



DENARO
TEMPO LIBERO
ECONOMIA
LIFESTYLE

(NUOVA SERIE)

GIUGNO - LUGLIO 2023

Capital

Classificatori



€ 4,50 *

500

CREATORI DI RICCHEZZA

Protagonisti, imprenditori, aziende
e idee che hanno cambiato,
stanno cambiando e cambieranno la nostra vita



* DA ABBINARE OBBLIGATORIAMENTE ED ESCLUSIVAMENTE VENERDI 28 LUGLIO CON MERCATI FINANZIARI O ITALIANI OGGI A EURO 4,50 (MFIO 2,00 + CAPITAL 2,50). IN TUTTI GLI ALTRI GIORNI CAPITAL A EURO 4,50

Capital
500

Living & Real Estate

Piccoli oggetti e sistemi
complessi per vivere bene.
Chi crea ricchezza
con il design, nel settore
dell'arredo
e nell'immobiliare





Snaidero

Da oltre 75 anni Snaidero progetta e realizza cucine che coniugano design, funzionalità e stile italiano, realizzate in materiali di alta qualità disponibili in numerose finiture, con l'obiettivo di offrire soluzioni sartoriali che rispettano i singoli gusti e sono attente all'evoluzione dei bisogni delle persone rispetto all'universo cucina. E da oltre 50 le esporta in tutto il mondo. Le collaborazioni con i più grandi nomi della progettazione made in Italy iniziano già negli anni '60 e diventano da subito stra-

tegia aziendale: ancor oggi i modelli Snaidero vantano prestigiose firme, quali, fra le altre, Paolo Pininfarina e Massimo Iosa Ghini, e rappresentano in Italia e nel mondo simboli di eccellenza estetica e qualitativa, tanto da meritarsi per ben 15 volte il Good Design Award del prestigioso Chicago Athenaeum Museum of Architecture e da essere esposte al MoMa di New York già nel 1968.

Nato nel 1946 come laboratorio artigianale per mano del Cavaliere Rino Snaidero, il Gruppo, presente in Italia

con una rete di 250 showroom, è oggi controllato da DeA Capital Alternative Funds attraverso il fondo IDeA Corporate Credit Recovery II, ma non ha mai dimenticato le proprie origini, anzi il segreto della sua unicità affonda proprio nel passato e nell'eredità del grande artigianato, nonché nell'esclusività del design d'autore. Anche il legame con il territorio è rimasto sempre estremamente forte. È a Majano (UD), in Friuli Venezia Giulia, che l'azienda ha visto la luce e ha radicato i suoi valori fondamen-



Nella pagina a fianco, la sede di Snaidero a Majano, in provincia di Udine. A fianco, la cucina Way e, sotto, Frame, tra i modelli più amati del brand friulano. In basso, Alessandro Trivillin, amministratore delegato del gruppo.



tali ed è qui che ancor oggi si trovano la sede amministrativa e produttiva: uno stabilimento di 115mila mq dove si alternano attività artigianali e fasi completamente automatizzate con impianti di ultimissima generazione, che consentono una produzione media di 100 cucine al giorno.

La strategia di crescita per i prossimi anni ha obiettivi molto ambiziosi: raggiungere un fatturato di 200 milioni di euro entro il 2027, conquistare nuovi mercati esteri e rafforzare la presenza in quelli già esistenti. «Nel

2022, anno di transizione e di recupero post-Covid, abbiamo raggiunto un fatturato di circa 105 milioni di euro. Ora stiamo attuando un piano di espansione estero puntando ad un posizionamento che gioca sul valore di un design raffinato rigorosamente made in Italy, capace di incarnare quell'immaginario di stile, qualità della vita, eleganza tipici dell'industria italiana. Il piano prevede l'apertura di 40 nuovi punti vendita all'anno per i prossimi 4 anni. Tra i primi showroom previsti ci sono quelli di

Miami, Los Angeles e Jakarta in Indonesia, con l'obiettivo di inaugurarne già una quindicina nel 2023. Vogliamo concentrarci sullo sviluppo nelle aree in cui il nostro brand è già conosciuto, ma anche riorganizzare la nostra rete distributiva, con particolare attenzione agli Stati Uniti, al Canada, al Messico e all'Est asiatico» spiega Alessandro Trivillin, a.d. del Gruppo. Accanto allo sviluppo commerciale, resta costante l'impegno dell'azienda nella ricerca e nello sviluppo di nuovi materiali e finiture per aumentare sempre di più le possibilità di personalizzazione, incontrare gusti diversi, interpretare le tendenze e rendere le cucine prodotte la perfetta sintesi tra estetica e funzionalità.

Un obiettivo che ha portato Snaidero a sviluppare la propria gamma di materiali e finiture con 108 nuove referenze per un totale di 220 diverse possibilità di scelta. Un ampliamento frutto di ricerca, creatività, sperimentazione e innovazione che permette infinite combinazioni e rende la progettazione della cucina la concreta espressione della propria personalità, oltre a offrire una trasversalità unica al progettista, in termini di design, prestazioni e prezzo.

«Per aumentare le possibilità progettuali e offrire così ai nostri clienti una gamma di opzioni davvero infinita, abbiamo introdotto piani di lavoro in HPL stratificato, mobili in laccato opaco con bordo ABS e nobilitati con effetto legno, resina, metallo e pietra, nuove colorazioni di Fenix – un materiale ottenuto con l'impiego di nanotecnologie e trattato con resine termoplastiche all'avanguardia – nuove essenze di legno, come castagno piallato, eucalipto, rovere e noce microdogato».

In quest'ottica, nel 2023 l'azienda ha

presentato alcune delle sue cucine iconiche con nuovi materiali e finiture che ne elevano gli standard di qualità, con soluzioni tecniche contemporanee e funzionali in termini di durata e resistenza. La cucina OLA, ad esempio, è un'icona di design che continua a sedurre con le sue curve sinuose, per la bellezza e l'eleganza rassicurante propria degli oggetti che hanno superato la prova del tempo. Un esempio di unicità in grado di interpretare anche le tendenze più attuali, che ritrovano vivida espressione in volumi morbidi e profili curvi. Lanciata all'inizio degli anni '90 con la collaborazione di Paolo Pininfarina, che mette a punto un progetto pilota che attinge al mondo dell'automotive, la riedizione 2023 di OLA rimane fedele in termini di design all'originale, ma introduce novità progettuali che permettono un ulteriore livello di personalizzazione: i mobili, anche quelli ad ante curve, sono disponibili in una selezione di essenze di legno



La cucina OLA, un'icona di Snaidero firmata Paolo Pininfarina, nel nuovo restyling del 2023.

nuove ed esclusive; le gole sono personalizzabili in vari colori e la gamba scultura, elemento distintivo della cucina realizzata in legno, fibra di carbonio e vetroresina, può essere abbinata alle ante o rappresentare un elemento di rottura, scegliendo materiali e finiture in contrasto. Nuovo anche il sistema di illuminazione inserito sotto il piano, che illumina la gamba conferendole ancora più valore, e il led po-

sizionato sullo schienale della cucina. «Riconfermando l'autenticità e l'originalità di un grande classico, OLA è ancora oggi un progetto di forte impatto architettonico, dai profili seducenti, con soluzioni tecnologicamente all'avanguardia. Lo confermano i 113 milioni di fatturato generati dalla vendita del modello nel mondo, l'83% realizzati sul mercato europeo, al quale seguono Russia e USA».

BISAZZA

Leader mondiale nella produzione del mosaico di vetro per la decorazione di interni ed esterni, Bisazza è uno dei brand di lusso più autorevoli nell'ambito del design e in questi ultimi anni, l'azienda ha ampliato le sue collezioni realizzando, attraverso un'accurata lavorazione di nuovi materiali, delle nuove proposte decorative, che

uniscono il valore del design al fascino dell'artigianalità. Fondata nel 1956 da Renato Bisazza ad Alte (Vicenza), oggi è un'impresa all'avanguardia, caratterizzata da utilizzo di moderne tecnologie e attenzione alle evoluzioni del mercato. L'azienda conta oggi sette spazi monomarca a Barcellona, Londra, Los Angeles, Miami, Milano,

Parigi e New York e una rete distributiva in tutto il mondo pari a 2800 punti vendita. L'obiettivo della strategia di brand perseguita da Bisazza è offrire un'ampia scelta di proposte decorative e di complementi d'arredo di lusso, ideali per qualsiasi ambiente living e outdoor, espressione di uno stile unico che interpreta il classico in chiave contemporanea, unendo moda e design. Collaborando da più di venticinque anni con designer di fama internazionale, l'azienda è diventata un punto di riferimento nel panorama mondiale del design. Dalla profonda sinergia che si è instaurata con importanti figure dell'architettura, dell'arte, del design e della moda, sono nate diverse collezioni espressione della cifra stilistica dei suoi autori. L'azienda conta oggi quattro spazi monomarca a Londra, Milano, Parigi e New York e una rete distributiva in tutto il mondo pari a 2800 punti vendita.

