

PAMBIANCO MAGAZINE

DESIGN

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DELL'ARREDO E DELL'ARCHITETTURA

DOSSIER

Viaggia la nautica, ottime prospettive per il 2022

HARD LUXURY

Il lusso è fatto a mano, digitale e sostenibile

INTERVISTA

Rossana Orlandi, cacciatrice di talenti e tendenze

ANNO VII - N°4, LUGLIO 2022

Publi Editore S.p.A. - Sped. in A.P. 70% L.63/81 - In caso di mancato recapito inviare il C/P al Responsabile la cui attività è indicata nell'elenco degli indirizzi postali pubblicati sul sito www.pambianco.com

**GREEN & BLU.
LA SOSTENIBILITÀ
PARTE DAL MARE**

COVER BY ALDO ROSSI

overview**Abet Laminati si espande negli Usa acquisendo Fiberesin**

Spinge sul mercato americano il Gruppo Abet che, di recente, ha acquisito la società Fiberesin Inc, realtà statunitense attiva nella progettazione, produzione e vendita delle facciate ventilate in HPL. L'acquisizione comprende i due siti produttivi presenti in Wisconsin e una capillare rete distributiva diffusa sul territorio, che conta oltre 100 dipendenti.

Estel, a 66,5 milioni nel 2021, spinge sull'arredo casa con Presotto

Estel anticipa i dati finanziari 2021, in attesa della chiusura del Bilancio, che la vedono attestarsi a 66,5 milioni di euro di ricavi dei quali il 30% di export, un utile netto di 4,5 milioni e un Ebitda all'11%. Nel 2020 aveva messo a segno ricavi per 78 milioni, mentre nel 2019 per 55 milioni. Obiettivo del gruppo, oggi, è sviluppare la nuova integrazione di Presotto, che realizza un fatturato di 13 milioni di euro, mantenendo il brand indipendente.

Fazzini cresce del 30% nel 2021 a 17,5 milioni

È stato un anno positivo il 2021 per Fazzini che ha registrato un giro d'affari di 17,5 milioni di euro in crescita del 30% sull'anno precedente. Un incremento trainato dal mercato interno e dalla Svizzera, oltreché da un rinnovato interesse verso la casa e i conseguenti acquisti nell'ambito dell'arredamento. L'Ebitda ha segnato un +33% rispetto al 2020, passando da 1,2 milioni a 1,6 milioni di euro. L'azienda del tessile di alta gamma ha registrato una marginalità "record", secondo quanto riporta la nota ufficiale, "grazie agli approvvigionamenti delle materie prime a prezzi ancora vantaggiosi".

Baxter, +37% nel 2021 e lancia l'outdoor

È cresciuta Baxter nel 2021, mettendo a segno un incremento del 37% rispetto all'anno precedente e attestandosi a quasi 73,8 milioni di euro di ricavi, dei quali il 76,5% legato all'export, con un Ebitda del 15%. La performance positiva giunge dopo un anno difficile, il 2020, quando le limitazioni dovute all'emergenza pandemica hanno frenato l'incremento che ha raggiunto solo il 4% sul 2019. A crescere soprattutto l'Asia, con un +64%, seguita dal Nord America con un +54% e dal mercato europeo con un +26%.

Foscarini ha acquisito il 90% della tedesca Ingo Maurer

Operazione strategica nel mondo dell'illuminazione decorativa di design: passa a Foscarini il 90% dell'azienda tedesca Ingo

Maurer GmbH con l'obiettivo di valorizzare l'unicità del linguaggio estetico, garantendo al brand tedesco uno sviluppo futuro coerente con la propria prestigiosa identità storica. Il restante 10% continuerà a essere detenuto da Sarah Utermöhlen, figlia dello storico designer.

Livinwow, innovation center dell'home design per il Real Estate

Dal pensiero dei fondatori di Milano Contract District nasce Livinwow: il primo Innovation Center del Design per rispondere alla crescente domanda di nuovi concept di interni, destinati agli abitanti metropolitani (dalla coda della X Generation ai Millenials). Grazie all'integrazione nell'offerta abitativa di un pacchetto di servizi e prodotti di interior design, Livinwow restituisce all'immobile un immediato e maggior appeal per chi è alla ricerca di una nuova abitazione in affitto o in vendita. Concepito secondo un modello B2B2C, è previsto in un prossimo futuro un digital channel diretto B2C.

Provasi cresce del 62% con il piano di rilancio e apre a Dubai

Incremento a doppia cifra per l'azienda italiana di arredamento Provasi che ha chiuso il 2021 a +62% con 8 milioni di euro rispetto ai 4,9 milioni dell'anno precedente. L'Ebitda adjusted ha raggiunto l'ammontare di 1,8 milioni di euro, un'incidenza pari al 22,4% sul fatturato contro il 6% del 2020 e il 17,4% del 2019. Forte l'accelerazione nel secondo semestre, proseguita anche nel primo trimestre di quest'anno nonostante la flessione dei mercati russofoni, che stanno generando slittamenti di consegne. Gli ordinativi del primo trimestre sono stati pari a 3,5 milioni di euro, in significativo incremento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. La società ha sviluppato oltre il 90% del proprio fatturato nei mercati internazionali e in particolare in Middle East, Nord Africa, Russia, Ucraina e Cina.

Nasce Fla Plus, l'hub della sostenibilità di FedelegnoArredo

FedelegnoArredo si pone a capofila di un progetto destinato a tutte le aziende del settore sue associate e dà vita a una piattaforma, FLA Plus, ricca di proposte. Dai progetti di riforestazione al data-base dei materiali sostenibili, dai kit di formazione green alle collaborazioni con partner esterni per favorire l'uso di fonti energetiche rinnovabili, dal supporto nella gestione delle certificazioni alla redazione del Bilancio di Sostenibilità: tutto questo è stato lanciato nel 2022 ed è l'atto recente, ma non l'ultimo, di altre iniziative propedeutiche: viene realizzata una ricerca tra gli associati che chiarisce come le aziende già avessero un approccio più orientato alla sostenibilità.

Lo showroom, che aprirà le porte eccezionalmente anche al grande pubblico dall'8 al 12 giugno in occasione della Design Week 2022, è concepito come un laboratorio creativo, in cui scenografie ambientate di interior design si mescolano a supporti video e virtual tour digitali, esprimendo in concreto il concetto di evoluzione del progetto di interior design + home decor.

Livinwow intende conquistare una nuova e crescente fascia di mercato costituita dai protagonisti del Real Estate che oggi si affacciano allo sviluppo residenziale con l'intenzione di rispondere alle esigenze di un nuovo mercato che dialoga con evoluti modelli di offerta abitativa in vendita e in affitto. Livinwow nasce perciò come risposta ad un pubblico moderno che, dai membri più giovani della "Generation X" fino a tutti i Millennials, condivide valori, modelli e stili di vita dinamici, e un concetto di abitare ripensato sia nell'idea dello sfruttamento degli spazi comuni sia nelle soluzioni e composizioni progettuali degli interni delle case.

"Il design model di Livinwow - spiega Lorenzo Pascucci, founder di Milano Contract District - è una risposta coerente a una visione innovativa di casa. L'ambiente domestico deve oggi essere disegnato sulla base di servizi e moodboard progettuali evoluti, ben allineati con i cambiamenti che stanno rivoluzionando la società moderna e il modo di vivere la casa. Abbiamo analizzato e prestato particolare attenzione alle sollecitazioni e agli insight derivanti dal mondo 'fuori casa' per tradurli in un 'domestic lifestyle' capace di rispondere alle mutate necessità funzionali arrivate con il periodo pandemico: smart working, remote conference, dad e home-learning, maggiore sostenibilità e crescente richiesta di spazi di vita outdoor. Tutto ciò si è tradotto in progetti di interior e di spazi outdoor vivibili a 360°, in cui le soluzioni di home living parlano per la prima volta un linguaggio smart, accessibile e contiguo al resto delle sollecitazioni provenienti dal mondo esterno".

Livinwow - Digital Arena

A fronte di questo servizio, Livinwow mira a mantenere **prezzi accessibili**, in linea con la logica *easy&fun* del concept. La nuova piattaforma nasce phygital perché, oltre a fornire uno spazio fisico sperimentale in cui vedere e toccare con mano le soluzioni proposte, vuol fornire una dimensione *digital* che, grazie ai *tools* e *digital App*, consente di semplificare l'accesso ai servizi della piattaforma sia lato B2B che lato B2C. All'interno dello showroom è stata dedicata la prima **digital Arena** del mondo del design di interni nella quale, tramite appositi visori *oculus*, è possibile navigare all'interno dei progetti e vivere in anteprima un'esperienza virtuale in scala 1:1 del proprio progetto di casa.

Livinwow permette di accelerare le vendite di uno sviluppo immobiliare o aumentare la richiesta di un immobile in locazione segmentando la domanda. Tempi e costi del processo costruttivo in cantiere sono ridotti evitando re-works e limitando le interferenze per restituire case "ready to live" al rogito o immediatamente alla fine dei lavori se in locazione. *"Livinwow si rivolge, in questo momento, solo al B2B. L'idea è però - conclude Lorenzo Pascucci - quella di raggiungere in un prossimo futuro, attraverso strumenti digitali, direttamente anche il consumatore finale".*

Partner del progetto sono Scavolini, Battistella Company, Samsung, Mirage, Corradi, Verde Profilo, Roofingreen, Grohe, Color Designer Milano, Caos Creativo, Caleido, Resstende e Bticino.

