

PAMBIANCO MAGAZINE

# DESIGN

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

## ANALISI

Retail multimarca in crescita

## DOSSIER

Ceramica: avanguardia e ricerca in pole position

## FOCUS

Comunità energetiche, opportunità per il fotovoltaico

Poste Italiane - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Rosario per la restituzione al mittente previo pagamento resi. ANNO IX - N°4 - SETTEMBRE - OTTOBRE 2024



COVER BY AMY BENNETT

## SPAZIO ALLE SUPERFICI



## overview

### **Nautica, il mercato globale cresce dell'11% e raggiunge i 33 mld di euro**

La nautica continua a crescere a livello mondiale. È questa la fotografia del mercato globale del settore che emerge dallo studio di Confindustria Nautica e Deloitte "The state of the art of the global yachting market". Nell'ultimo anno disponibile (2022) il mercato è arrivato a toccare quota 33 miliardi di euro, di cui oltre 25 miliardi solo per i superyacht. Trend in espansione anche per la cantieristica tricolore che, con un giro d'affari da 4,4 miliardi di euro, registra un +20% rispetto all'anno precedente. Anche nel caso italiano una quota significativa, pari al 70%, è generata dai cantieri attivi nella produzione dei superyacht, su cui l'Italia è leader mondiale con una quota di mercato pari al 54% in termini di volume e al 31% in termini di valore del portafoglio ordini. Inoltre, per l'anno in corso, la crescita del valore della produzione della cantieristica italiana è stimata con un incremento medio previsto tra il 5 e il 15 per cento.

### **Dexelance registra 150 mln di ricavi nel primo semestre (+9,2%). Utili in calo**

Ex Italian Design Brands, Dexelance ha chiuso il primo semestre di quest'anno con un giro d'affari di 151 milioni di euro. Il gruppo industriale attivo nel design di alta gamma ha registrato una crescita del 9,2% rispetto ai ricavi Full del primo semestre 2023, con una variazione organica leggermente negativa (-4,3%). Registrano invece una significativa flessione l'Ebitda – che segna -14,6% attestandosi a 18,5 milioni – e utile, in calo dell'82,4% a un milione. Il gruppo ha registrato una buona performance nel comparto residenziale (aree Furniture, Lighting, Kitchen&Systems), con una crescita del 16,4%, trainata dal buon andamento dell'area Kitchen&Systems e dall'ingresso nel perimetro delle società acquisite nel secondo semestre 2023, Axolight e Turri. L'incidenza delle esportazioni è stata pari al 73%.

### **Schüco Italia chiude il 2023 con 127 mln e punta sulla formazione**

Consociata italiana del Gruppo Schüco International, Schüco Italia prosegue nella sua crescita. Il fatturato 2023 dell'azienda di sistemi per finestre e porte in alluminio supera i 127 milioni di euro. Il risultato netto aumenta del 22% rispetto all'anno precedente e la quota si attesta su circa un terzo del mercato di riferimento (25% se si parla di residenziale, 45% della cantieristica). Inoltre Schüco Italia ha messo in atto un'evoluzione della sua struttura organizzativa che ha portato a nuovi ingressi (per un organico complessivo di 168 collaboratori) e a maggiori investimenti per supportare la crescita professionale di chi ha raggiunto ruoli di middle management.

### **Frette scommette su retail e hôtellerie. Obiettivo 300 mln di ricavi entro il 2029**

Dopo l'acquisizione da parte di Raza Heritage Holdings, continua la crescita di Frette. Il marchio storico di homeware sta attraversando una fase d'espansione e sono in cantiere numerosi progetti. "Abbiamo circa 1500 clienti nel settore hôtellerie – ha dichiarato Filippo Amaboldi, CEO del brand – e lavoriamo con grandi gruppi come Ritz-Carlton, St. Regis, Aman, Belmond, Mandarin Oriental e Four Seasons. Dei 130 milioni di euro di fatturato dello scorso anno, 52 milioni sono infatti derivati dall'hospitality e la geografia di questo settore si può suddividere in 60% Stati Uniti, 30% EMEA e 10% Asia Pacific. Inoltre abbiamo finalizzato un piano quinquennale che prevede una notevole espansione della parte retail. Da oggi al 2029 abbiamo in programma numerosi opening che porteranno gli spazi retail a quota 55 dagli attuali 32. Un altro nostro obiettivo – e la domanda ci fa ben sperare – è raddoppiare il fatturato derivante dall'hospitality, attestandoci così su un giro d'affari complessivo di 300 milioni di euro entro il 2029".

### **Andrea Signoroni è il primo CEO di Barovier&Toso**

Storica azienda muranese del vetro artistico, Barovier&Toso ha annunciato la nomina di Andrea Signoroni in qualità di primo chief executive officer. Signoroni affiancherà Rinaldo Invernizzi e Michele Milani, i quali manterranno le loro rispettive cariche di presidente e vice presidente dell'azienda. Signoroni è stato operations director di Dolce&Gabbana Casa dal 2021, in precedenza aveva ricoperto lo stesso ruolo in Cassina dal 2017 al 2021, mentre ancor prima era stato supply chain director per Flos e Bialetti. "La capacità di Signoroni di coniugare innovazione e tradizione – si legge in una nota – è cruciale per un'azienda come Barovier&Toso, che da sempre si distingue per la sua maestria artigianale e il rispetto delle sue radici storiche. La sua esperienza nel mondo delle operations sarà essenziale per efficientare e sviluppare i processi produttivi aziendali".

### **Gilberto Negrini è stato nominato AD di Lago**

Azienda fondata nel 1976 da Giuseppe Lago e oggi presente in oltre 20 Paesi al mondo, Lago ha annunciato la nomina di Gilberto Negrini a nuovo CEO. Daniele Lago, dopo vent'anni al timone, va a ricoprire la carica di presidente, oltre a mantenere il ruolo di head of design del brand. La carriera di Negrini nel mondo del design è iniziata nel 2002 in Luceplan ed è proseguita in Foscarini e Cassina. Successivamente ha lavorato per oltre dieci anni in Kartell, fino a diventarne amministratore delegato, carica che ha poi ricoperto dal 2019 in B&B Italia Group.