

## CATELAN PUNTA SU CORNER ESTERI



Giorgio Cattelan con i figli Lorenzo e Paolo

Dopo aver chiuso il 2013 con un fatturato di 45 milioni di euro, l'azienda italiana di arredamento di alta gamma Cattelan è pronta a mettere in atto una strategia distributiva che vedrà l'apertura di numerosi corner all'interno di negozi multimarca. "Attualmente - spiega il presidente e AD di Cattelan Italia, Giorgio Cattelan - siamo presenti nel mondo in circa 2.500 multibrand. Per quanto riguarda i monomarca, non di proprietà, tra le più recenti aperture ci sono 2 store in Israele, 3 in Cina e 1 nelle Filippine. Tra i corner Cattelan worldwide se ne annoverano a Los Angeles, Dallas, Montreal, Panama, Dubai e due a Londra, di cui uno all'interno di Harrods".

La forte presenza all'estero spiega perché la quota export rappresenti il 75% del fatturato. Tra i Paesi esteri è la "ex Unione Sovietica" a detenere il primato con una percentuale dell'8% sul fatturato totale.

Anche l'acquisito brand **Arketipo** ha influito sul trend positivo registrato dall'azienda. "Arketipo - prosegue Cattelan - ha consentito di completare l'offerta raggiungendo un target più alto. Il brand **Arketipo** ha, infatti, registrato una crescita del 15% di fatturato nel 2013 rispetto al 2012. Rimane una realtà distinta rispetto a Cattelan Italia e incide sul fatturato per il 20%". Le prospettive per l'anno in corso sono positive, oltre al buon andamento di Cattelan il marchio **Arketipo** sta continuando a crescere anche nei primi 2 mesi del 2014, registrando un +25%.

## H&M HOME SI FA STRADA IN EUROPA

Dopo la recente apertura spagnola, il brand low cost dell'arredo made in Svezia H&M Home sarebbe pronto ad espandersi in territorio francese entro il 2014, o almeno è quanto emerge da indiscrezioni di stampa.

La collezione H&M Home, che propone design per interni con una gamma di tessuti per la casa, è stata lanciata nel febbraio del 2009 attraverso il catalogo via mail di H&M e il servizio di shopping online sul sito hm.com, nei mercati dove il catalogo e l'e-commerce erano già presenti. I negozi H&M Home si trovano solo in alcuni mercati come, tra gli altri, Svezia, Regno Unito, Germania, Spagna, Stati Uniti, Messico, Australia e Cina.

La collezione del brand, che rispecchia il business concept di H&M "moda e qualità al miglior prezzo", si declina in differenti concept legati alle stanze della casa: soggiorno, camera da letto, bagno e cucina.

## DESIGN È, PROGETTO INTEGRATO IN VISTA DI EXPO 2015

Un programma di iniziative pensato per promuovere il design come strumento di attrattiva del territorio in vista di Expo e settore strategico per la competitività del sistema economico. Tutto questo si chiama "Design è", un progetto integrato che vede la collaborazione di Regione Lombardia, Comune di Milano, ADI - Associazione per il Disegno Industriale e FederlegnoArredo e per il quale è stato stanziato oltre un milione di euro sul biennio 2014-15. "Vogliamo valorizzare e promuovere la ricerca e il design italiano nell'area urbana di Milano - ha commentato il Sindaco di Milano Giuliano Pisapia - suo luogo d'origine, quale fenomeno sociale ed economico e fattore strategico per la riconoscibilità del gusto italiano nel mondo". Tra le prime iniziative a partire è la Mostra del XXIII Compasso d'Oro, il più prestigioso riconoscimento assegnato al miglior design italiano, che vedrà esposti oltre 400 prodotti frutto della selezione degli ultimi tre anni di ADI Design Index e che avrà luogo dal 2 aprile negli spazi delle ex Officine Ansaldo. Grande attenzione è rivolta poi ai giovani, ai quali si rivolge il progetto regionale Design Competition, un'iniziativa rivolta agli under 35 che prevede la collaborazione con le imprese lombarde come occasione di visibilità per i giovani e di innovazione per le imprese stesse. Il progetto vedrà la partecipazione fattiva di ADI e FederlegnoArredo sia nelle fasi attuative, sia nelle iniziative di comunicazione.

## ETRO HOME GIUNGE A MILANO

Aprono in via Pontaccio 17 a Milano la nuova boutique e il nuovo showroom Etro Home. Lo spazio, realizzato all'interno di un palazzo ottocentesco, si sviluppa su tre piani. Al negozio sono destinati 206 metri quadri mentre allo showroom 440 metri quadri. La boutique è stata concepita come un atelier-galleria completamente aperto, in cui grandi archi collegano gli ambienti. Il debutto della prima capsule collection di mobili Etro avverrà contestualmente all'inaugurazione dello spazio in occasione dell'apertura Salone del Mobile, la sera dell'8 aprile. Durante la settimana del design una delle 8 vetrine dello store ospiterà l'installazione "Beyond Black" firmata da Analogia Project.



Etro Home, Via Pontaccio 17 - angolo Viale Fick - Milano