Edizione chiusa in redazione alle 22

€ 2* in Italia — Venerdì 3 Giugno 2022 — Anno 158°, Numero 151 — ilsole24ore.com

*solo nella provincia di Trento abbinamento obbligatorio con L'Adige a € 1,50
e solo nella provincia di Bolzano abbinamento obbligatorio con Alto Adige a € 1,50

Poste Italiane Sped. in A.P. - D.L. 353/2003 conv. L. 46/2004, art. 1, comma 1, DCB Milano

Il Sole 24 ORE

Fondato nel 1865
Quotidiano Politico Economico Finanziario Normativo

Famiglia
Assegno unico, per arretrati e conguagli istanze entro il 30 giugno
Massara e **Pizzin** —a pag. 27

Agevolazioni
Bonus edilizi e assicurazioni, tutti i dubbi degli operatori
Gavelli e **Latour** —a pag. 29

innova finance
La finanza agevolata per un futuro coi baffi.

FTSE MIB 24426,50 +0,59% | FTSE ALL SHARE 26691,32 +0,59% | SPREAD BUND 10Y 207,60 +6,70 | €/$ 1,0692 -0,19%

Indici & Numeri → p. 31-35

Borse, pesa la volatilità da incertezza Petrolio, l'Opec aumenta la produzione

I mercati

Il rendimento del BTp vola a 3,29%, ai massimi dal 2018 Lo spread sale a quota 206

L'aumento dell'offerta di greggio delude e il Brent chiude in rialzo dell'1,5%

Nonostante le cupe profezie che si susseguono sulle prospettive dei mercati, pur in un clima di forte volatilità, le Borse europee ieri hanno chiuso tutte in rialzo. Piazza Affari ha chiuso a +0,59%, dietro Francoforte e Parigi, i cui guadagni hanno superato il punto percentuale. Anche Wall Street ha mostrato un orientamento positivo dopo un avvio incerto. I fattori di instabilità restano legati all'inflazione e alla reazione delle banche centrali: se fosse troppo aggressiva potrebbe far deragliare la crescita. L'incertezza ha coinvolto il BTp decennale il cui rendimento è salito ai massimi dal 2018 (3,29%).

Intanto i produttori di petrolio di Opec+ hanno concordato un aumento della produzione di 648 mila barili al giorno, insufficiente a compensare il calo dell'offerta russa. E i prezzi del greggio hanno ripreso a salire.

Bellomo, Cellino, Longo e Lops —a pag. 2-3

«TRA ORDINE E DISORDINE»

Festival dell'economia di Trento: esordio con numeri da record

festival ECONOMIA trento

PERSONAGGI E TEMI

Ravasi: «Il vuoto dell'indifferenza, male di oggi»

Phelps: «L'economia, scienza da ripensare»

Estevão: «Recessione solo una possibilità»

Yiping: «La Cina non crescerà più come prima»

Karman: «L'Occidente non dia armi ai dittatori»

Parisi e Irti, dialogo sul mondo che verrà

—nello speciale allegato

LO SPECIALE

PANDEMIA

Il Covid rialza la testa negli Usa Timori per una ondata estiva

Marco Valsania —a pag. 10

Pensione a 64 anni e con il contributivo: tagli dal 10 al 18%

Il cantiere previdenza

Con la fine di Quota 102 a fine anno torna l'ipotesi della legge Fornero

Quota 102 è a metà del cammino: tra meno di sette mesi concluderà la sua breve corsa. E resta poco tempo per individuare prima del varo della manovra autunnale misure e correttivi per evitare un ritorno dal 2023 alla legge Fornero. Ma il confronto avviato dal governo a inizio dell'anno con le parti sociali è fermo da metà febbraio. Con lo scoppio del conflitto russo-ucraino e l'acuirsi della crisi energetica è cambiato l'ordine di priorità nell'agenda di palazzo Chigi. Ma sulla previdenza il tempo stringe e forze politiche e sindacati premono per riaprire il tavolo a colpi di proposte, non ultima quella di Quota 41 cara alla Lega.

Marco Rogari —a pag. 7

Liti fiscali, 3 miliardi per i nuovi giudici

La riforma

Per riformare la giurisdizione tributaria si spenderanno nei prossimi trent'anni oltre 3 miliardi di euro, 2,6 dei quali solo per il nuovo magistrato fiscale che andrà a sostituire l'attuale "onorario". È il costo di questo riassetto ordinamentale: un passaggio fondamentale per attuare i principi del Pnrr, che indicano nel contenzioso una leva di sviluppo economico, anche considerato il valore delle cause, 40 miliardi di euro l'anno tra fase di merito e di legittimità. La spesa - secondo le stime della Ragioneria generale dello Stato - giustifica gli obiettivi: migliorare la produttività e la qualità dei giudicati.

Ivan Cimmarusti —a pag. 6

INDUSTRIA DEI MACCHINARI

Dopo il boom del 2021 a 50 miliardi impianti frenati dal blocco dei chip

Luca Orlando —a pag. 15

PANORAMA

LA GUERRA IN UCRAINA

Sanzioni, via libera di Bruxelles (senza Kirill) Mosca, mini default

Via libera della Ue al sesto pacchetto di sanzioni nei confronti della Russia. Per superare le obiezioni dell'Ungheria, dal pacchetto di sanzioni è stato escluso il patriarca russo ortodosso Kirill, strenuo sostenitore di Putin. Venti di default intanto per Mosca, che non ha pagato interessi per un ammontare di 1,9 milioni di dollari. —a pag. 5

FESTA DEL 2 GIUGNO

Mattarella: «Per la pace, dignità e sovranità democratica»

Lina Palmerini —a pag. 8

RISCHIO SPIONAGGIO

Yuan digitale, Usa verso veto su Google e Apple Pay

Proposta di legge al Congresso Usa per vietare agli app stores, a partire da Google e Apple, di consentire pagamenti con lo yuan digitale. Timori per la privacy e la sicurezza. —pag. 22

SEMICONDUTTORI

Tra Bruxelles e Taiwan dialogo rafforzato sui chip

Affamata di chip, l'Europa dialoga con l'hub mondiale dei semiconduttori, Taiwan, che a sua volta nei contatti con la Ue vede una sponda strategica nel confronto con la Cina. — a pag. 9

Plus 24

Inchiesta
La roulette russa dei bond in rubli
—domani con il Sole

Moda 24

Arredi firmati
Moda, le liason con il Salone del Mobile
Chiara Beghelli —a pag. 20

ABBONATI AL SOLE 24 ORE
2 mesi a solo 19,90 €. Per info:
ilsole24ore.com/abbonamenti
Servizio Clienti 02.30.300.600

SOSTENIBILITÀ, PREMIO A RFI

L'Uic («Union internationale des Chemins de fer), associazione mondiale che raccoglie tutti gli operatori del settore ferroviario, ha premiato a Berlino Vera Fiorani, amministratrice delegata di Rete ferroviaria italiana (Rfi), per il progetto «Sostenibilità on the go», classificatosi al primo posto nella categoria «Outstanding contribution to sustainable rail»

Falck installa al porto di Savona Vado impianti green per l'energia nautica

Infrastrutture ecologiche

Il progetto punta a abbattere l'impatto delle grandi navi che tengono i motori accesi

Assoporti: gli scali possono produrre e poi scambiare l'energia che non utilizzano

Raoul de Forcade

Il gruppo Falck, attraverso la divisione Renewables Next Solutions, sta costruendo nei pressi del porto di Savona Vado un impianto di accumulo di energia elettrica all'avanguardia che, oltre a fornire a Terna un punto di regolazione della rete di trasmissione nazionale, grazie a un sistema di storage potrà alimentare con energia rinnovabile sia il terminal dello scalo savonese sia le navi ormeggiate in banchina, rendendo così praticabile, anche sotto il profilo economico, il cold ironing. Ossia la tecnica che consente di dare energia alle navi, collegando le a un cavo di alimentazione a terra, in modo da evitare che (come accade normalmente) debbano tenere i motori continuamente accesi per far funzionare tutti i servizi di bordo.

La possibilità di creare queste sinergie è diventata concreta, spiega Mariano Rosasco, consulente di SV Port Service (società che gestisce numerosi servizi nello scalo di Savona, compresa la trasformazione e la distribuzione dell'energia elettrica), dopo il varo in consiglio dei ministri del dl ("Aiuti") in materia di politiche energetiche nazionali e aiuti a famiglie e imprese. Decreto che consente alle Autorità di sistema portuale di "costituire (anche in deroga all'articolo 6 della legge 84/94, sui porti) una o più comunità energetiche rinnovabili ai sensi del dlgs 199/2021. E se anche Assoporti ha plaudito a questa iniziativa del Governo, Rosasco ricorda che «i partecipanti a una comunità energetica possono essere soggetti pubblici e privati: quindi una collaborazione tra le Adsp, i terminalisti e, in generale, tutti gli imprenditori che gravitano intorno alle aree portuali, può portare alla formazione di una comunità come le celate quantità' di energia elettrica scambiata in loco. In generale, nei porti, è possibile produrre importanti valori di energia rinnovabile, in parte per autoconsumo e in parte per scambio di energia sul posto: in quest'ultimo caso, grazie alle agevolazioni introdotte dal dlgs 199/2021, questa energia può essere valorizzata ulteriormente e quindi è possibile rendere più remunerativi gli investimenti, senza contare il beneficio dovuto ad una forte riduzione delle emissioni in atmosfera».

Proprio nell'ottica della riduzione in loco delle emissioni, prosegue Rosasco, «le Adsp stanno investendo e investiranno importanti risorse per la realizzazione di impianti di cold ironing. Oggi, però, questa operazione è economicamente insostenibile per i costi dell'energia, che non sono purtroppo paragonabili quelli di produzione di energia a bordo. Ma grazie agli incentivi che possono essere incamerati inserendo il cold ironing come unità di consumo all'interno della comunità energetica portuale, è possibile raggiungere la necessaria sostenibilità economica dell'operazione, oltre a rendere ancora più sostenibile dal punto di vista ambientale». E se il meccanismo dello scambio di energia proprio delle comunità energetiche, aggiunge Rosasco, può mostrare dei limiti di ottimizzazione nei porti, dove il consumo prevalente riguarda la movimentazione delle merci e l'illuminazione, «il problema è superabile utilizzando gli impianti di storage. I costi dei quali, un tempo proibitivi, possono essere oggi sostenuti grazie all'abbassamento dei prezzi delle batterie e agli investimenti previsti dal Pnrr o all'utilizzo promiscuo di impianti di accumulo previsti per funzionalità legate alla trasmissione dell'energia elettrica».

Il porto di Savona Vado. Nuovi impianti per dare energia alle navi, collegandole a un cavo di alimentazione a terra, in modo da evitare che debbano tenere i motori continuamente accesi per far funzionare tutti i servizi di bordo

Ed è qui che entra in ballo Falck Renewables Next Solutions. Fabio Zanellini, head of technical and regulatory affairs dell'azienda, spiega che questa sta realizzando «un sistema di accumulo da 9 megawatt all'interno della stazione elettrica (a due chilometri nell'entroterra rispetto al porto, ndr) che connette la piattaforma container Apm Terminals (gruppo Maersk) dello scalo di Vado alla rete elettrica in alta tensione di Terna. Sostanzialmente "affittiamo", grazie a un accordo con SV Port Service, la disponibilità di spazi della stazione per un periodo di 10 anni rinnovabili (fino al 2041, ndr), per poter installare e collegare questo sistema di accumulo elettrochimico. Il sistema è innovativo: è a tutti gli effetti pensato come un generatore indipendente e scambierà energia con la rete esterna come un comune generatore ma potrà anche assorbire, oltre che erogare. In più fornirà un servizio di rete nuovo per il sistema elettrico italiano, che si chiama regolazione ultrarapida della frequenza (Fru). Terna ha, a suo tempo, messo a gara un contingente di 230 megawatt e Falck si è aggiudicata 7,5 megawatt. Quindi la nostra unità da 9 ne erogherà 7,5 di Fru per Terna. Ma questo servizio impegna l'unità mille ore l'anno, quindi, nelle restanti 7.860, siamo liberi di programmare l'unità come vogliamo».

Il sistema, prosegue Zanellini, «è pensato per essere autonomo e indipendente dalle vicende portuali. Ma è predisposto per integrarsi, nel momento in cui, ad esempio, fosse disponibile della generazione di energia da fonte rinnovabile e fosse interesse del porto massimizzare il consumo di questa energia. Oggi non è ancora così, ma se nel breve futuro l'Adsp di Genova e Savona e i suoi clienti decidessero di costruire una configurazione di autoconsumo o condivisione di energia rinnovabile e avesse bisogno del nostro aiuto, noi siamo già predisposti tecnicamente e interessati economicamente». Si parli di terminal o di navi in cold ironing, conclude Zanellini, «l'utile per noi è riuscire ad alimentare la piattaforma portuale con l'energia verde che abbiamo immagazzinato in precedenza. E anche, magari, qualora ci fossero dei disservizi sulla rete esterna, poter erogare energia in maniera autonoma. Il nostro accumulo, infatti, è stato ingegnerizzato anche con questa funzione di emergenza».

Intanto l'Adsp di Genova e Savona, per il porto del capoluogo regionale, ha aggiudicato a all'Rti Nidec Asi l'appalto di progettazione esecutiva per predisporre il cold ironing sulle banchine dei terminal passeggeri.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

9 megawatt

IL SISTEMA DI ACCUMULO
Falck Renewables Next Solutions sta realizzando un sistema di accumulo da 9 megawatt

La ligure De Wave rileva il controllo Mobil-line

Arredi navali

Integrazione della storica falegnameria utilizzata dai principali cantieri

De Wave, società genovese leader negli arredi navali in particolare per navi da crociera, conferma la scelta di espansione nel settore dei maxi yacht, acquisendo il controllo (come anticipato dal Sole 24 Ore) di Mobil-line, un'azienda di falegnameria storica, utilizzata dai principali cantieri nel mondo per l'arredo delle grandi imbarcazioni fa da disporto.

Mobil-line con sede a Vicopisano, e quindi nell'area strategica per la progettazione e costruzione di mega yacht, vanta una presenza consolidata sul mercato «che le ha consentito di diventare - dice Riccardo Pompili, ceo di De Wave - un punto di riferimento artigianale e industriale dei costruttori, esprimendo anche una capacità di innovazione abbinata a uno stile di arredo inconfondibile».

Per De Wave, che, sottolinea Pompili, si avvia a confermare un fatturato 2022 superiore ai 300 milioni di euro, con 840 addetti diretti, l'acquisizione di Mobil-line fa seguito a quelle recenti di Fcr .

«Stiamo seguendo una rotta precisa – dice Pompili – con l'intenzione di ampliare costantemente il nostro polo che non è solo industriale, ma è anche dotato di altissime componenti professionali e artigianali da preservare».

Adesso, prosegue il ceo, «anche per Mobil-line la sfida si chiama internazionalizzazione e quindi esportazione di un prodotto di eccellenza del made in Italy. L'azienda ha un fatturato di 10 milioni di euro e garantisce circa 100 posti di lavoro ad alta professionalità nella filiera della cantieristica nautica». Tra le commesse attive di Mobil-line sono presenti ordini presso i cantieri Palumbo, tra cui un megayacht da 50 metri e una nuova unità (Extra X99 Fast) che sarà esposta al Salone di Cannes a settembre.

—**R.d.F.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Lavoro, una piattaforma per la filiera del diporto

Confindustria nautica

Le imprese danno vita a JobSearch per incrociare domanda e offerta d'impiego

Un nuovo servizio nato per rispondere all'esigenza di incrociare la domanda e l'offerta di lavoro nella filiera nautica. Si chiama JobSearch ed è un nuovo servizio di Confindustria nautica, studiato per le aziende associate. La piattaforma si rivolge al comparto in tutti i suoi segmenti, dalla produzione di superyacht, alla piccola nautica, dall'accessoristica e componentistica fino ai servizi e alle attività turistiche ad esso legate.

Si tratta di un settore che necessita, sempre più, di manodopera specializzata e che oggi già impiega complessivamente 24 mila addetti diretti e oltre 180mila nell'intera filiera (come testimonia *La Nautica in cifre*). JobSearch, spiegano i vertici di Confindustria nautica, nasce con l'obiettivo di favorire l'incontro tra la domanda di specifiche professionalità di interesse degli operatori della filiera nautica e l'offerta di profili potenzialmente idonei per competenze professionali e abilità pratiche.

«Nell'ambito della mission di Confindustria nautica di accrescere la competitività delle imprese del comparto - afferma il presidente, Saverio Cecchi - JobSearch intende svolgere un ruolo attivo e sostenibile per favorire l'incontro fra domanda e offerta, elemento strategico per ogni azienda in questo periodo di fortissima domanda di mercato. L'obiettivo è di fornire uno strumento ad alto valore aggiunto, allo scopo di migliorare, da un lato, la visibilità delle aziende che offrono lavoro e, dall'altro, le potenzialità di inserimento professionale per i profili interessati ad avvicinarsi al settore nautico». La piattaforma è nata da una collaborazione dell'associazione con Cinco&Partners e Fuoricenter Studio.

—**R.d.F.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IDB acquisisce Gamma, crescita in Cina e Usa

Design

Il gruppo chiude la nona operazione, strategica per lo sviluppo all'estero

Italia Design Brands (IDB), gruppo dell'arredo-design di alta gamma nato nel 2015, aggiunge un nuovo marchio alla sua scuderia e un nuovo tassello alla strategia di consolidamento negli Stati Uniti. Il gruppo, che ha chiuso il 2021 con ricavi consolidati per 144,2 milioni di euro e comprende già i marchi Gervasoni, Meridiani, Genacchi International, Davide Groppi, Saba Italia, Modar, Flexalighting e Axolight, ha infatti concluso la sua nona operazione di aggregazione con l'acquisizione di una quota di maggioranza in Gamma Arredamenti International, azienda specializzata nella produzione di divani, poltrone e altri componenti di arredo prevalentemente in pelle. Come già accaduto nelle precedenti operazioni, i due fondatori e principali azionisti di Gamma (Gabriele Ghetti e Carla Botti) resteranno alla guida della società, nella quale hanno reinvestito mantenendo una quota significativa.

Fondata nel 1974 a Forlì, dove si trovano sede e stabilimento, Gamma Arredamenti ha raggiunto un fatturato di 26 milioni di euro nel 2021, con una quota export superiore al 90%, e conta circa 110 dipendenti. La società ha inoltre una filiale controllata al 100% negli Stati Uniti, in North Carolina, e una buona presenza in Cina. Due mercati al centro della strategia di sviluppo di IDB, che genera all'estero, in 110 Paesi, il 73% dei propri ricavi e che proprio negli Stati Uniti ha uno dei principali sbocchi. È di dieci giorni fa l'annuncio dell'apertura di una nuova filiale a New York, che si aggiunge a quella inaugurata a inizio 2020 in Cina e alla filiale di Londra attiva dallo scorso anno.

—**Gi.M.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Design

Supplemento al numero odierno del Sole 24 Ore
Poste italiane Sped. in A.P. - D.L. 353/2003
conv. L.46/2004, articolo 1, comma 1, DCB Milano

Rapporti
Il Sole 24 ORE
07/06
2022

Mercato interno
Il bonus mobili (e il lockdown) hanno spinto le vendite a livelli da record —*p.2 e 3*

Mercati globali
L'Europa e gli Stati Uniti tornano centrali, ma crescono anche Asia ed Emirati —*p.5-19*

Storia e attualità. Il manifesto celebrativo dei 60 anni del Salone del Mobile di Milano disegnato da Emiliano Ponzi

Idee e tendenze
Dialogo, vita quotidiana, territorio, sostenibilità: le parole 'ordine del futuro —*p.23-37*

ILLUSTRAZIONE DI NAZARIO GRAZIANO

L'export cerca al Salone nuovi equilibri

Scenari. Secondo il Monitor di FederlegnoArredo, nei primi tre mesi del 2022 le vendite sono cresciute ancora a doppia cifra, ma aumentano i timori per un rallentamento. Feltrin: «La fiera del Mobile occasione per sondare i mercati». Intesa Sanpaolo: «Importante investire sull'Europa e gli Stati Uniti»

Giovanna Mancini

L'export di design made in Italy ha proseguito nei primi tre mesi del 2022 la corsa iniziata nella seconda metà del 2020. È presto per valutare quanto incidano, su questa crescita ancora a due cifre, l'onda lunga di un 2021 straordinario per ricavi e raccolta ordini, unita agli aumenti di listino resi necessari per compensare i perduranti rincari di materie prime ed energia. Di sicuro, le testimonianze delle aziende che troverete nelle pagine a seguire raccontano di un mercato ancora estremamente dinamico, a livello sia nazionale, sia internazionale. Una conferma arriva dal Monitor realizzato dal Centro Studi di FederlegnoArredo (Fla) su un campione di aziende associate: nel primo trimestre dell'anno le vendite dell'intera filiera (che nel 2021 aveva raggiunto il record di 49 miliardi di euro di fatturato alla produzione, superando del 14% i valori pre-pandemia) sono aumentate del 24,5%, con una dinamica accentuata sia in Italia (+27,2%), sia all'estero (+21%). Dati analoghi, con incrementi attorno al 20%, hanno interessato anche i comparti dell'arredamento e dell'illuminazione che, insieme, hanno raggiunto lo scorso anno un fatturato di 26 miliardi di euro (+10,7% sul 2019), di cui 13,5 realizzati all'estero, con una bilancia commerciale attiva per oltre 9 miliardi di euro.

Ma se le imprese si presentano al Salone del Mobile di Milano che apre oggi alla Fiera di Rho (dove resterà fino a domenica) con bilanci in salute e portafogli ordini pieni, non mancano le preoccupazioni per i mesi a venire. Il timore è che a partire dall'autunno comincino a farsi sentire le conseguenze della guerra tra Russia e Ucraina, soprattutto l'inflazione, che potrebbe frenare la domanda a livello globale. «L'export al momento sembra risentire in maniera ancora marginale del conflitto in corso – afferma il presidente di FederlegnoArredo Claudio Feltrin –, tanto è vero che i nostri principali mercati di sbocco hanno continuato a crescere a ritmi sostenuti nei primi tre mesi dell'anno». In particolare gli Stati Uniti, che tra gennaio e marzo del 2022 hanno registrato (secondo il Monitor Fla) un incremento del 28,3% per l'intera filiera, e il Regno Unito, con un +30%. Ma buone performance hanno interessato anche Francia (+9%) e Germania (+18%), le prime due destinazioni dei prodotti italiani. Anche sulle esportazioni, tuttavia, è atteso un rallentamento. Nessun allarme, ben inteso, perché dopo la crescita record dello scorso anno e dei primi tre mesi, anche una chiusura d'anno in linea con il 2021 sarebbe comunque un buon risultato. Tuttavia occorrono prudenza e lungimiranza per affrontare uno scenario con troppe variabili: il mercato russo è in contrazione (-7,3% nel solo mese di marzo) sebbene meno di quanto ci si potesse attendere e, in ogni caso, il peso di Mosca sull'export totale dell'arredo è relativo (il 2,7% circa). «Il problema è piuttosto sul le importazioni di materie prime, in particolare di legname, di cui Russia, Bielorussia e Ucraina sono importanti fornitori per le nostre aziende», spiega ancora il presidente Fla, che sottolinea l'importanza di investire, come sistema Paese, su una politica forestale seria che renda l'Italia finalmente indipendente sotto questo fronte. E poi c'è la Cina, che sebbene resti un mercato importantissimo, ha dato segnali di frenata dovuti ai prolungati lockdown in molte e importanti metropoli. «Diversificare i mercati è fondamentale per le imprese, soprattutto per quelle più esposte nei Paesi a rischio – osserva Feltrin –. Il Salone del Mobile rappresenta una grande opportunità anche in questo senso».

Riposizionarsi sullo scacchiere internazionale è necessario anche secondo Giovanni Foresti, senior economist Direzione studi e ricerche di Intesa Sanpaolo: «Si stanno delineando nuovi equilibri nel commercio internazionale e sul medio termine potrebbero presentarsi alcune criticità, dovute ad esempio alla progressiva chiusura di alcuni mercati di sbocco o di approvvigionamento», dice. Per questo occorre riflettere sugli ottimi risultati raggiunti dall'arredo italiano in Europa e negli Usa lo scorso anno e nei primi tre mesi del 2022. «Sono mercati importanti, su cui vale la pena investire, anche alla luce di possibili nuovi scenari – osserva Foresti –. Gli Stati Uniti, in particolare, sono il mercato in cui il design made in Italy è cresciuto di più negli ultimi due anni e l'Italia è il primo Paese europeo per export di mobili. Eppure, la nostra quota è appena del 3%. I margini di crescita sono enormi». Un altro aspetto sottolineato da Foresti è la necessità, almeno per i gruppi più grandi e strutturati, di rispondere con una strategia "glocal" al possibile emergere di nuovi blocchi e protezionismi: «Le grandi aziende dovranno essere globali, ma al tempo stesso agire anche localmente, attraverso investimenti diretti esteri, sui mercati in cui potrebbero sorgere difficoltà commerciali», spiega.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Rapporti
Design

83 MILIONI DI EXPORT IN EGITTO
L'Egitto è il Paese africano in testa alla classifica dell'export di arredo italiano con 83 milioni di euro registrati nel 2021

Sui nuovissimi mercati l'export rivede la luce (con il rischio Ucraina)

La tendenza. L'Africa è l'area di espansione con margini di crescita più ampi
In Oceania, il made in Italy soffre per le difficoltà logistiche acute dalla guerra

Testi a cura di
Alberto Magnani

Prima l'incubo del Covid, ora la guerra in Ucraina. Con opportunità e ostacoli in due mercati tornati alla ribalta nelle battute iniziali del 2022, Africa e Oceania. I primi due mesi dell'anno avevano segnato l'aumento dei volumi di export italiano su entrambi i fronti, prolungando il rimbalzo del 2021. Secondo dati Istat elaborati per il *Sole 24 Ore* dall'agenzia Ice, a gennaio-febbraio la bilancia ha segnato vendite pari a 2,9 miliardi di euro verso l'Africa (contro i circa 2,3 dello stesso periodo del 2021) e 770 milioni di euro verso l'Australia (contro i circa 727 milioni nello stesso bimestre dell'anno precedente).

Il nuovo ritmo di crescita si scontra con le incognite del conflitto ucraino, anche se gli scenari che si annunciano fra i due mercati sono del tutto diversi: più promettenti quelli sull'Africa, più ostici quelli con l'Oceania, intesa soprattutto come il mercato australiano.

Alessandra Lanza, partner della società di consulenza Prometeia, spiega che l'Africa può offrire opportunità «enormi» soprattutto sul versante della meccanica e costruzioni, sia pure con l'avvertenza di una crescita «a due facce» del mercato: «Da un lato si registrerà la crescita dovuta alla domanda di materie prime, soprattutto energetiche, favorendo una classe medio-alta appetibile per le nostre esportazioni - spiega Lanza - dall'altro, quella stessa ricchezza favorirà disuguaglianze e quindi tensioni, sommandosi a quelle provocate dalla crisi ucraina».

Più complicata la partita che si gioca in Oceania, un mercato tanto ricco e sensibile al gusto del *made in Italy* quanto difficile sul fronte logistico. A maggior ragione nel vivo di una crisi che può aggravare la frammentazione delle catene di forniture globali. «Fra i settori con più appeal - dice Lanza - ci sono l'alimentare e lo stesso comparto dei mobili, retto su una buona domanda. Ma va detto che resta uno sbocco lontano, difficile da raggiungere e con stili di comportamento diversi da quelli europei». La distanza, aggiunge Lanza, non potrà che acuirsi con «la tendenza dei mercati a regionalizzarsi, visto che l'Australia è culturalmente più affine a Usa e Ue ma geograficamente più sbilanciata sull'Asia».

E la filiera del design, una fra le più vitali nella ripresa dal Covid? Secondo i dati elaborati da Federlegno, l'Australia compare al diciottesimo posto come destinazione del nostro export nel 2021, ma con vendite in ascesa del 12,2% rispetto al 2020 (per un totale di 158 milioni di euro, si veda il grafico accanto).

L'Africa spunta nella top 50 solo con l'Egitto (trentunesimo paese, con 83 milioni di euro in esportazioni nel 2021) e Marocco (trentanovesimo, 61 milioni di euro in export nello stesso anno).

Ma ora, spiega Lanza, il segmento può irrobustirsi anche nella regione subsahariana, agganciandosi a un settore essenziale per il Continente: l'illuminazione. «Ci sono opportunità per l'illuminotecnica - dice - in crescita in linea con quelle infrastrutture».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Australia

Le esportazioni italiane del sistema arredamento-illuminazione. *In mln €*

Fonte: elab. Centro Studi Federlegno Arredo Eventi SpA/Federlegno Arredo su dati Istat

Investimenti su Australia e Nuova Zelanda

Talenti
Edoardo Cameli

Talenti, azienda di arredi per l'esterno fondata nel 2004, ha scoperto da anni il potenziale del mercato dell'Oceania. Il gruppo ha chiuso il 2021 con 30 milioni di ricavi (+57% annuo) e punta a salire a 40 nel 2022. Un ruolo chiave può essere giocato da Australia e Nuova Zelanda, spiega il commercial director Edoardo Cameli.

Quanto state investendo sull'Oceania?
Molto, perché è un mercato in crescita da tre anni costanti, dove abbiamo investito con un'area manager negli ultimi due anni e ora contiamo cinque *dealer* in Australia e un *dealer* in Nuova Zelanda.

Le prospettive di sviluppo sul mercato australiano?
Le prospettive sul mercato australiano sono ottime, ma vale anche per il mercato neozelandese.

Col figura che abbiamo messo infatti nel nostro nuovo area manager stiamo iniziando a visitare studi d'architettura e ci stiamo approcciando a lavorare come in Europa.

Temete effetti collaterali dalla guerra sulla ripresa dal Covid?
Gli effetti collaterali del Covid e della guerra probabilmente non avranno forti conseguenze dirette in Australia, mentre inciderà più che altro il problema dell'inflazione.

Però è un mercato dove, siamo certi, avrà un impatto inferiore rispetto a quelle che subiranno l'Europa o gli Stati Uniti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il potenziale di Marocco e Nord Africa

Fantoni
Massimiliano Tondolo

Un mercato ancora immaturo, ma con «sviluppi puntuali» e «voglia di visibilità, soprattutto verso l'Europa». Così Massimiliano Tondolo, export manager di Fantoni, descrive il potenziale del Marocco, paese che il gruppo friulano monitora con attenzione.

Quanto puntate sul mercato del Nord Africa?
È indubbiamente un mercato vivace, dall'Algeria alla Libia, anche se dominato spesso da instabilità politica e difficoltà nello sbloccare finanziamenti. Siamo da tempo sul mercato algerino e abbiamo ottenuto buoni risultati. Lavorare in quelle aree è sempre un piacere, ma bisogna considerare le differenze di metodo.

E nella regione subsahariana?
Parliamo di mercati molto diversi fra loro. Paesi come la Nigeria ci hanno dato molte soddisfazioni, ma il *leit-motiv* è sempre lo stesso: permettere di godere di ambienti di lavoro piacevoli un concetto ancora raro, perché le capacità di spesa non sono sempre allineate.

E le difficoltà?
Tra le principali direi: *timing* dei pagamenti e cultura. Nulla di insormontabile, ma bisogna tenerli a mente. Per operare c'è bisogno di pazienza, anche rispetto alle accelerazioni economiche di queste aree.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Una filiera a base locale può aiutare»

Alpi
Vittorio Alpi

Alpi, colosso italiano delle superfici decorative, ha un rapporto con l'Africa che dura da decenni. Il gruppo si rifornisce di legno in loco dal 1975, anno di inaugurazione del primo stabilimento in Camerun. Un'esperienza che permette a Vittorio Alpi, presidente del gruppo, di tracciare un bilancio severo sul breve termine.

Che prospettive vede per il mercato africano oggi?
Purtroppo non ho visto una grossa crescita economica, il rimbalzo post-Covid non c'è stato, l'economia è ancora stagnante. Oggi può essere difficile investire in Africa.

Perché?
Quello non aiuta è questo ingresso sempre più potente di investitori non più tradizionali, come i cinesi, che hanno scardinato alcuni sistemi economici e introdotto distorsioni sul mercato e il modo di investire.

Ma non vede margini di crescita, potenzialità?
Il potenziale sarebbe quello di una filiera capace anche di "trasformare" in loco le materie prime, aumentando i prodotti a valore aggiunto. Una tesi sposata anche dalle autorità locali. Per ora non sta avvenendo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

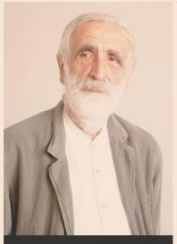
Tectona Paris. Bamboo è la serie outdoor ispirata all'Estremo Oriente, che celebra il design del Giappone e dell'Art Nouveau in voga tra Ottocento e Novecento

Janus et Cie. Tavolo da biliardo e portastecche Tangent Pool Table e Tangent Cue Rack si aggiungono alla selezione di tavoli da gioco di lusso del brand. In bianco e in nero

Minotti. La famiglia Lido Cord Outdoor, progettata da Gam Fratesi, si arricchisce di un divano e una panca

Cappellini. La poltroncina Juli di Werner Aisslinger (sotto) è protagonista di sperimentazioni. Quest'anno diventa Juli Re-Plastic, per un outdoor sostenibile

GETTY IMAGES



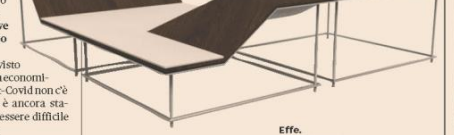
La vera qualità e la cultura nascono dalla fatica e dal lavoro, da un metodo

Enzo Mari

Filosofia e coscienza. Enzo Mari (1932-2020) è considerato il filosofo del design. Alessandro Mendini lo ha definito «la coscienza di tutti noi, la coscienza del design»

Gervasoni. Ispirazioni orientali ed esotiche danno vita ad Hashi, collezione disegnata da Federica Biasi e composta da divano componibile e sedia a dondolo

Talenti. Argo Alu, creata da Ludovica + Roberto Palomba, è la nuova versione (in alluminio) della collezione outdoor presentata nel 2020 in legno, di cui mantiene l'ispirazione



Unopiù. Sistema modulare per esterni, nato dall'incontro con Stefano Boeri Interiors

SERGE GUERIN

Natuzzi. Pouf Terra per esterni disegnato da Marcantonio per il progetto The Circle of Harmony

Effe. Sauna da outdoor Cabanon disegnata da Rodolfo Dordoni con Michele Angelini

Pedrali. Divano da esterni Nolita, di Cmp Design

€ 2,50 in Italia — **Domenica 12 Giugno 2022** — Anno 158°, Numero 160 — **ilsole24ore.com**

Edizione chiusa in redazione alle 22

Poste Italiane Sped. in A.P. - D.L. 353/2003 conv. L.46/2004, art.1, comma 1, DCB Milano

Il Sole 24 ORE

Fondato nel 1865
Quotidiano Politico Economico Finanziario Normativo

Giovanni Fosti. Presidente Fondazione Cariplo

A tu per tu
Giovanni Fosti
«Strade e treni da soli non bastano, per tenere in piedi l'Italia servono infrastrutture sociali»

di **Luca Davi** e **Marco Ferrando**
—a pagina 10

Domenica

COPERTINA
ARCHITETTI, ATTENZIONE AGLI SPIGOLI

di **Gabriele Neri**
—a pagina I

TERZA
LA RICERCA DI MOSÈ TRA LE FIAMME DEL ROVETO

di **Giulio Busi**
—a pagina III

Tech 24

Board game
Il ritorno dei giochi da tavolo

di **Luca Tremolada**
—a pagina 19

Lunedì

L'esperto risponde
L'amministratore di condominio

— Domani in edicola

Trasporti al collasso, merci bloccate

Logistica

Infrastrutture ferme, autisti introvabili, ferrovie saturate: il sistema è travolto

Congelate le importazioni di materie prime e componenti, export in tilt

Dal mondo produttivo si leva un grido d'allarme: il sistema del trasporto merci (strada, ferrovia, mare) è al collasso, i prezzi sono alle stelle e lungo l'intera filiera logistica i ritardi aumentano velocemente. Per le imprese, in particolare chi esporta, spedire la merce sta diventando complicato. Ma sono a rischio anche indispensabili forniture di materie prime e semilavorati per l'industria italiana di trasformazione.

Morino e **Cappellini** *—a pag. 3*

MIGUEL MEDINA / AFP

ARREDO E DESIGN

Boom di ordini e visitatori Milano ritrova il suo Salone del mobile

Giovanna Mancini *—a pag. 5*

Leggerezze monumentali. Alla Pelota l'installazione per la nuova collezione casa di Hermès

LO SPETTATORE

LA GRATITUDINE FIGLIA DELLA LIBERTÀ

di **Natalino Irti**

Non c'è sentimento più arduo e imbarazzante della gratitudine. Sempre legata a un qualche episodio, a un contegno altrui riuscito per noi utile o vantaggioso, a una situazione difficile, che ci vide volgerci al vicino, al compagno di banco, e domandargli e riceverne soccorso.

—Continua a pagina 6

Fondi di coesione Ue spesi solo al 46%

Investimenti

Accordo in arrivo per il programma 2021-27 Ministeri peggio del Sud

La Commissione Ue è pronta ad approvare l'accordo di partenariato con l'Italia per l'utilizzo dei fondi strutturali stanziati per il periodo 2021-27. L'accordo attiverà investimenti per 75,6 miliardi di cui 43 di fonte Ue. L'Italia tuttavia è ancora indietro nella capacità di spesa dei fondi per la coesione (Ue e nazionali). Dalla relazione al Parlamento emerge che per i Fondi di coesione del cicli 2007-13 e 2014-20 abbiamo speso solo il 46% delle disponibilità che ammontano a 206 miliardi. Solo un quarto dei progetti è arrivato al traguardo. Ministeri peggio delle regioni del Sud come capacità di spesa.

Carmine Fotina *—a pag. 4*

SPREAD SEMPRE PIÙ ALTO

Per l'Italia il peso del debito salirà ma in modo graduale

Maximilian Cellino *—a pag. 2*

VISITA A SORPRESA

Von der Leyen a Zelensky: Kiev è sulla strada giusta per la Ue

Riccardo Barlaam *—a pag. 9*

IL FUTURO DELL'UNIONE

LA GUERRA, I DILEMMI E LA TRANSIZIONE EUROPEA

di **Sergio Fabbrini**

È presto per stabilire quali saranno le conseguenze di lungo periodo dell'aggressione russa dell'Ucraina. Non è presto per registrarne le conseguenze di breve periodo. Ovvero, un incremento delle divisioni all'interno delle istituzioni dell'Unione europea (Ue). Tali divisioni nascono dai nuovi dilemmi di policy indotti dalla guerra russa. Ne considero due.

Il primo dilemma riguarda gli interessi: come conciliare la priorità ambientale con quella energetica? Nel novembre 2019, quando la Commissione europea venne pienamente insediata, la sua priorità consisteva nel cosiddetto *Green Deal*. Nel discorso fatto di fronte al Parlamento europeo, la nuova presidentessa della Commissione europea, Ursula von der Leyen, aveva sostenuto che l'Ue avrebbe dovuto conseguire la «neutralità climatica entro il 2050». Ciò avrebbe richiesto una riduzione sistematica dei livelli di emissioni di gas a effetto serra.

—Continua a pagina 6

BANCA D'ITALIA

IL VIRTUOSISMO DEI CREDITI CON L'ESTERO

di **Marcello Minenna**

Secondo gli ultimi dati della Banca d'Italia sui conti con l'estero a fine 2021 la posizione patrimoniale netta (Pne) internazionale dell'Italia ammontava a 132 miliardi di euro. Si tratta di un record assoluto per il nostro Paese che è al 4° posto nell'Eurozona per crediti netti verso il resto del mondo, dopo Germania, Paesi Bassi e Belgio. L'Italia è entrata solo di recente nel gruppo dei Paesi che sono a credito con l'estero grazie a un miglioramento continuo che le ha permesso di ridurre progressivamente il debito netto col resto del mondo (-409 miliardi di euro a marzo 2014) e di passare poi in attivo.

—Continua a pagina 13

Mentre l'Italia vieta le trivellazioni

COSÌ LA CROAZIA SFRUTTA IL GAS DELL'ALTO ADRIATICO

di **Jacopo Giliberto**

Nell'Alto Adriatico è vietato fare trivellazioni per estrarre gas. Ma a pochi chilometri di distanza la Croazia aumenta il numero dei pozzi. Il piano croato prevede di estrarre 36,8 miliardi di metri cubi di metano, mentre la normativa italiana blocca le esplorazioni impedendo l'accesso alle ricche risorse nel golfo di Venezia.

—Servizio a pagina 11

ABBONATI AL SOLE 24 ORE
2 mesi a solo 19,90 €. Per info:
ilsole24ore.com/abbonamenti
Servizio Clienti 02.30.300.600

Primo Piano
L'industria del made in Italy

+21% **L'EXPORT DEL LEGNO-ARREDO** Cresce del 21% l'export nel primo trimestre 2022. Il fatturato 2021 del settore è di 49 miliardi, di cui 18 destinati all'export. Sono 70mila le imprese.

I TIMORI PER L'AUTUNNO Per Claudio Feltrin, presidente di Fla, a partire da settembre si vedranno gli effetti dell'inflazione sulla domanda, che finora ha sostenuto il settore

Grandi buyer e tanti ordini Milano ritrova il suo Salone

L'evento del design. Edizione con numeri inferiori al record 2019, ma superiori alle attese
In aumento le occasioni concrete di business

Giovanna Mancini

Quando arriviamo allo stand di Giorgetti, l'amministratore delegato del gruppo, Giovanni Del Vecchio, sta aspettando un cliente di Pechino: «Ha fatto un giro lunghissimo per arrivare e al rientro dovrà farsi tre settimane di quarantena, ma non è voluto mancare», spiega l'imprenditore. Non è il solo: cinesi se ne sono visti davvero pochi in questi giorni al Salone del Mobile di Milano, ma non sono mancati i clienti importanti, che pur di esserci hanno fatto il giro del mondo e si sono rassegnati a una lunga quarantena al ritorno. Lo stesso vale per i russi: meno che in passato, ma non assenti, anzi.

Questo dà il polso di quanto il Salone del Mobile, nonostante tre anni e due mesi di assenza causa pandemia (fatta eccezione per l'edizione speciale del Supersalone lo scorso settembre) si conferma l'appuntamento internazionale imprescindibile per il mondo dell'arredo-design. L'affluenza di visitatori in questi giorni ne è stata la conferma: i numeri ufficiali saranno resi noti questo pomeriggio, ma la sensazione è di un'affluenza superiore alle attese, sebbene non ai livelli del 2019, per ovvi motivi. «È tornata la voglia di fare business in fiera ed i programmarlo, di andare sul concreto e concludere ordini – spiega Claudio Feltrin, presidente di Federlegno Arredo –. Lo dico anche da imprenditore che partecipa con la sua azienda. Al di là dei numeri, c'è stata una maggiore qualità dei visitatori e maggiore concretezza».

> **Visitatori in arrivo da tutto il mondo: crescono India, Corea e Brasile. Indotto da 247 milioni per Milano**

È quello che ci sentiamo ripetere da tanti esponitori incontrati in fiera. Le lunghe code ci sono state, soprattutto nei primi tre giorni, ma a differenza del 2019 (l'anno record, con quasi 400mila presenze) visitare gli stand non era una missione impossibile e c'è stato più tempo e spazio per far comprendere i prodotti e le nuove tendenze agli operatori. «Il movimento è stato superiore alle previsioni – dice Michele Gervasoni, ceo dell'omonima azienda, parte del gruppo Idb –, con meno visitatori di tre anni fa, ma più concentrati e infatti gli ordini sono in linea con quelli del 2019». Una sensazione analoga è quella di Carlo Boffi, socio della Fratelli Boffi, azienda dell'arredo classico contemporaneo: «L'affluenza è inferiore all'ultima edizione prima del Covid. Secondo me siamo attorno al 30% in meno di visitatori. Ma abbiamo portato a casa molti contatti e devo dire che i visitatori mi sono sembrati più concreti e interessati», spiega.

L'entusiasmo è palpabile e va davvero al di là dei numeri: «Il nostro obiettivo principale era tornare a fare la nostra fiera, guardare in faccia i clienti e stringere loro la mano – dice Albino Celano, fondatore e ceo della veneta De Castelli –. Ma abbiamo anche lavorato moltissimo, siamo tornati quasi ai livelli del 2019: mancano Cina e Russia, ma tutti gli altri clienti sono arrivati. In genere al Salone noi non facciamo ordini, eppure abbiamo appena concluso un contratto importante con Dubai».

Sorpreso per le lunghe file fuori dallo stand è anche il ceo di Molteni&C, Marco Piscitelli: «Lo ammetto, ero scettico sul numero di visite che avremmo avuto, ma mi sono dovuto ricredere: non solo sono arrivati moltissimi clienti, ma inoltre non ricordo un Salone con così tanti incontri in cui abbiamo fatto veramente business». Lo stand di Giorgetti ha contato circa 1.500 ingressi al giorno: «Più del 2019 – spiega il ceo Del Vecchio –. Forse quest'anno li abbiamo registrati con più regolarità, ma in ogni caso è un numero importante. Abbiamo lavorato in modo eccellente».

E poi c'è il tema dei Paesi rappresentati: tanti, sia tra gli espositori (il 27% dall'estero), sia tra i visitatori, con una presenza molto più elevata rispetto al passato di Paesi come l'India, la Corea del Sud e il Brasile. Merito anche del lavoro svolto in collaborazione con l'Agenzia governativa Ice: «È evidente questo momento di ripresa – dice il presidente di Ice Carlo Ferro –. C'è una grandissima voglia di partecipare, soprattutto da Europa e Stati Uniti e da una parte del mondo asiatico. Il nostro impegno contribuisce a creare un evento commerciale a tutto tondo, con 600 operatori tra buyer e giornalisti di tutto il mondo, che restituisce tantissimo anche alla città».

Confcommercio ha stimato un indotto di 247 milioni di euro generato su Milano da questa manifestazione, ancora inferiore (del 10% circa) rispetto a quello del 2019, ma con una presenza di circa 286mila persone, in linea con i livelli pre-pandemia. Fino a ieri, alla mostra Re-Generation organizzata dalla rivista Interni alla Statale erano stati registrati 136mila ingressi, mentre 30mila erano quelli per l'evento all'Orto Botanico. Numeri destinati a crescere, come gli 80mila visitatori stimati agli eventi del distretto Isola. Circa 7mila gli ingressi ogni giorno nel distretto 5Vie.

Le preoccupazioni per la situazione economica e geopolitica internazionale, tuttavia, non mancano: «Veniamo da un 2021 straordinario e da un ottimo primo trimestre – osserva Claudio Luti, presidente della Kartell –. Abbiamo voluto investire molto in questo Salone, con tanti prodotti nuovi, e siamo stati ripagati dall'affluenza e dall'interesse degli operatori, ma i prossimi mesi sono davvero un'incognita per tutti noi. Ogni mese controlliamo i costi delle materie prime e dei trasporti e la situazione è molto difficile». A preoccupare le imprese, oltre ai costi ormai fuori controllo di energia e commodities, sono gli effetti dell'inflazione sulla domanda che, da due anni a questa parte, ha messo le ali al settore dell'arredamento e all'intera filiera del legno-arredo, che nel 2021 ha registrato un fatturato di 49 miliardi (+14% sul 2019, dati Federlegno Arredo). «È evidente che questi ritmi non potranno continuare – ammette il presidente Fla, Claudio Feltrin –. Il governo deve intervenire per aumentare i soldi a disposizione dei cittadini. Servono strumenti per stimolare la domanda, altrimenti da settembre inizieranno a emergere le conseguenze di tutto quello che è accaduto finora». Certo, il settore ha le spalle larghe per affrontare le nubi all'orizzonte e questo dà un po' di tranquillità, «ma il problema resta», dice Feltrin.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LAPRESSE

Oltre le attese. In attesa dei numeri ufficiali, la sensazione di organizzatori ed espositori è di un'affluenza superiore alle attese al Salone del Mobile (*foto in alto*), dove ieri e oggi i cancelli sono stati aperti anche al pubblico di non addetti ai lavori. Numeri molto positivi anche per gli eventi del Fuorisalone: la mostra Re-Generation organizzata alla Statale da Interni (*foto sopra*) ha registrato fino a ieri 136mila ingressi, mentre all'Orto Botanico sono stati oltre 30mila. Isola Design District stima di raggiungere i 100mila visitatori per i suoi eventi. Per 5Vie 7mila persone al giorno

Dal Nord America all'Asia cresce la domanda di made in Italy

Le voci degli operatori

In fiera 360 top buyer arrivati grazie al programma d'incoming dell'Agenzia Ice

«Prima della pandemia, il prezzo era un problema: il mercato canadese ha un potenziale enorme per i mobili italiani, ma il loro costo mediamente più elevato rispetto a quello di altri concorrenti è sempre stato un freno. Ora però importare prodotti dalla Cina è molto più oneroso, visti i rincari del container e questo avvantaggia il prodotto italiano». Giuseppe Avesani ha origini friulane, ma da oltre otto anni vive e lavora a Toronto come importatore di mobili made in Italy e prima ancora ha lavorato negli Stati Uniti. È uno dei 360 buyer esteri arrivati al Salone del Mobile in questi giorni grazie al programma di incoming realizzato in collaborazione con l'Agenzia Ice e non ha dubbi: «Le aziende italiane devono puntare sul Nord America, questo è un momento eccezionale».

Grandi opportunità offre anche l'Asia (in attesa che la Cina riparta): «Da quando è iniziata la pandemia, superati i primi mesi più difficili, il lavoro per noi designer è aumentato – racconta Joey Ho, design partner del gruppo Pal Design di Hong Kong, che lavora in Cina, Indonesia, Singapore e Australia –. Ci sono meno progetti commerciali, ma molte più commesse residenziali e i clienti chiedono mobili italiani, cercano la qualità, anche se costa di più».

È un leitmotiv tra i tanti buyer esteri che incontriamo al Salone: la pandemia ha spinto ovunque nel mondo l'attenzione per la casa, a favore soprattutto degli arredi di fascia alta, come quelli made in Italy. «Da dieci anni a questa parte, il mercato del Qatar è cambiato molto – spiega Emad Al Shoubaki, general manager di Almana Maples, distributore di lusso di Doha –. La cultura e il gusto vanno verso un design moderno e gli italiani sono la migliore rappresentazione di questo stile». Tra gli stand del Salone, in questi giorni, si sono visti moltissimi indiani: «È un mercato dal grande potenziale per l'arredo di qualità – dice Sanjay Pareek, manager di Beyond&More, rivenditore di alta gamma di Mumbai –. Ma le aziende italiane devono capire che il cliente adatto a loro prodotti non è la classe media, bensì la fascia altospendente della popolazione, che per quanto numerosa, è inferiore a quella presente in Cina. In ogni caso, è in continua crescita anche in India e per questo credo che il nostro Paese sia molto interessante per il made in Italy».

Altro Paese molto presente al Salone è stato la Corea del Sud: «Sta accadendo nell'arredo quello che è già accaduto nella moda: i coreani cercano mobili italiani perché rispondono a uno stile e un gusto considerato "trendy" e i brand stanno acquisendo notorietà – osserva Ricky Jun, principal director dello studio di design Hba di Seoul – Le opprtunità sono ottime».

—GI.M.

> **La crescente attenzione per la casa spinge la domanda di mobili italiani di alta gamma in tutto il mondo**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervista
Maria Porro
Presidente del Salone

«Gli affari ripartono, contratti con nuovi Paesi»

LAPRESSE

Il nostro obiettivo era realizzare un grande evento business di portata internazionale e di qualità, a servizio delle nostre imprese e della comunità del design e ora posso dire che ci siamo riusciti». Dopo giorni passati a correre lungo i padiglioni di Fiera Milano, tagliando nastri, partecipando a talk e parlando con imprenditori e politici, Maria Porro, presidente del Salone, può finalmente ammettere di essere soddisfatta per il lavoro svolto da tutta l'organizzazione.

Qualcuno dice che avete raggiunto quasi i numeri del 2019: è così?

I numeri li sapremo solo domani pomeriggio (oggi per chi legge, *ndr*). La sensazione è comunque positiva, penso che supereremo il target che ci eravamo dati. Ma la cosa più importante è che le aziende presenti hanno lavorato bene, hanno trovato nuovi contatti su nuovi mercati. Hanno fatto business ed è a questo che serve il Salone. Le faccio un esempio: ieri un'azienda espositrice del complemento, una di quelle per cui eravamo un po' preoccupati perché molto sbilanciata sul mercato russo, mi ha scritto per dirmi che sono contentissimi perché hanno chiuso molti ordini, anche in Paesi dove finora non erano presenti, Vietnam, Uzbekistan, Libano, Iran, India, Malesia, Bangladesh.

Quindi tutto il mondo è venuto, a parte chi era impossibilitato a farlo?

Tutto il mondo e anche una parte di mondo che non era mai venuta prima, tra cui molti Paesi africani. Questo grazie al lavoro fatto in collaborazione con il ministero degli Esteri e l'Agenzia Ice, ma anche alle nostre attività di comunicazione, ad esempio un programma di podcast in collaborazione con Stir, un'importante piattaforma digitale indiana. E infatti dall'India sono arrivati moltissimi operatori. Di fronte al fatto che ci sarebbero stati meno russi e cinesi, abbiamo lavorato per portare nuovi mercati e questo sta dando ottimi risultati.

Meno visitatori ma più motivati?

Sicuramente c'è stata più concretezza, sono arrivati operatori più interessati, presenti non per curiosare, ma per portare a casa contatti e ordini. Inoltre, la sensazione è che i clienti siano venuti quasi tutti, ma magari con staff ridotti, anche perché i prezzi sono proibitivi e questo è un problema.

Chi sono principalmente i visitatori?

Quest'anno abbiamo osservato un numero maggiore di architetti e specificatori rispetto agli anni passati e questo è un segnale importante, perché dimostra che questo è il luogo in cui si viene per essere aggiornati e capire in quale direzione va il settore dell'arredamento. La Milano del Salone del Mobile si conferma la capitale internazionale del design.

—GI.M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

H&M OLTRE LE ATTESE
H&M in luce dopo avere annunciato utili trimestrali superiori alle attese e un buy-back di azioni proprie. Nel secondo trimestre, H&M ha registrato un utile ante-imposte di 4,78 miliardi di corone svedesi, pari a circa 448 milioni di euro, contro 3,59 miliardi di un anno prima. L'utile netto è salito a 3,68 miliardi (da 2,76 miliardi).

Italian Design Brands si prepara alla quotazione

Arredamento

Avviato il processo di Ipo che verrà chiuso a metà 2023 Advisor Equita e Citigroup

Il ceo Sasso: «L'operazione farà accelerare la crescita organica e per acquisizioni»

Giovanna Mancini

Alla fine la pandemia ha solo ritardato di un anno l'obiettivo di sbarcare in Borsa, ma non lo ha fermato: ieri Italian Design Brands (IDB gruppo dell'arredo di alta gamma che conta nove aziende, 510 dipendenti e un fatturato di 144,2 milioni di euro nel 2021) ha annunciato l'avvio del processo di Ipo finalizzato alla quotazione su Euronext Milan, segmento Star. Processo che, condizioni di mercato permettendo, dovrebbe completarsi entro la prima metà del 2023. La quotazione è sempre stata nei piani degli investitori sin dalla fondazione del gruppo, nel 2015, e ora si va concretizzando, con l'affidamento a Citigroup ed Equita del ruolo di *joint global coordinator* e *joint global bookrunner*, oltre al ruolo di Sponsor affidato a Equita.

Il gruppo (che comprende i marchi Gervasoni, Meridiani, Cenacchi International, Davide Groppi, Saba Italia, Modar, Flexalight, Axolight e Gamma Arredamenti), sarà così una delle prime realtà del design italiano a quotarsi in Borsa nel nostro Paese. Nonostante la notorietà dei marchi e gli ottimi risultati del comparto (che nel 2021 ha raggiunto un fatturato di circa 26 miliardi di euro, in crescita del 10,7% sul 2019), le aziende dell'arredo sono rimaste finora lontane dal mercato dei capitali: le realtà quotate in questo settore si contano sulle dita di una mano (tra queste Natuzzi, quotata però a Wall Street), mentre da alcuni anni si riscontra un crescente interesse dei fondi, anche internazionali, per i marchi del design made in Italy.

«Per noi è un nuovo punto di partenza, non un traguardo – dice il ceo Andrea Sasso, arrivato alla guida di IDB nel maggio 2020, proprio nel pieno della prima ondata di Covid –. Continueremo a fare quello che abbiamo sempre fatto, ovvero sostenere i processi di digitalizzazione e internazionalizzazione delle nostre aziende, crescere per via organica e per acquisizioni». La quotazione sarà uno strumento ulteriore per questi obiettivi: «Sono convinto che farà da acceleratore anche nei processi di aggregazione – aggiunge Sasso –. È un momento di trasparenza e un'occasione di pubblicità per tutti i nostri brand. È come entrare in serie A, perché favorisce l'accesso ai capitali finanziari, offre nuovi stimoli e opportunità».

Intanto, la «M&A Machine» dell'arredamento italiano (come è stata definita IDB) non si ferma: dopo l'acquisizione di Gamma Arredamenti il mese scorso e l'apertura di una nuova filiale estera a New York, il gruppo sta già lavorando a una nuova acquisizione, che dovrebbe essere finalizzata entro fine anno e che permetterebbe al gruppo di entrare in una nuova area strategica. «Nel settore dell'arredo ci sono ancora alcune resistenze nei confronti delle operazioni finanziarie – osserva Sasso –. Ma il nostro caso dimostra che si può creare un polo del design con azionariato tutto italiano, marchi italiani, che si prepara a quotarsi sulla Borsa italiana e che intende proseguire nel percorso di valorizzazione del made in Italy. Il nostro Paese è pieno di eccellenze, che vanno aiutate a crescere. Entrare in un grande gruppo consente alle aziende di strutturarsi e sono certo che la quotazione darà un booster ulteriore a questo processo».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

IL GRUPPO

144,2

Fatturato 2021
Fondato nel 2015, il gruppo IDB ha raggiunto lo scorso anno un fatturato di 144,2 milioni di euro, conta 510 dipendenti e 9 società in portafoglio

73%

Mercati internazionali
La quota di export del gruppo, che conta ter filiali all'estero, tra cui una inaugurata a New York il mese scorso: il mercato Usa vale il 20% dell'export

Prima operazione. Silver Economy Fund entra in PureLabs

Laboratori diagnostici, Silver Economy Fund investe in PureLabs

Private equity

Al fondo la maggioranza nel contesto di un aumento superiore a 30 milioni

Silver Economy Fund realizza la sua prima operazione ed entra nel settore dei laboratori diagnostici attraverso l'investimento in PureLabs. Quadrivio Group affiancherà il fondatore Nino Lo Iacono, co-investendo con la holding Alef 6 Spa guidata da Michel Cohen e diversi investitori privati e family office. Il fondo avrà una quota di maggioranza nel contesto di un'operazione di aumento di capitale complessivamente superiore a 30 milioni di euro.

Il veicolo di private equity di Quadrivio Group, che investe in aziende che offrono beni e servizi dedicati al mondo della Longevity Healthy, intende supportare lo sviluppo di questo settore, attraverso la creazione di una rete di laboratori di analisi focalizzata al centro-sud Italia.

Il settore dei laboratori diagnostici in Italia vale oggi circa 4,6 miliardi di euro e registra un trend positivo, favorito anche dall'invecchiamento della popolazione, dalla diffusione di malattie croniche, oltre che dalla maggiore attenzione riservata al tema della prevenzione.

ALESSANDRO BINELLO
Managing partner di Quadrivio

Si tratta dunque di un mercato ad altissimo potenziale di sviluppo, ancora costituito da numerose realtà di medio piccole dimensioni, spesso a gestione familiare, e contrad distinto da un elevato livello di frammentazione.

PureLabs, con il supporto di Silver Economy Fund, intende contribuire al consolidamento dell'intero settore. La strategia di sviluppo prevede l'acquisizione e il rafforzamento di tali strutture, al fine di farle convergere in un unico gruppo, coinvolgendo gli stessi titolari di laboratori, valorizzando le professionalità locali e sviluppando servizi sanitari di prossimità all'avanguardia. Un piano di aggregazione e digitalizzazione dei servizi, che consentirà di aumentare l'efficienza dei servizi offerti, nonché di promuovere sinergie ed economie di scala.

L'obiettivo finale è la creazione, da qui ai prossimi 5 anni, di un player di settore leader nel mercato dei laboratori diagnostici. L'investimento si concentrerà in particolar modo nel centro sud, dove oggi si registra un maggiore grado di frammentazione. Una realtà capace di erogare tutti gli esami diagnostici, da quelli di routine a quelli più specialistici, attivando partnership e adottando un approccio sempre più digitalizzato e fortemente orientato alla creazione di reti autonome su scala regionale. L'attuale pipeline include oltre 50 laboratori target, i cui soci potranno entrare nel progetto PureLabs.

L'operazione PureLabs è stata seguita dal team di Silver Economy Fund, guidato da Galeazzo Scaramipi - managing partner del fondo, con il supporto di Stefano Malagoli - partner, e di Dario Di Iorio – senior investment manager. Per gli aspetti legali Quadrivio Group è stata assistita dallo Studio Molinari Agostinelli. Purelabs è stato assistito da Bonelli Erede e da Dentons.

—**C.Fe.**

©RIPRODUZIONE RISERVATA

IL NETWORK DIGITALE CHE TI CONNETTE AL TUO MONDO DI RIFERIMENTO.

24 ORE System, concessionaria pubblicitaria crossmediale del Gruppo 24 ORE, offre la possibilità di pianificare tutte le tipologie di advertising.

Il nostro network digitale permette ai clienti di comunicare i contenuti editoriali tematici ed estremamente autorevoli, raggiungendo ogni mese, attraverso i nostri 8 mondi di riferimento, oltre la metà della popolazione digitale italiana*.

24oresystem.ilsole24ore.com

*Fonte: Audweb marzo 2022

BREVI

INTESA SANPAOLO

Miglior banca Ue per investor relations

Intesa Sanpaolo è stata premiata con l'IR Magazine Awards 2022 come migliore società cross-sector europea e - per il secondo anno consecutivo - migliore istituzione finanziaria europea per le relazioni con gli analisti finanziari e gli investitori. Marco Delfrate e Andrea Tamagnini, sono stati premiati come migliori Investor Relations Officer europei cross-sector. Il premio è conferito annualmente da oltre tre decenni dalla rivista specializzata IR Magazine sulla base delle valutazioni espresse da analisti finanziari e investitori.

TECMA

Al via nuove nomine nel gruppo

Il cda di Tecma Solutions S.p.A. ha nominato Giorgio Vago nuovo Chief Financial Officer e Veronica Carullo nuovo Investor Relation Manager della società.

CARY GROUP

Vola su Opa targata Cvc e Nordic Capital

Cary Group decolla alla Borsa di Stoccolma sulle ali dell'Opa lanciata da Cvc Funds e Nordic Capital. Il titolo della società specializzata nella riparazione e nella sostituzione di vetri di auto ha messo a segno un progresso del 60,25% a 64,80 corone, allineandosi al prezzo d'Opa. Cary ha reso noto di avere ricevuto un'offerta di acquisizione che valuta la società 8,57 miliardi di corone (circa 800 milioni di euro), cioè 65 corone per azione.

DALLA FINANZA

L'Agricole svela i piani in Italia per il credito al consumo

Retail

Presentata a Le Village di Milano la strategia di Crédit Agricole Consumer Finance, la branch del Gruppo Crédit Agricole specializzata nel credito al consumo. Presente in 19 paesi, lavora ogni giorno con 15 milioni di clienti ed è presente in Italia con Agos (leader in Italia nel credito al consumo partecipata per il 61% da Crédit Agricole Consume Finance e per il 39% da Banco Bpm e guidata dall'Amministratore Delegato e Direttore Generale, François-Edouard Drion) ed FCA Bank (Joint venture paritetica tra Stellantis e Crédit Agricole Consume Finance). L'incontro ha visto gli interventi di Stéphane Priami, ceo di Crédit Agricole Consumer Finance, e di Flavio Salvischiani, deputy ceo di Agos: «Vogliamo essere leader della mobilità verde in Europa - ha sottolineato Priami -. Riteniamo che il noleggio a lungo termine sarà la principale modalità di acquisto per le auto elettriche, non solo per le grandi aziende che già oggi lo utilizzano, ma anche per le PMI e per i privati». «Crediamo che questa formula coinvolgerà sempre più anche il settore delle moto», ha aggiunto Flavio Salvischiani.

—**R.Fi.**

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Banco Desio socio di Anthilia: entrata nella Sgr con il 15%

Credito

Ottenute le autorizzazioni previste, è stata data esecuzione agli accordi di partnership per l'ingresso di Banco Desio nel capitale sociale di Anthilia. Come previsto dall'accordo sottoscritto il 4 novembre 2021 tra Banco Desio, Anthilia e la sua controllante Anthilia Holding, infatti, l'Istituto ha sottoscritto e liberato l'aumento di capitale deliberato dalla Sgr e riservato in sottoscrizione a Banco Desio per complessivi 4,6 milioni circa. Ad esito della sottoscrizione e liberazione di tale aumento di capitale, Banco Desio risulta titolare di una quota di partecipazione pari al 15% del capitale sociale della Sgr. Sempre in base agli accordi, la Sgr ha emesso e assegnato a Banco Desio complessivi 1.354.144 warrant convertibili in azioni ordinarie della società, subordinatamente al raggiungimento da parte di Banco Desio di determinati obiettivi commerciali al 31 dicembre 2024. A servizio della conversione dei warrant in azioni ordinarie, la Sgr ha deliberato un aumento di capitale a pagamento per complessivi 20.000.000 euro, anch'esso riservato in sottoscrizione a Banco Desio. Ad esito della eventuale conversione dei warrant, Banco Desio potrà quindi incrementare la propria partecipazione attestando così il proprio investimento ad una quota di partecipazione pari al 30% del capitale.

©RIPRODUZIONE RISERVATA