

Gentleman + Ladies
due riviste a soli € 3,50

Marketing Oggi

Gentleman + Ladies
due riviste a soli € 3,50

IL QUOTIDIANO DEI PROFESSIONISTI DI MARKETING, MEDIA E PUBBLICITÀ

Al via a Fiera Milano il salone internazionale dell'oggettistica. Nel 2012 torna la crescita (+8,9%)

Una bottega hi-tech per la casa Al Macef il negozio del futuro tra innovazione e nostalgia

DI FRANCESCA SOTTILARO

Una bottega del futuro innovativa e anche un po' nostalgica, che sposi online e accoglienza tradizionale è una delle proposte del Macef per rilanciare l'universo dei marchi dell'oggettistica per la casa e la decorazione.

Sotto l'ombrello del salone internazionale del decor, di scena a Fiera Milano da domani al 12 settembre, i riflettori si spostano dall'artigianato alle grandi firme, anche dell'outdoor, per passare direttamente ai negozi, «oggi alla ricerca di una nuova identità», spiega Marco Seriola, direttore Exhibitions di Fiera Milano.

Se il settore è trainato soprattutto dall'export, che vale il 70% del fatturato (770 milioni di euro, secondo i dati dei fabbricanti dei casalinghi Fiac), i problemi dei dettaglianti della casa riguardano «da 12/18 mesi questioni relative al credito nei confronti delle banche», sottolinea il manager di Fiera Milano. E, a seguire, il magazzino: «L'invenduto costringe a non fare acquisti e spesso a non presenziare le fiere. E il calo dei buyer a Macef, a fronte di compratori stranieri da 110 paesi, riguarda soprattutto le insegne del Sud Italia», aggiunge Seriola.

Alcune aziende, come la fiorentina **Marioluca Giusti** (si veda box a fianco) specializzata in oggetti per la tavola, hanno studiato consegne e riordini online «entro due giorni» spiega l'omonimo imprenditore, «per non mettere in difficoltà i punti vendita di piccole dimensioni», ma è l'intero comparto a chiedere un cambiamento.

«Serve forza nell'innovare», ha sottolineato ieri il presidente di Fiera Milano **Michele Perini**, alla presentazione di Macef, «e questo nonostante una congiuntura e dei piani di governo infelici quanto a politiche economiche e di lavoro».

E all'innovazione «mista a nostalgia» si ispira il progetto e l'incontro di domani *Il futuro è qui Vicino*, a cura di **Maurizio de Caro**, architetto milanese dell'omonimo studio che aprirà i lavori sulla «bottega di vicinato». Uno spazio che, in controtendenza rispetto alle polarizzazioni dei grandi nomi nel centro, do-



Michele Perini
e, sotto, due progetti
dello Studio
Maurizio de Caro
architects & planners



italiana della casa che secondo il censimento di **Gfk Retail & technology**, commissionato da Macef e Art (Associazione nazionale rivenditori prodotti della tavola) annovera 4.836 negozi con una media di due addetti. Negozi aperti a fare cambiamenti strutturali (oltre la metà ha effettuato lavori di ristrutturazione negli ultimi dieci anni, e il 18% ha meno di cinque anni di vita), ma ancora indietro nella comunicazione e negli eventi: in media solo il 17% dei censiti da Gfk organizza dimostrazioni.

Nonostante la crisi tiene il numero degli espositori del Macef: 1.544, per le aree casa e anche bijoux, di cui il 20% stranieri. In particolare, la sezione Opera italiana ospiterà 67 aziende rappresentative dell'eccellenza made in Italy, quella Home garden risponde al boom del settore fuori/dentro casa (1,2 mld di euro il giro d'affari dell'outdoor, ndr), e AbitaMi lab si occuperà anche di innovazione possibile in collaborazione con Adi, Associazione per il disegno industriale.

Una ventata di novità che potrebbe rivitalizzare tutto il panorama della distribuzione

Giusti: svecchiando la tavola fatturato a +70%

Mettere un nuovo vestito al design anonimo e sempre esistito sulle tavole degli italiani può portare buoni frutti alle aziende. Lo dimostra il caso del marchio Seletti, che dopo aver trasformato i vassoi di pasticceria in porcellana o le bottiglie del vino argentate in pezzi da design è arrivato all'arredo casa. E ancora di più l'avventura del marchio e dell'imprenditore fiorentino Marioluca Giusti, un passato nella moda e nelle calzature e una virata nel mondo dell'oggettistica per la casa, trasformando i cristalli delle tavole di lusso (bicchieri, brocche e affini) in oggetti alla portata di tutti con l'uso della melamina trasparente e colorata o dell'acrilico.

«L'operazione di svecchiamento», ha portato a una crescita del fatturato del marchio del 70%, nel 2012 a quota 3 milioni di euro, a un boom dell'export e, presto, un passo forte nella casa e nel retail: «A gennaio presenteremo al Macef una libreria per la casa», spiega Giusti a *ItaliaOggi*, «e dopo la prima bottega fiorentina che sarà inaugurata a ottobre, apriremo dieci negozi, da Milano a Lecce fino a Porto Cervo». Investimento totale: 2 milioni di euro.

Il segreto per crescere sul mercato? «Studiare annualmente collezioni della tavola moderna, diverse per materiali, colori e oggetti, come accade nella moda», sottolinea Giusti, «questo ci permette di rispondere a un mercato avido di novità, come è quello della casa, dove tocca reinventarsi continuamente».

Anche per Giusti, come nel negozio del futuro pensato da Macef, innovazione e tradizione si parlano: «A differenza di altri produttori che hanno deciso di sposare nuovi materiali e forme avveniristiche, abbiamo riprodotto quello che c'era nell'immaginario di tutti i giorni a un prezzo accessibile: le alzate della nonna, il lazy susy (centrotavola girevole, ndr), i bicchieri di cristallo i candelieri o le brocche pesanti».

Dopo aver modernizzato il desco made in Italy, sono arrivate le richieste dall'arredo casa straniero (dalla Cina agli Stati Uniti) e da settori inaspettati, ultimo quello della nautica dove il marchio è ospitato sui migliori yacht, da quello privato della famiglia Cipriani a quelli del cantiere Wally.

«A oggi abbiamo un catalogo di 150 articoli moltiplicato per sette colori», sottolinea l'imprenditore, «e per facilitare ancora di più gli ordinativi in un momento non facile per i negozi, abbiamo creato un servizio di consegna in due giorni in tutta Italia. In questo modo il cliente non ha mai bisogno di fare un enorme assortimento, ma può ordinare anche una volta la settimana».

© Riproduzione riservata

Alcuni articoli della linea
Marioluca Giusti



© Riproduzione riservata