

Rassegna del 19/09/2009

- SOLE 24 ORE CASA&CASE - Girotrivando - Veneto/1 L'arredamento va in scena a Verona - ... 1
- SOLE 24 ORE CASA&CASE - Il design e la moda vanno meglio a braccetto - Marchesini Evelina 2



VENETO/1

L'arredamento va in scena a Verona

Grandi novità per la XXIV .
edizione di Abitare il tempo,
appuntamento annuale che **si
concluderà lunedì 21
settembre** presso la fiera di
Verona, a partire dal progetto
esterno di 15mila mq
(nell'area situata nel piazzale
antistante i padiglioni),
interamente dedicato
all'arredamento outdoor, a
cura di Frassinago Lab.

Tendenze. Mi Milano prêt-a-porter si apre venerdì 25 settembre all'insegna di un concept innovativo con forte interazione tra fashion e home decor

Il design e la moda vanno meglio a braccetto

di **Evelina Marchesini**

Interrogativo: è la moda a essere entrata prepotentemente nel mondo dell'arredamento o è l'inverso, cioè è quest'ultimo a conquistare sempre più spazi nell'esclusivo universo del fashion? Libera risposta e libera interpretazione, ma di certo le contaminazioni incrociate hanno segnato una svolta nelle abitudini di vita dei consumatori, acquirenti di immobili, mobili o monili che siano.

A dare una sorta di sigillo ufficiale alle sempre maggiori interazioni tra fashion e home design sarà "Mi Milano prêt-a-porter" che si svolgerà dal 25 al 28 settembre a FieraMilanoCity (Portello), in pratica il rifacimento della vecchia MilanoVendeModa, il cui concept completamente nuovo si basa sull'interazione tra la moda - protagonista - l'arte, il design e il food. Aperta al pubblico (anche se solo in parte), ospiterà nell'area design aziende simbolo dell'arredamento. Per esempio, sarà presente Moroso, marchio leader nel comparto divani, poltrone e complementi d'arredo che si avvale della collaborazione di un pool di designer tra cui Ron Arad, Patricia Urquiola, Ross Lovegrove, Konstantin Grcic, Alfredo Häberli, Tom Dixon, Javier Mariscal e Marcel Wanders. Ci sarà poi Artemide che illuminerà l'area tendenza con l'installazione dell'innovativo sistema di illuminazione a sorgente *Rgb led coldiod tube light*, creando atmosfere con i colori di tendenza per la prossima stagione primavera-estate 2010.

Giorgio Armani, Roberto Cavalli, Gianni Versace, Moschino, Missoni, Krizia hanno prima dettato legge in tema di moda e costume per poi votarsi al *must* del nuovo millennio, l'*home decor*, più recentemente e

più democraticamente percorso da altri *fashion symbols* come Zara e Diesel. Quando l'immobiliare deve testimoniare universalmente la propria vocazione di alta gamma, soprattutto all'estero, la via obbligata è proprio questa: grattacieli, hotel, appartamenti sopra i 10mila euro al metro quadro "devono" avere oggetti d'arredo unici, disegnati e firmati dalle griffe della moda. Il *lifestyle brand* a 360 gradi - ovvero, ti vesti dalla testa ai piedi, ti profumi e ti arredi anche la casa - è una via ormai irrinunciabile, soprattutto in termini di ritorni economici, della moda. Poco importa chi abbia contaminato l'altro, perché il *deco-stylist* e il produttore di griffe a braccetto camminano decisamente più spediti.

MARCHI ITALIANI

Alla manifestazione spazio ai produttori di arredamento come Moroso e Artemide, mentre le griffe spingono il *lifestyle brand* a 360 gradi



Colore. Un pezzo della collezione 2009 di Moroso

Rassegna del 19/09/2009

MILANO FINANZA ED. EMILIA - Il bis di Arquati - Catellani Stefano

1

ARREDAMENTO Due imprenditori, Stefano Calza e Carlo Fagioli, per rilanciare il gruppo parmense, specializzato in tende da sole. Che festeggia cinquant'anni di attività

Il bis di Arquati

di Stefano Catellani

Arquati riparte da due. Dall'imprenditore parmigiano Stefano Calza e dal reggiano Carlo Fagioli, che hanno rilevato da Synergo (il fondo chiuso Sinergia con Imprenditori di Gianfilippo Cuneo e Paolo Zapparoli) un marchio ancora famoso nel mondo delle tende da sole e delle cornici per l'arte. Una società che nel 1997 era approdata in Borsa e che può diventare di nuovo un punto di eccellenza del made in Italy nell'arredo casa e uffici.

Nel 2001 la Arquati era leader europeo nel settore dell'arredo per finestra, con una forte presenza a livello mondiale nella produzione e commercializzazione di cornici per l'arte, e fatturava 170 milioni di euro. La nuova Arquati riparte dal Sun e T&T di Rimini, il doppio salone fieristico dedicato all'outdoor (che si svolgerà dal 8 al 10 ottobre) con l'obiettivo di tornare in fretta a un fatturato di almeno 50 milioni.

Al lavoro per il rilancio sono entrati a pieno ritmo Stefano Calza (Uniongas e la MB Group, che produce tende come la Arquati e ha la base operativa a Follo di La Spezia) e Carlo Fagioli che

alla Snatt (azienda logistica con base a Campegine) abbina il controllo della Aliani Trasporti a Fidenza (trasporti eccezionali e montaggi-posizionamenti in Italia e all'estero). Insieme (sono soci al 50%) puntano a nuovi investimenti mirati per lo sviluppo dell'azienda.

Una svolta decisa nella linea discendente iniziata nella primavera del 2002 con la morte di Franco Arquati, che si concluse con la Prodi Bis, il risanamento e l'ingresso di Sympa (il Fondo Sinergia con Imprenditori insieme alla milanese Parà, le tende Tempotest, al Fondo MPS Ventures e al management) che lascia dopo meno di tre anni. Entrano due imprenditori emiliani e anche le istituzioni locali (partendo da presidente della Provincia Vincenzo Bernazzoli) hanno dato la loro disponibilità a continuare ad accompagnare la Arquati in questa nuova partendo che valorizza il territorio parmense.

Tante saranno le novità firmate Arquati, partendo dalla linea Privilege (la tenda diventa un nuovo oggetto di design) che sarà in vetrina a T&T-Tende & Tecnica (7-10 ottobre) a Rimini Fiera. la

quinta Biennale internazionale dei prodotti e soluzioni per protezione, oscuramento, risparmio energetico e sicurezza delle abitazioni.

Arquati nel 2010 celebrerà i primi 50 anni con «una nuova vita». Il gruppo di Sala Baganza, nel parmense, si posiziona nei mercati delle tende da sole e da interni, del-

le tende tecniche e delle cornici per l'arte con diversi marchi (Arquati, Profil, Arkit, Resstende, Lazzaris,

Picoglass, Top Art, Galleria del Manifesto). In Italia il lavoro parte dalla rete commerciale (circa 300 show room monomarca, 80 grandi distributori e 600 punti vendita). Nel corso del 2007 aveva realizzato un fatturato

superiore ai 40 milioni. All'estero è attiva in diversi paesi, fra i quali gli Stati Uniti, la Repubblica Ceca, il Portogallo, la Grecia, il Belgio e la Spagna. (riproduzione riservata)