Insieme hanno dato il via libera al "Progetto Venezia" finalizzato alla valorizzazione della caserma Miraglia sull'isola delle Vignole nella laguna veneziana. «Un investimento e una risorsa per il Paese fatta con le Forze armate per le Forze armate», ha commentato Fausto Recchia, ad di Difesa Servizi: si riducono le spese pubbliche e si valorizzano gli immobili che tornano ad essere a disposizione della collettività. Per dare concretezza al progetto, Difesa Servizi spa, la società in-house del Ministero della Difesa, entro il prossimo mese di giugno avvierà una procedura ad evidenza pubblica per la concessione della struttura ai privati fino a 50 anni. Si ipotizza di realizzare un polo ricettivo di lusso che sappia sfruttare l'affaccio sull'acqua per attrarre yacht e barche a vela (vedi scheda).

Il Progetto Venezia si inserisce in un più ampio processo di razionalizzazione, riqualificazione e riuso del patrimonio immobiliare militare che il ministero della Difesa, di comune accordo con l'Agenzia del Demanio, ha avviato da tempo e che ha già reso disponibili circa 730 infrastrutture su tutto il territorio nazionale.

Difesa Servizi, più in generale non si occupa solo della gestione del patrimonio immobiliare della Difesa. Tra le principali attività ci sono la gestione e valorizzazione dei brand delle forze armate, la gestione economica delle attività e dei servizi resi a terzi,

IL BANDO DI CONCESSIONE PER L'ISOLA DELLE VIGNOLE

Nessuna nuova costruzione

Progetto Venezia è l'iniziativa di valorizzazione finalizzata alla riconversione della caserma Miraglia sull'isola delle Vignole (foto a fianco). L'operazione sarà oggetto di un bando di concessione per 50 anni. Si tratta di un'area di 197mila mq, su cui insistono 30 costruzioni per un totale di circa 20mila mq di superfici coperte ed un volume totale di 100mila mc; si sviluppa intorno ad un canale naturale navigabile a 10 minuti dal canale della Giudecca. Dai primi di aprile, Difesa Servizi spa indirà una consultazione pubblica per raccogliere idee e suggerimenti dalla comunità locale e dagli imprenditori economici e potrà far tesoro delle indicazioni nel bando che sarà lanciato a fine giugno. La gara si chiuderà a fine novembre e chi si aggiudicherà la concessione potrà insediare attività turistico-ricettive, valorizzando l'intero comparto e realizzando una marina, ma con zero metri cubi aggiuntivi e zero metri verdi toccabili. (P.Pie.)



anche d'intesa con l'industria nazionale in materia di cooperazione internazionale, servizi resi a terzi dalle Forze Armate nei settori meteorologico, sanitario, merceologico e geo-cartografico. La spa è nata cinque anni fa e si occupa della gestione economica e della valorizzazione, esclusa l'alienazione, degli immobili della Difesa, su tutto il territorio nazionale. Difesa Servizi è una struttura promossa per innescare il dialogo virtuoso con i privati e in questi mesi è stata una dei protagonisti, insieme all'Agenzia del Demanio, anche nella ricerca di operatori interessati a valorizzare una decina di beni costieri (in concessione per 19 anni).

Imprenditori, developer e aziende sono i partner più interessanti per Difesa Servizi tanto che l'89% del fatturato deriva direttamente da rapporti contrattuali con il privato. Difesa Servizi è stata anche al Mipim di Cannes per dialogare con il mercato immobiliare e portare lo stesso "Progetto Venezia" all'attenzione

di investitori internazionali. Tra le altre iniziative aperte, in cerca di operatori economici, c'è l'ex idroscalo militare di Desenzano Del Garda (41mila mq di superficie), posizionato sulle rive del lago a un chilometro dal centro del paese e immerso in un'area verde gestita come parco comunale. «Si tratta di un progetto in divenire – raccontano dalla Difesa – stiamo cercando un operatore che sappia coniugare l'interesse storico e culturale dell'area con l'utilizzo turistico e ricettivo degli immobili».

A La Spezia invece, l'ex arsenale si sta riprendendo come polo scientifico, tecnologico e sociale, grazie alla collaborazione con gli enti territoriali e con l'industria: negli oltre 3mila mq di capannoni ed ex officine sono già ospitati laboratori di ricerca, nell'ambito di un ampio progetto per la costituzione di un Polo universitario. È questo uno dei casi in cui Difesa Servizi promuove l'utilizzo dei beni per iniziative private e imprenditoriali, che possono generare un ritorno positivo, economi-

co e sociale, per le comunità locali.

A Venezia, il Museo storico della Marina Militare è invece un esempio di contenimento dei costi di valorizzazione delle risorse. Si tratta di un business museum per il quale la gestione è stata affidata ad una società esterna. Ancora, in un'ottica di sinergia con la comunità locale, a Siena, la caserma Santa Chiara è stata affidata alla Contrada del Nicchio.

Difesa Servizi ha aperto un capitolo importante anche sul tema dell'efficienza energetica e, operando secondo gli indirizzi strategici e i programmi stabiliti con decreto del Ministro della Difesa, di concerto con il Ministro dell'economia e finanze, ha stipulato diversi contratti per la locazione di strutture militari, contribuendo alla realizzazione di impianti fotovoltaici per una potenza complessiva di circa 70 MW che interessano 415mila mq di coperture su edifici e circa 940mila mq di terreni.

FOCUS CITTÀ

Cristina Giua

A CATANIA LA RIPRESA È GUIDATA DA UNIVERSITÀ E POLICLINICO

I prezzi delle case, non ancora arrivati al punto più basso della parabola discendente, stanno trainando la domanda abitativa a Catania. A fare la sua parte è anche il via libera ai mutui da parte delle banche, che sta spostando la richiesta immobiliare dall'affitto all'acquisto. Migliora, dunque, il clima complessivo su una piazza residenziale come quella catanese, che ha lasciato sul terreno almeno il 30% rispetto ai prezzi con cui si scambiavano le case fino a 2010. Racconta Antonio Acquaviva, agente Re/Max: «A fronte di compravendite salite, comunque sotto la media nazionale, i prezzi nel 2016 sono scesi ancora tra il 2-3%: l'impressione è che continueranno a scendere almeno fino alla fine di quest'anno». Lo standard di richiesta si concentra sugli appartamenti da tre vani (85 mq circa, con due camere da letto). L'acquisto da

investimento è in leggera ripresa e funziona nel centro città sul segmento delle locazioni destinati agli universitari fuori sede. Oppure, in alternativa – e sempre per investimento su piccole pezzature immobiliari – raccoglie consensi la area Nord di Catania, purché vicina alla Città Universitaria (oppure al Policlinico). In entrambe le zone, la domanda cerca anche pezzature di appartamenti da 5 vani su superfici ampie (140-150 mq), da suddividere poi in stanze o posti letto da affittare singolarmente agli studenti. La domanda abitativa classica conferma la tenuta del centro storico, in particolare su Etnea-Duomo e Corso Italia. Da segnalare anche un aumento di interesse su Canalicchio e Picanello (due zone favorite da buoni collegamenti e prezzi immobiliari abbordabili).

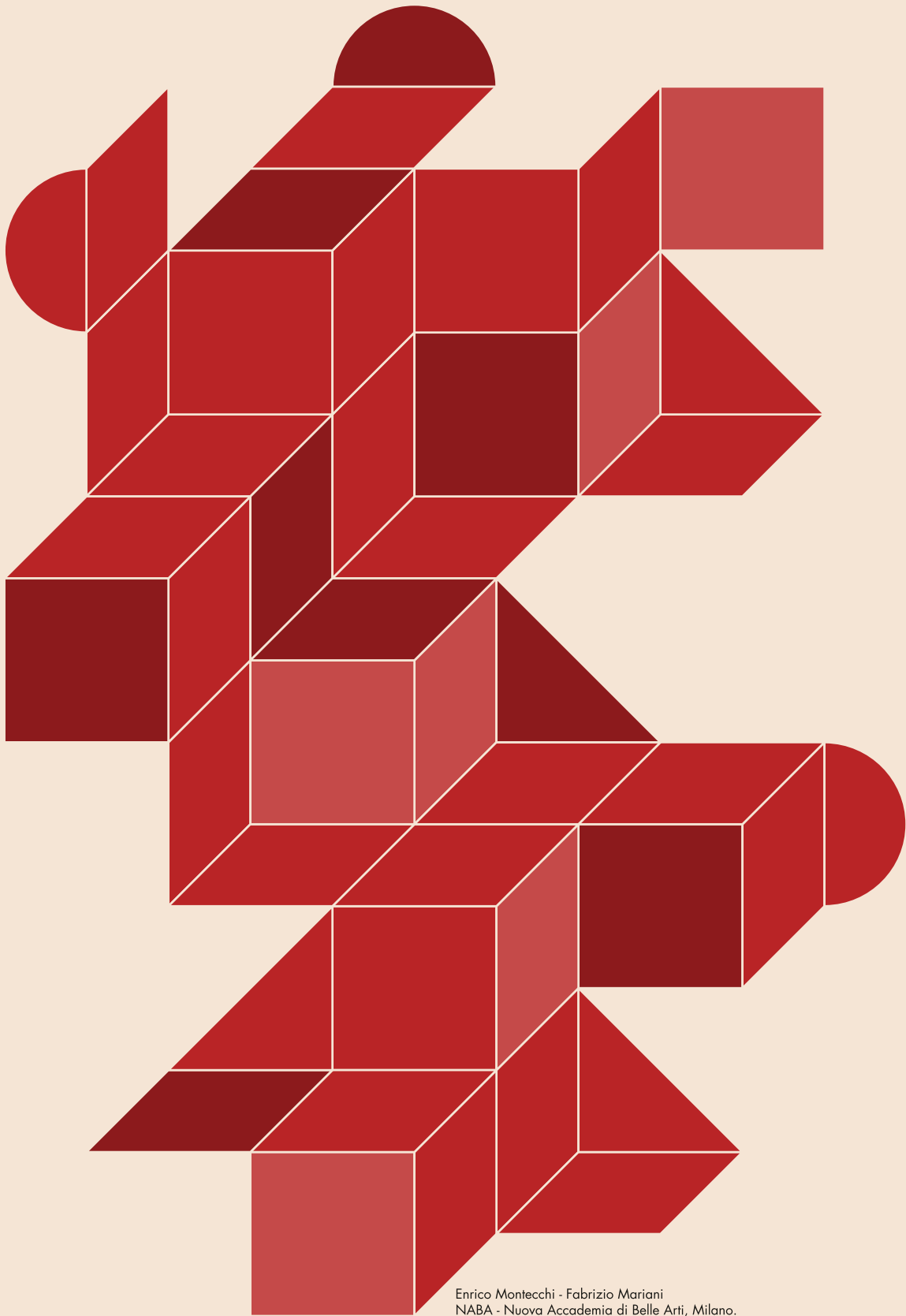
© RIPRODUZIONE RISERVATA

CATANIA ZONA PER ZONA

Trend di mercato, prezzi al mq e canoni d'affitto mensili in euro (bilocali 60-70 mq) e tri-locali (80-90)

	DOMANDA	OFFERTA	USATO		NUOVO		AFFITTI	
			SIGNORILE	MEDIO	SIGNORILE	MEDIO	BILOC.	TRILOC.
Teatro Massimo	↗	=	2.050	1.500	2.600	2.300	500	610
Etnea - Duomo	↗	↘	2.200	1.700	2.700	2.400	510	620
Vittorio Emanuele - Garibaldi	=	=	1.600	1.150	2.000	1.800	400	500
Umberto I	=	↗	2.300	1.700	2.700	2.500	520	630
Veneto - Provincie	↗	↘	2.600	2.100	3.400	2.800	540	660
Zona Vulcania	=	=	2.300	1.800	2.750	2.400	510	630
Corso Italia	=	=	2.700	2.300	3.600	2.900	540	660
D'Annunzio	↗	=	2.800	2.500	3.700	3.100	550	680
Ambasciatori - Rocca romana	=	↗	1.900	1.400	2.400	2.100	430	540
Imbriani	=	↗	2.500	2.200	3.500	2.600	530	660
Cibali bassa - piazza Santa Maria di Gesù - Beccaria	=	↗	1.900	1.450	2.400	2.150	440	550
Cibali alta	=	=	1.500	1.100	2.100	1.600	360	470
Rapisardi	=	↗	1.800	1.500	2.300	1.900	420	520
Rapisardi alta	↘	↗	1.600	1.300	2.200	1.800	400	500
Canalicchio	↗	↘	1.800	1.350	2.300	2.000	530	530
Barriera	=	↗	1.150	1.050	2.000	1.600	400	510
San Giovanni Galermo	↗	=	1.200	970	1.700	1.600	350	460
Picanello - Ognina	↗	=	1.800	1.400	2.350	2.000	430	540
Gravina - Sant'Agata Li Battiati	↘	↗	1.450	1.000	2.000	1.600	400	500
San Giovanni La Punta	↘	=	1.400	980	1.900	1.550	380	460

FONTE: elab. su dati Gabetti, Immobiliare.it, Reag (solo compravendite), Tecnocasa. Solo per indicatori domanda e offerta: Casa.it



Enrico Montecchi - Fabrizio Mariani
NABA - Nuova Accademia di Belle Arti, Milano.

CERSAIE
BOLOGNA ■ ITALY
SALONE INTERNAZIONALE DELLA
CERAMICA PER L'ARCHITETTURA
E DELL'ARREDOBAGNO

www.cersaie.it

25-29 SETTEMBRE 2017

promosso da
CONFINDUSTRIA CERAMICA

in collaborazione con
Bologna Fiere

organizzato da
EdiCER SpA
segreteria operativa
Promos srl

In casa

VERSO IL SALONE/1

Led leggero e sostenibile

Componenti piccoli e hi-tech lasciano più spazio alla luce e meno alle strutture

di Antonella Galli

Sempre più luce, sempre meno lampade: questa, in sintesi, è la tendenza progettuale che sembra aver conquistato i light designer, autori delle novità in mostra ad Euro luce, la rassegna biennale dedicata al settore dell'illuminazione all'interno del prossimo Salone del Mobile di Milano. Le tecnologie led e la miniaturizzazione dei componenti favoriscono questo orientamento, già evidente in alcune anticipazioni dei prodotti al debutto in fiera.

La forma della lampadina a incandescenza, che appartiene alla memoria, ha dato lo spunto al giovane Andrea Brugnara per la creazione delle lampade Sonoluce di Zava, semplicemente costituite da un sottile profilo metallico circolare e bianco, entro cui viene proiettata la luce da un piccolo corpo colorato che contiene la sorgente luminosa. L'effetto di Sonoluce è quello di un profilo a lampadina che contiene la luce senza chiuderla, mantenendone la purezza grazie alla struttura minimale.

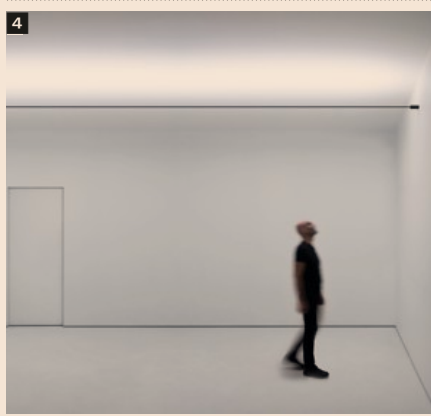
Alleggerire, quasi smaterializzare, la sagoma del lampadario è l'obiettivo, ben riuscito, della lampada da sospensione Alysoid, disegnata dal giapponese Ryosuke Fukusada per Axo Light, in cui il progettista sfrutta il principio geometrico dell'arco catenario per tracciare nell'aria il corpo del lampadario con sottili catenelle in alluminio. Alysoid, infatti, proietta verso il basso la luce dal corpo centrale, contenente sorgenti led altamente performanti, e la diffonde attraverso i sottili profili degli archi di catenelle, di diversa lunghezza, composte da piccoli elementi sferici. Il volume della lampada, definito dagli archi delle catenelle, si smaterializza in una sagoma elegante che risalta nello spazio senza imporsi.

Anche Davide Groppi punta sulla riduzione al minimo del corpo della lampada con il pro-

getto Infinito, che presenterà in fiera come terza tappa del suo percorso sugli stati fondamentali della luce. Dopo Nulla, la lampada da incasso a soffitto a luce diretta, e Pablo, lastra luminosa a luce diffusa, nel progetto Infinito Davide Groppi assottiglia la forma fin quasi a farla scomparire del tutto, per concentrare l'occhio sulla luce indiretta: la lampada è, infatti, una striscia sottilissima in una speciale lega metallica che taglia lo spazio e proietta luce indiretta. Il cavo di Infinito si può tagliare su misura, posizionandolo da parete a parete o da soffitto a pavimento.

Disola luce è composto anche il progetto Alphabet of Light, concepito da Big per Artemide: lo studio danese, capitanato dal geniale architetto Bjarke Ingels, ha ideato una serie di moduli luminosi di base, lineari e curvi, che grazie a giunzioni, anch'esse luminose, permettono di comporre tutte le lettere dell'alfabeto di un nuovo font, ma anche di creare composizioni lineari e circolari. Una scrittura di luce che trasforma lo spazio senza l'ausilio di supporti, strutture e diffusori, utilizzando la luce come un segno grafico che genera infinite creazioni.

Il classico lampadario perde la propria tridimensionalità nella rilettura che propongono i due progettisti Luca de Bona e Dario De Meo con lo chandelier Ghebo, tra le novità di Karman. I due designer di origine veneziana riducono a due dimensioni il classico lampadario settecentesco Maria Teresa, scomponendolo in bracci metallici piatti e tagliati al laser, alcuni rivestiti in vetro di Murano, con rosette ai giunti e coppette in cristallo a contenere le lampadine. La fonte luminosa può anche "cambiare natura" e trasformarsi in una finestra da cui sembra entrare, con estrema verosimiglianza, la luce di una giornata soleggiata con il cielo azzurro: è lo spunto da cui è nato il progetto tecnologico CoeLux di Paolo di Trapani, un sistema di illuminazione per ambienti ciechi con le sembianze di una finestra che riproduce, grazie alla tecnologia led e a nanotecnologie, l'effetto della luce del sole. Nelle nuove versioni compatte CoeLux Sky Tales la visione della luce solare è mediata e non diretta, come fosse rifratta, riflessa e diffusa da altri elementi naturali, quali nuvole, foglie, acqua, per un effetto ancora più naturale.



MIMETICHE E IPNOTICHE

1. Artemide, Alphabet of Light, design BIG - Bjarke Ingels Group;
2. Axolight, lampade a sospensione Alysoid, design Ryosuke Fukusada;
3. CoeLux, serie di finestre Sky Tales che riproducono l'effetto della luce solare;
4. Davide Groppi, striscia luminosa Infinito



VERSO IL SALONE/2

La sedia non smette mai di rinnovarsi

● Nell'universo variegato della sedia, archetipo dell'arredo che riesce sempre a rinnovarsi, il 2017 è l'anno di una celebrazione importante per il design italiano e non solo: compie, infatti, sessant'anni la sedia 699 Superleggera, disegnata da Gio Ponti nel 1957 in collaborazione con i figli di Amedeo Cassina e da allora prodotta da Cassina e meticolosamente realizzata a Meda, nel cuore originario dell'azienda. Simbolo della modernità e del genio italiano, la Superleggera (festeggiata con una nuova variante con struttura rossa e tessuto speciale in soli 60 esemplari) coniuga mirabilmente ricerca e tradizione. Una lezione che si riflette nelle sedie che a breve saranno presentate al Salone del Mobile e che rileggono le forme del passato in chiave contemporanea.

È dichiarato, anche nel nome, il richiamo agli anni Cinquanta per la sedia Fifties di Calligaris, firmata dallo studio Buseti Garuti Redaelli, che reinterpreta i canoni stilistici di quel decennio: la sottile struttura a quattro gambe in tondino di metallo ottonato o verniciato nero sostiene schienale e seduta dall'elegante silhouette leggermente incurvata, rivestiti in cuoio o in velluto, tessuto di grande attualità nelle tinte sabbia, terra, bosco, mattone e blu oceano. La grazia degli arredi Liberty rivive nel modello Perla di Riflessi, un progetto di Stefano Sandonà e Sabrina Bettini, che si sono ispirati a temi femminili per disegnare le nuove collezioni di sedute dalle forme morbide e sinuose. Perla, in particolare, è sostenuta da una struttura in tondino di metallo caratterizzata dall'incrocio delle gambe posteriori: apparentemente in bilico, in realtà ben stabile, la struttura supporta uno schienale a forma di goccia e un comodo sedile soft, che ne accentuano il carattere aggraziato e vezzoso.

Nella sedia Julie di Trabà Emilio Nanni interpreta la sedia tradizionale in legno modellandola sapientemente e purificandola nelle linee, aggiungendo infine un intreccio in corda nello schienale, dettaglio che rievoca memorie

contadine. Un tessuto antico e naturale come il lino è protagonista della sedia Field, progetto di Philippe Nigro per SaïntLuc, in cui la tecnologia contribuisce a un'innovativa funzionalità della materia. In Field, infatti, la scocca monoblocco è ricavata da fibre di lino irrigidite grazie a una resina organica, che trasforma il tessuto in materia strutturale, valorizzandone le potenzialità estetiche e tecniche.

La scocca monoblocco è anche la caratteristica di Lias, sedia disegnata da Gino Carullo per Bonaldo, il cui nome deriva dalla parola layers (strati). L'effetto di stratificazione è evidente nelle due bordature parallele che definiscono il perimetro dell'intera scocca imbottita, un dettaglio sartoriale che richiama la manifattura artigiana di un tempo. — **An. Gal.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Oltre la tradizione
A lato, la 699 Superleggera disegnata nel 1957 da Gio Ponti per Cassina nell'edizione limitata presentata al Salone; sotto, Julie di Trabà, by Emilio Nanni



INFORMAZIONE PROMOZIONALE

SALONE INTERNAZIONALE DEL MOBILE - Milano Rho 4-9 aprile 2017

Aziende presenti

SCOLARO PARASOL presenta la nuova generazione di ombrelloni ASTRO

Da più di 40 anni leader nella produzione di ombrelloni, **SCOLARO PARASOL** ha ideato un nuovo futuro per vivere lo spazio esterno dominato dalle sinergie tra Tecnologia, Ergonomia, Design e Innovazione. Alla base del funzionamento innovativo c'è il sistema **MOTION**, soluzione retrattile che permette di aprire e chiudere l'ombrellone vicino al palo, senza rimuovere tavoli e sedie. La combinazione tra sistema **MOTION** e **LIFT ACTION** permette di aprire o chiudere l'ombrellone in un solo movimento. Grazie alla molla a gas, che compensa il peso dell'ombrellone, l'operazione è molto leggera.

www.scolaro-parasol.it - info@scolaro-parasol.it

Salone Internazionale del Mobile
Milano Rho, Hall 18 Stand D07



Live the present imagining the future.

SERENA LUXURY MOSAIC, Italian innovation for Luxury

Dopo gli studi in architettura **Michelangelo Serena** fonda a Spilimbergo **SERENA LUXURY MOSAIC** apprezzata da noti critici d'arte e oggi presente con alcuni oggetti esclusivi nel Museo del Vetro di Murano. In ogni creazione la poesia del mosaico incontra il fascino del vetro soffiato, nuova dimensione di Made in Italy, connubio di antiche tradizioni e tecniche artigiane.

Per la prima volta nella storia dell'arte si uniscono vetro soffiato di Murano e vetro mosaico per dare vita a pezzi unici, eleganti, preziosi e raffinati, arricchiti da dettagli in oro. Le forme sono finemente progettate da Michelangelo Serena, con la sapiente collaborazione del padre **Alessandro Serena** e di artigiani mosaicisti. La particolarità delle lavorazioni e la natura dei materiali fanno sì che forma e colore del vetro soffiato assieme a disposizioni e colori del mosaico creino opere uniche, sempre diverse nei dettagli.

A Milano durante la Design Week, l'Excelsior Hotel Gallia (a Luxury Collection Hotel), ospiterà la Art Collection, mentre ad Euro luce 2017 verrà presentata in anteprima assoluta la Light Collection.

www.serenaluxurymosaic.it

Salone Internazionale del Mobile
Milano Rho, Hall 9 Stand P10



Da BOFFETTO Form to Furniture nasce MY WAVE by STUDIO MAMO

Lo **STUDIO MAMO** presenta una collezione disegnata per **BOFFETTO Form to Furniture** e dedicata alla natura: **MY WAVE collection**.

MY WAVE collection si sviluppa dal concept di base di un'onda, dotata per sua stessa natura di fluidità, movimento e mutamento. L'onda si insinua all'interno della casa, come movimento e mutamento dell'ambiente stesso. Pezzi d'arredo silenziosi nella loro purezza, elementi sofisticati in cui le forme e i dettagli di stile delineano un concetto di slow design.

Disponibili: tavolo, paravento, coffee table rotondo e ovale, credenza, pouf e libreria.

www.boffetto.com

Salone Internazionale del Mobile
Milano Rho, Hall 10 Stand F04



ENTRA NEL MONDO DEL RETAIL REAL ESTATE



PARTECIPA A MAPIC

Il salone internazionale del mercato immobiliare commerciale

mapic

15-17 Novembre 2017

Cannes, Francia
mapic.com

8.400+ partecipanti

2.100+ retailers

2.500 sviluppatori

1.000 investitori

78 paesi

Scopri i nostri eventi nazionali e sviluppa il tuo business con azioni mirate nei territori di tuo interesse

