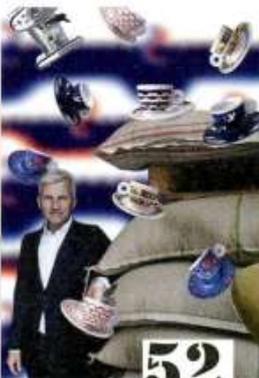


INdice

8 settembre 2016

In copertina Una galassia che raccoglie i personaggi presenti in questo numero dedicato a Fashion, Food e Furniture. Temi: Internazionalità, l'imprenditoria al femminile, la trasversalità dei brand Produzione Immagine Maurizio Barberis



Photographing

FONDAZIONE PRADA

- 16 L'OPERA DI NASTIO MOSQUITO
- BIENNALE ARCHITETTURA
- 18 INSTALLAZIONE DI MARCO PIVA
- NONOSTANTEMARRAS
- 20 RISTORANTE POP UP

Focusing

INTERNAZIONALITÀ

- 21 RE GIORGIO CAMBIA CASA, GIORGIO ARMANI
- 23 CAMPIONI DEL MONDO, ALBERTO BALDAN
- 25 UN VIAGGIO IN OTTANTA PAESI, CARLO MOLteni
- 26 CONTRACT E FAR EAST NEL MIRINO, ANGELO MERONI
- 29 IL TOP DI GAMMA ABBATTE I CONFINI, GIOVANNI DEL VECCHIO
- 31 DI QUÀ E DI LÀ DALL'ATLANTICO, DEMETRIO APOLLONI
- 33 LUCIDA VISIONE, BARBARA MINETTO E EUGENIO PERAZZA
- 34 OBIETTIVO MIDDLE EAST, ALESSANDRO PEISINO
- 37 ELISIR DI GIOVINEZZA, ALEXANDER SCHARER
- 38 RIVOLUZIONE A QUATTRO RUOTE, FABRIZIO LONGO

STORYTELLING

- 41 I TALENTI DELLE DONNE
- 42 INTUITO E PASSIONE, RENATA POZZOLI E CAROLA BESTETTI
- 43 AFFINITÀ DI GUSTO, FRANCESCA DI CARROBIO
- 44 WORLD ATLAS BOOK, ALESSANDRA STEFANI
- 45 FATTI D'ACQUA, DANIELA FANTINI
- 46 LA PELLE DELLE DONNE, GIOVANNA MODONUTTI E FEDERICA DI FONZO

TRASVERSALITÀ

- 48 TUTTO È CREATIVITÀ, STEFANO BERALDO
- 49 IL PROFUMO DELLA VITA, DANIEL LIBESKIND
- 50 SETTE BRAND UN UNICO STILE, ANDREA ROSSO
- 52 UN'ESPERIENZA BELLA E BUONA, ANDREA ILLY
- 53 UN MONDO FANTASTICO, FEDERICO LUTTI
- 54 STRATEGIE DI RILANCIO, SIMONE BOCCHIO
- 55 SEGNI NELLO SPAZIO, MARCO PAGONNCELLI

INSide

INTERIOR

- 56 RIFLESSI DI MODA
- 58 CI VEDIAMO IN VIA BORGOGNA
- 61 L'ARTE E LO STILE



FocusING INTERNAZIONALITÀ

Lema genera il 60% dei ricavi all'estero e la quota continuerà a salire. Dalla Cina all'India passando per Londra, l'azienda investe scegliendo con cura i partner distributivi.

di Adriano Lovera

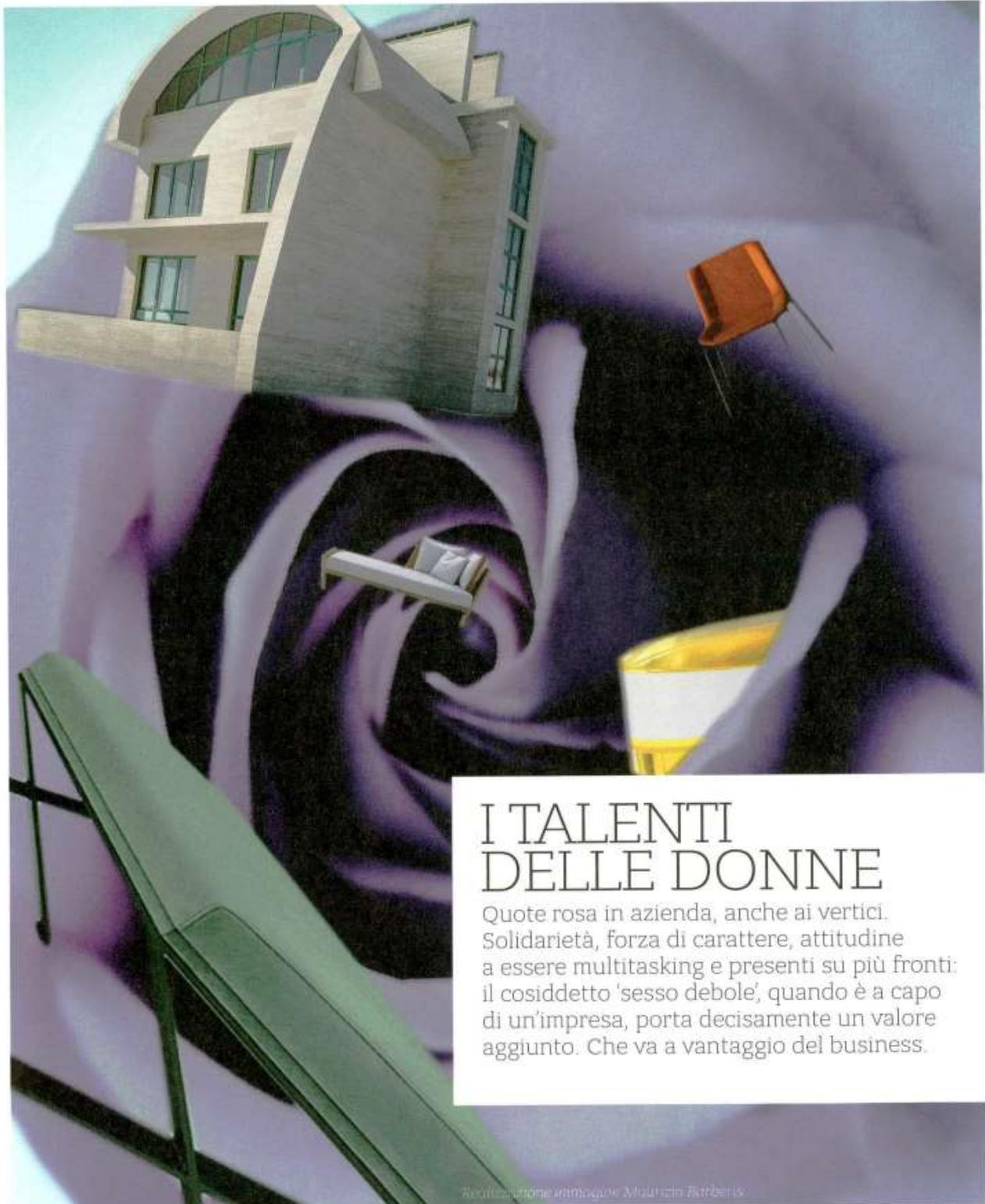
CONTRACT E FAR EAST NEL MIRINO

Investimenti sulla distribuzione, spinta verso Oriente e sempre più attenzione al contract. Lema, 200 dipendenti e 60 milioni di ricavi, ha ben chiara la strategia per crescere ancora sui mercati esteri, visto che la domanda interna, per quanto copra sempre il 40% del fatturato, langue ancora. "Nei Paesi maturi come Stati Uniti e Germania i risultati sono buoni, ma ci aspettiamo grandi cose dal Far East, con un occhio particolare alla Cina, che fino a qualche tempo si temeva per il problema delle copie dei nostri prodotti, mentre oggi rappresenta un'opportunità", ragiona Angelo Meroni, presidente del gruppo. Lema ha da poco aperto un flagship a Pune, in India, con un prestigioso partner locale attivo nel real estate, e rafforzato la presenza in Australia (con l'apertura del nuovo flagship di Sidney e il rinnovo dello store di Melbourne) insieme con uno dei principali retailer del Paese. "Trovare il partner giusto e organizzare una distribuzione strutturata è il tema determinante di oggi. Qualunque sia lo spazio in cui si inserisce il prodotto, monomarca o pluri, ogni marchio ha bisogno della giusta riconoscibilità", aggiunge il presidente. E su questo occorre investire. Lema, per esempio, ha condotto uno sforzo importante, l'anno scorso, per il nuovo flagship store di Londra, il primo di proprietà diretta del gruppo. Ma accanto al retail, altro driver strategico è quello del contract, quasi inesistente in Italia, iper promettente all'estero. "In Italia chi acquista una casa conserva l'abitudine di volerla arredare. Altrove, per esempio in Medio Oriente, i maggiori sviluppatori propongono appartamenti già corredati degli spazi più tecnici, come cucina, armadi, cabine-armadio e bagni. E questo viene visto dal mercato come un valore aggiunto, soprattutto quando si tratta di arredi made in Italy". Grazie alla divisione Contract, Lema è in grado di gestire importanti commesse per progetti customizzati soprattutto per quanto riguarda l'hotellerie. A oggi Lema Contract rappresenta il 50% del fatturato del gruppo e i dati riferiti ai mercati esteri sono anche superiori.

Bergere Lady Jane di Christophe Pillet, dormeuse Eydo di Francesco Rota, divano Kaiwa di Matteo Nunziati, tutto di Lema. Sotto, Angelo Meroni presidente della storica azienda d'arredo. (Immagine Henry Thoreau)

Lema ha un fatturato di gruppo intorno ai **60 milioni** di euro, generati dalle divisioni casa, contract e ufficio. I ricavi provengono per il **40%** dall'Italia e per il **60%** dall'estero. Conta su circa **200 dipendenti** ed è presente in **65 Paesi** nel mondo.

FocusING STORYTELLING



I TALENTI DELLE DONNE

Quote rosa in azienda, anche ai vertici. Solidarietà, forza di carattere, attitudine a essere multitasking e presenti su più fronti: il cosiddetto 'sesso debole', quando è a capo di un'impresa, porta decisamente un valore aggiunto. Che va a vantaggio del business.

Realizzazione immagine Maurizio Zamboni



INTUITO & PASSIONE

*Nell'immagine, alcuni prodotti della nuova collezione **Living Divani** in alto lo sgabello **Imago** di Mikael Pedersen, al centro, i tappeti della **Kumo Collection** di Mist-o; a destra, lo specchio **Galileo** di Mario Ferrarini. Sotto, le sedie **Wing** di Francesco Rota.*

*Virtù femminili condivise dalla fondatrice di **Living Divani**, Renata Pozzoli, e dalla figlia, Carola Bestetti. Due generazioni, un unico stile imprenditoriale.*

di Antonella Galli

Il sole e la luna, ma solo apparentemente. Renata Pozzoli e la figlia Carola Bestetti condividono la conduzione di Living Divani, azienda di imbottiti e complementi fondata da Renata nei primi anni Settanta con il marito Luigi Bestetti. Oggi sono tutti e tre in azienda, un'impresa familiare d'eccellenza, grazie anche all'art direction di Piero Lissoni, che collabora dal 1988. Tra Renata e Carola intercorre la linea direttissima del passaggio generazionale: Renata ha creato l'azienda ("che posso considerare la prima figlia", ammette) e l'ha fatta crescere; oggi supervisiona tutto, in particolare la commercializzazione, Carola, che segue

comunicazione e sviluppo prodotto, oltre allo scouting di nuovi designer, ha il compito di transitare l'azienda nell'era di internet e della globalizzazione. Entrambe imprenditrici, entrambe mamme, un doppio ruolo ancora difficile. Racconta Renata, con la determinazione che la contraddistingue: "Avevo l'ambizione di creare un brand di qualità e design, ci ho messo l'ostinazione tipica femminile. Allevare due figlie e far crescere un'azienda ha richiesto un'energia pazzesca, a ripensarci non so come ho fatto. Mia figlia non sembra molto diversa". Carola, dal tratto gentile, ammette: "I frutti non cadono lontano dall'albero: sono una mamma che lavora e ora capisco certe scelte dei miei genitori. Ammetto di sentirmi ugualmente coinvolta nel lavoro". Carola ha avviato collaborazioni con nuove leve, da Victor Vasilev a Mario Ferrarini, dai Mist-o a David Lopez Quincoces, per una serie di raffinatissimi complementi, che chiudono il cerchio attorno agli imbottiti, core business dell'azienda. È il gancio con il futuro, per continuare una storia di successo.

Living Divani ha **55 dipendenti**, nel 2015 ha fatturato **16,2 milioni** di euro, registrando un incremento del **15%**. L'Italia è il primo mercato, con una quota del **15%**, mentre dall'export deriva il **85%** del fatturato, e in particolare dall'Europa (Germania in primis) e Nord America (Usa e Canada). La rete di distribuzione è basata su **450 punti vendita** di fascia alta.