

Imprese & Territori

Tornano le fiere: Pitti Uomo riapre ai buyer in sicurezza

Moda

Fissate le regole di accesso alla Fortezza da Basso, attesi 7-8mila compratori

Clima di cauto ottimismo con la piattaforma digitale attiva fino a settembre

Silvia Pieraccini

Firenze

Dopo il lungo letargo imposto dal Covid, che per 18 mesi ha costretto a edizioni solo digitali, le fiere italiane ripartono "in presenza" col via libera governativo. Ad aprire le danze saranno, a fine mese, i saloni di Pitti a Firenze: prima i Filati (28-30 giugno alla Stazione Leopolda), poi il più internazionale e affollato Pitti Uomo (30 giugno-2 luglio alla Fortezza da Basso), leader nella moda maschile, in contemporanea con Pitti Bimbo.

Date, durata, format e presenze sono rivoluzionati dalla pandemia. «Finalmente ripartiamo: siamo felici che torni un'occasione fondamentale per confrontarsi sul settore e sviluppare progetti» dice presentando via web le rassegne Claudio Marenzi, presidente della società organizzatrice Pitti Immagine. La presenza fisica degli espositori andrà a braccetto con la presenza online, sulla piattaforma Pitti Connect che è già aperta e lo rimarrà fino a settembre, perché «il digitale servirà anche in futuro per raggiungere operatori che non potranno venire a Firenze».

I numeri della ripartenza sono, com'è scontato, assai inferiori al passato ma l'intensità delle fiere sarà la stessa grazie anche a un programma di eventi che, per problemi

di sicurezza, si svolgerà tutto all'interno delle sedi espositive (dove si entrerà con certificazione della prima dose di vaccino fatta da almeno 15 giorni; attestazione di aver avuto il Covid; o tampone negativo fatto nelle 48 ore precedenti). «Ci saranno tutte le garanzie di sicurezza», ripetono gli organizzatori. Pitti Uomo, alla 100esima edizione, esprimerà le collezioni per la primavera-estate 2022 di 315 marchi, di cui 84 esteri; Pitti Bimbo ospiterà 74 marchi, di cui 29 stranieri; Pitti Filati sarà quasi "normale" dal punto di vista degli espositori, con 77 marchi di cui otto esteri. «Ci aspettiamo settemila-ottomila compratori - spiega Raffaele Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine - soprattutto italiani ma anche da Europa, Stati Uniti e Russia. Dall'Oriente, purtroppo, non si potrà venire per gli obblighi di quarantena». I mercanti, a partire da quello italiano, stanno dando segnali di risveglio, dopo un 2020 difficile e un 2021 sottotono: «Francia e Spagna stanno reagendo - sottolinea Napoleone - sulla Germania non abbiamo ancora dati. Ma nel complesso vediamo un ottimismo cauto».

L'ospite speciale di Pitti Uomo sarà il designer sudafricano Thebe Magugu. La Fortezza ospiterà gli shooting live di alcuni marchi di punta della fiera (Caruso, Herno, Kiton, Pierre Louis Mascia, Stefano Ricci) interpretati da giovani fotografi. Torna il progetto Sustainable Style con 15 brand giovani e debutta la collaborazione con Assopelle che attraverso un'installazione in Fortezza presenterà Mipel Lab, la nuova fiera dei calzisti in programma il prossimo settembre a Milano insieme con Lineapelle. Infine nei giorni del Pitti Uomo Gucci celebrerà il suo centenario aprendo gli archivi nella storica sede fiorentina di via delle Caldaie.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

A Florence i tessuti jersey di Manifatture Cesari

Poli produttivi

Quarta operazione in otto mesi del gruppo guidato da Francesco Trapani

Giulia Crivelli

Forse la vita italiana alla costruzione di poli della moda e del lusso è quella scelta da Gruppo Florence, nato nell'ottobre 2020 come progetto industriale e promosso da un pool di società di private equity (Vam Investments, Fondo italiano d'investimento e Italmobiliare). Le acquisizioni fatte finora (Giuntini, Ciemeci Fashion e Mely's Maglieria, tutte in Toscana), quella appena annunciata e quelle future mirano tutte a creare un polo produttivo per l'abbigliamento di lusso in Italia. Anzi, il primo polo produttivo di questo tipo, che si distingue dalle società o gruppi che hanno puntato sull'acquisizione di marchi, come i colossi francesi Lvmh e Kering e, in Italia, Prada e OtB.

Alle tre aziende toscane, specializzate, rispettivamente, in outerwear, maglieria e abbigliamento in pelle, si aggiunge Manifatture Cesari, azienda umbra da 170 milioni di ricavi, nata nel 1988 e focalizzata

sull'abbigliamento in jersey: «Aggiungiamo un partner fondamentale al nostro disegno iniziale - spiega Francesco Trapani, presidente del Gruppo Florence -. L'obiettivo è coprire l'intera gamma di categorie che compongono una tipica collezione di abbigliamento». Altre acquisizioni sono previste per i prossimi mesi, con un innovativo approccio che potremmo chiamare "piccolo è bello 4,0": «Il gruppo continua il suo percorso di crescita a supporto di Pmi che hanno particolare bisogno di rimanere snelle - sottolinea Attila Kiss, amministratore delegato del Gruppo Florence -. Ma nello stesso tempo devono elevare il livello di servizio offerto ai brand con i quali collaborano. L'aggregazione di queste aziende tipicamente familiari garantisce solidità e continuità a una filiera che è ancora troppo fragile».

La continuità è confermata dalla struttura dell'operazione, che è stata finanziata da un aumento di capitale e dall'investimento in Gruppo Florence da parte della famiglia Romolini, fondatrice di Manifatture Cesari. «Siamo entusiasti di poter presto intraprendere il processo di integrazione con le attività produttive delle aziende che fanno già parte del Gruppo Florence», spiega Stefano Romolini, amministratore delegato di Manifatture Cesari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



MCDONALD'S ASSUME

Campagna di recruiting per McDonald's Italia che cerca, entro la fine dell'anno, 2mila addetti da impiegare nei ristoranti. La multinazionale

aprirà inoltre 35 nuovi locali in 15 regioni. I nuovi assunti saranno seguiti in un percorso di formazione e crescita professionale che valorizzerà skills e punti di forza di ognuno

Trenitalia, 230 Freccce al giorno per l'estate

Trasporti

Treni veloci anche nelle località medio-piccole per rilanciare il turismo

Marco Morino

Città d'arte, mare, montagna. Anche nell'estate 2021 viene confermata la nuova filosofia dell'alta velocità del Gruppo Fs Italiane, che non si limita a collegare i grandi centri urbani, ma anche le località medio-piccole con una forte attrattiva culturale e paesaggistica, assicurando una sempre maggiore diffusione delle Freccce (Frecciarossa, Frecciargento e Frecciabianca) in tutto il Paese. Ci sono due dati che colpiscono nel nuovo orario di Trenitalia, la società per il trasporto passeggeri di Fs, presentato ieri in diretta streaming dall'amministratore delegato Luigi Corradi. Da domenica 13 giugno, quando il nuovo orario entrerà in vigore, sui binari italiani saranno in circolazione 230 Freccce al giorno, pari all'80% dell'offerta pre Covid. Nel complesso, Tre-



Frecciarossa.

Dal 13 giugno al via l'orario estivo di Trenitalia: più Freccce e più treni regionali

nitalia offrirà oltre 6mila collegamenti al giorno in treno, uno sforzo imponente, per dare una spinta decisiva al rilancio del turismo e alla ripartenza del Paese.

L'orario estivo di Trenitalia prevede più Freccce lungo la costa tirrenica, sia verso Nord con fermate nelle principali località toscane, sia verso

Sud, con una maggiore copertura del Cilento e della Calabria. È inoltre confermata una migliore connessione tra Freccce e navi veloci da e per la Sicilia. Anche sul lato adriatico più Freccce e più fermate su tutta la riviera a partire dall'Emilia-Romagna fino alla Puglia, passando per Marche e Abruzzo dove è facile raggiungere le spiagge e i luoghi di montagna delle due regioni. Tornano anche i Freccialink, così da offrire un biglietto integrato Freccia+autobus per raggiungere la destinazione finale, oltre i collegamenti verso la montagna, come quello di-

retto con Bardonecchia. Un'altra novità: per la prima volta il Frecciarossa viaggia di notte con due collegamenti notturni tra Milano e Reggio Calabria. La partenza da Milano Centrale è alle 21,20 con arrivo a Reggio Calabria alle 8,03. La partenza da Reggio Calabria è alle 21,37 e arrivo a Milano alle 8,22. Dice Corradi: «Abbiamo vissuto il periodo critico della pandemia, ma non dobbiamo dimenticarci che il virus ci sarà anche quest'estate, anche se la campagna di vaccinazione va avanti. Trenitalia c'è. Manterremo tutti i livelli di sicurezza. I dati che abbiamo ci dicono che il treno è un mezzo di trasporto assolutamente sicuro. L'estate deve continuare a offrire a tutti i nostri passeggeri dei viaggi in sicurezza». Su tutta la flotta è confermata la capienza massima al 50% con una disposizione a scacchiera. Filtri al grafene permettono un consistente abbattimento della carica di virus e batteri, migliorando la qualità dell'aria all'interno del treno e confermando un ricambio completo della stessa ogni tre minuti su tutti i convogli di Trenitalia. Intanto, riprendono i servizi di ristorazione a bordo delle Freccce, temporaneamente sospesi a causa dell'emergenza sanitaria.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

INFORMAZIONE PROMOZIONALE

ISOLAMENTO TERMICO, ACUSTICO E IMPERMEABILIZZAZIONI

Imprese protagoniste

ANIT- Associazione Nazionale per L'Isolamento Termico e Acustico

ANIT è una associazione che si propone di diffondere e promuovere i temi della buona progettazione dell'efficienza energetica ed acustica degli edifici e della corretta informazione tecnica sui materiali isolanti. Di ANIT fanno parte 95 aziende produttrici di materiali e sistemi per l'isolamento termico e acustico e oltre 3900 professionisti. L'attività istituzionale principale di ANIT è portare la voce dei propri associati nei tavoli legislativi e normativi relativi al settore. Attualmente si interfaccia con i Ministeri competenti, l'ENEA e il CTI per il miglioramento delle regole del Superbonus 110%. ANIT auspica che questo lavoro porti alla risoluzione dei principali dubbi interpretativi ancora presenti e soprattutto ad un adeguato prolungamento del tempo di questa misura, che rappresenta una grandissima opportunità per il settore che, per essere sfruttata appieno, necessita di un quadro di regole stabili e di tempi adeguati a processi decisionali anche molto complessi.



Superfici traslucide di polycarbonato per un'architettura ecosostenibile

Costruire responsabilmente rappresenta un obiettivo trasversale che coinvolge la produzione dei materiali, le tecniche di costruzione e le scelte di progettazione. Da oltre 60 anni la **dott.gallina srl**, di storiche radici italiane, persegue la *mission* del risparmio energetico nell'intero ciclo di vita dei suoi prodotti: pannelli di polycarbonato ad elevato isolamento termico per coperture continue, facciate e involucri. I sistemi modulari **ArcoPlus** garantiscono bassi valori di trasmittanza termica e massima trasmissione luminosa, migliorano l'efficienza energetica, il comfort abitativo, il comfort visivo e possono essere valorizzati con finiture



tattili e infinite colorazioni. Tra i numerosi progetti di design certificati LEED: copertura del mall IL CENTRO DI ARESE-IT e gli involucri dei centri sportivi CAMP FERRO e TURO PEIRA a Barcellona (foto a lato). - www.gallina.it

PAULINKOIBENTA Il sistema a cappotto per eccellenza

Colorificio Paulin Spa opera nel settore della produzione di vernici dal 1949 con una gamma completa di prodotti per fai da te, edilizia professionale, ripristino e restauro delle superfici e soluzioni tecnologiche per le facciate verticali. I sistemi a cappotto **Paulinkoibenta**, ideali per riqualificare gli edifici dal punto di vista energetico, abbattano i consumi e migliorano il comfort abitativo. Le soluzioni Paulin, nei cicli di restauro per le facciate, beneficiano degli incentivi di legge e i principali sistemi sono certificati ETA. La rete commerciale garantisce un costante supporto a progettisti, rivenditori, applicatori e committenti

anche nel redigere capitolati e relazioni tecniche. L'entrata nel Consorzio Cortexa e le qualifiche di formatore ed esaminatore certificato confermano la volontà aziendale di accrescere la cultura dell'isolamento termico a cappotto. www.colorificiopaulin.com



Lane minerali: materiali incombustibili per l'isolamento termoacustico

Le lane minerali (lana di roccia e lana di vetro) sono gli isolanti più utilizzati al mondo per il loro ineguagliabile mix di prestazioni. Forniscono un ottimo isolamento invernale ed estivo grazie a bassa conducibilità termica e maggiore peso e sono tra i pochi materiali che migliorano l'isolamento acustico e tra i pochissimi isolanti incombustibili. Realizzate da materie prime naturali (sabbia e rocce da recupero/riciclo) e marcate CE, la loro produzione è costantemente controllata tanto che - caso



unico tra gli isolanti - il componente principale (le fibre) è certificato da ente indipendente come privo di sostanze pericolose. Di natura inorganica che le rende naturalmente inattaccabili da microrganismi e inalterabili dall'umidità, hanno una durata superiore ai 50 anni. Ecosostenibili e conformi ai CAM (Criteri Ambientali Minimi) sono l'unico isolante che rispetta tutti i requisiti legislativi attuali (coibentazione termica e acustica) e futuri (comportamento al fuoco). - www.fivra.it

TECNASFALTI ISOLMANT Dal 1976 al servizio del benessere

Azienda leader nel mercato dell'isolamento acustico e termico con il marchio **Isolmant**, da oltre 40 anni pone al centro della sua *mission* il comfort quotidiano delle persone. Ricerca, qualità, tecnologia, innovazione e sostenibilità sono i capisaldi di **Tecnasfalti**, l'impresa di Carpiano (MI) che dal 1976 progetta, produce e commercializza materiali d'eccellenza per l'edilizia. Per questo Isolmant lavora nel segno dell'innovazione, per migliorare e risolvere le diverse esigenze degli operatori dell'edilizia e degli utenti finali. Proprio pensando all'utente finale ha sviluppato alcuni concetti, come il "sistema pavimento", il sistema a secco "Isolmant4You" e la correzione acustica di *IsolSpace*, per raggiungere anche una platea non tecnica ma fortemente inte-



ressata al tema del benessere. Con il protocollo interno "Isolmant Green Planet" Tecnasfalti ha intrapreso un percorso che entro il 2021 porterà alla realizzazione di *Isolmant Green Generation*, una gamma *eco-friendly* che affiancherà quella attuale dando una possibilità di scelta a progettisti e imprese, dove i polimeri di origine fossile saranno sostituiti con altri derivati da riciclo di materiale di altra origine. - www.isolmant.com

PRIMATE: sistemi e soluzioni per isolare e proteggere la casa

VITANOVA di PRIMATE La lastra isolante made of Neopor® BMB by BASF PRIMATE, brand di M.P.E. SpA, si presenta al mercato dell'isolamento termico con la nuova linea CAM, una gamma di prodotti ecologicamente efficienti realizzati con la materia prima seconda Neopor® BMB by BASF. Vanto di questa gamma è la lastra VITANOVA, prodotta al 100% con Neopor® BMB e certificata in classe A+ secondo REMADE IN ITALY®, che garantisce bassissima conducibilità termica

e massima riduzione delle emissioni di CO₂. VITANOVA è prodotta mediante stampaggio, processo che garantisce ottime prestazioni meccaniche e maggiori precisioni dimensionali rispetto ai pannelli tagliati da blocco, e riduce lo sfrido a vantaggio di una maggiore sostenibilità dell'intero ciclo produttivo.

Neopor® BMB È la versione *Biomass Balance* del polistirene espandibile Neopor® di BASF. Con il metodo *Biomass Balance*, certifica-

to REDcert2, fino al 100% delle fonti fossili primarie necessarie per la produzione di questa materia prima, viene sostituito da fonti rinnovabili - ovvero da biomassa -, come scarti di produzione o rifiuti organici. Gli isolanti realizzati con Neopor® BMB possono essere quindi qualificati secondo lo schema *Remade in Italy*® come prodotti 100% riciclati e ottenere la classe A+, superando di gran lunga i valori minimi richiesti dai CAM. Con Neopor® BMB è possibile produrre isolanti di elevata qualità, senza l'impiego di risorse fossili primarie e si contribuisce alla salvaguardia dell'ambiente: le emissioni CO₂ generate dalla produzione

di un pannello isolante in Neopor® BMB sono ridotte di circa 42% rispetto a quelle generate dalla produzione di pannelli tradizionali. - www.primateitalia.it

