

Una nuova collezione guardando (anche) a est Limonta cresce ancora

Tessile moda arredo. Il mercato trainante è quello Usa ma altri store apriranno a Monaco di Baviera e Tirana «Albania e Balcani offrono opportunità di business»

SERENA BRIVIO
LECCO

Una collezione che si tinge di malva, petrolio e verba richiamandosi allegoricamente alla natura, ma soprattutto introducendo un concept ormai prioritario nel mondo del tessile moda e arredo: ogni capo/ oggetto deve evocare sensazioni, emozioni, valori, diventando un compagno di vita.

Sono questi i tratti salienti della nuova collezione autunno-inverno 2022 2023 di Society Limonta, collezione presentata in anteprima alla stampa nello show room milanese del brand.

Prodotti durevoli

«Stampe e jacquard richiamano la natura, il senso della famiglia, il piacere di ritrovarsi insieme in questo momento di disorientamento e di paura per i tragici eventi della guerra», spiega il brand manager Davide Mazzarini. È nel nostro Dna inoltre progettare prodotti durevoli. Nonostante "Allegoria" sia una collezione stagionale, punta su delicate nuances continuative che pos-

sono inserirsi a lungo termine nel nostro pacchetto cromatico "no season". Sul fronte commerciale, il manager vede un trend di consumo favorevole.

«Il settore sta ancora beneficiando del desiderio di abbellire la casa esploso durante il lockdown. Il 2020 è stato un anno estremamente positivo, con uno slancio delle vendite che è arrivato vicino al 25 per cento. La gente costretta a passare più tempo dentro le mura domestiche aveva voglia di circondarsi di cose belle. Oggi la spinta continua, pur con una percentuale di crescita inferiore, che sta tra il 5 e il 10 per cento. Il mercato trainante per noi è sempre quello americano, grazie anche alla presenza di un punto vendita di proprietà a New York. Abbiamo inoltre

■ Stampe e jacquard richiamano il senso della famiglia, il piacere di ritrovarsi

iniziato a collaborare con i cinque principali negozi di Bloomingdale's e da poco con Saks Fifth Avenue, due dei nomi di riferimento dello shopping internazionale di lusso».

Entro fine anno è prevista un'ulteriore espansione della rete retail che attualmente conta 12 store.

«Abbiamo in programma due nuove aperture, a Monaco di Baviera e a Tirana, città in continua espansione dove i vecchi negozi si stanno rinnovando o stanno lasciando spazio a nuovi brand - anticipa Mazzarini -. L'Albania è un mercato emergente, una porta verso i Paesi balcanici con interessanti opportunità di business. Noi entreremo in un centro commerciale che già ospita prestigiosi marchi del design italiano».

La firma di Beatrice Rossetti

In queste vetrine sarà esposta anche la collezione Oltre Society, spazio dedicato alla sperimentazione e allo sviluppo di oggetti, progettati all'interno del team creativo o frutto di collaborazioni con artisti e designer affini per gusto, filo-



L'anteprima nello showroom milanese del brand

sofia e lifestyle al mondo Society Limonta.

Tra questi spicca il set per la tavola in Porcellana di Limoges, firmata da Beatrice Rossetti: una linea di piatti artigianali e accessori lavorati a mano, con la cura artigianale che permette di avere pezzi

unic. Nonostante l'industria tessile abbia dovuto affrontare aumenti eccezionali delle materie prime e dell'energia, il marchio ha deciso di alzare il prezzo solo del 30 per cento degli articoli per venire incontro ai clienti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il mercato coreano Opportunità per l'industria

Incontri

«La Corea del Sud, mercato di sbocco per le eccellenze italiane».

È questo l'argomento che verrà affrontato in occasione del prossimo incontro online organizzato da Regione Lombardia e Unioncamere nell'ambito del Progetto Countrylab, costituito da una serie di webinar dedicati all'export. Il focus sarà puntato su specifici mercati e Paesi strategici per l'economia lombarda, selezionati tenendo conto della situazione internazionale attuale, delle potenzialità economiche rilevate da indagini specifiche e delle relazioni industriali internazionali di Regione Lombardia.

Dopo i primi eventi, dunque, il 17 ottobre alle 10 toccherà alla Sud Corea, cui seguirà il 26 ottobre (alle 11) "Mercato britannico e Brexit. Nuove regole per la logistica e controlli doganali".

L'indomani, alle 16, si discuterà invece di "Usa: un Paese, tanti Stati, mille opportunità per il Made in Italy". Gli ultimi due eventi saranno dedicati a "Fare affari negli Emirati Arabi Uniti" (il 2 novembre) e al mercato canadese (data in via di definizione).

Per iscriversi ai webinar occorre registrarsi alla piattaforma di Lombardia Point.

Per informazioni: internazionalizzazione@lom.camom.it. **C. Doz.**

Plastica, un uso consapevole Impegnate quattro imprese

Ambiente

Il progetto è sostenuto dalla fondazione Cariplo e ha coinvolto 631 lavoratori

Aziende ed enti locali in campo per il "Plastic New Deal", il progetto finanziato da Fondazione Cariplo che ha coinvolto nei mesi scorsi diver-

si soggetti pubblici e privati del territorio lecchese.

Fino allo scorso 31 luglio, diverse realtà della Brianza meratese e oggionese hanno partecipato a un percorso del quale nei prossimi giorni verranno restituiti i risultati.

Nel dettaglio, sono state coinvolte quattro aziende (Novatex, Novacart, Top Glass e Calvi) con tutti i lavoratori di-

pendenti (631) e le rispettive famiglie. Il progetto è stato sostenuto da otto comuni (Osago, Cernusco, Lomagna, Montevicchia, Oggiono, Paderno d'Adda, Robbiate, Verderio), dal Parco regionale di Montevicchia e del Curone, dalle società pubbliche Lario Reti Holding e da Silea.

Il progetto è stato presentato dall'Associazione Ambiente



La Novacart

e Lavoro (che si occupa di sostenibilità, salute e sicurezza nei luoghi di lavoro) in qualità di capofila, e ha coinvolto diversi partners: Legambiente Lombardia e il comune di Osago.

«Nel corso delle attività, che si sono svolte tra febbraio 2021 e luglio 2022, sono state sperimentate - hanno spiegato i responsabili del progetto - soluzioni innovative, sia sul fronte del packaging industriale sia riguardo alle attività di servizio ai dipendenti nelle aziende, sia rispetto alla promozione di buone pratiche negli usi e nei consumi familiari. Gli obiettivi di riduzione e riuso della plasti-

ca monouso, così come l'incentivazione dell'utilizzo, nei processi industriali e nelle abitudini domestiche, di plastica composta da materiali riciclati, sono stati in larga parte raggiunti e certificati dal report finale, redatto dagli istituti del Cnr che hanno collaborato al progetto. In particolare, l'Ipcb Cnr, nelle sedi di Napoli e Lecco, ha fornito le soluzioni tecniche nel settore del packaging industriale, mentre l'Istituto Stima Cnr di Milano ha effettuato le valutazioni finali, registrando una riduzione del 25% di plastica di origine fossile nelle decisioni delle aziende nell'ambito del progetto». **C. Doz.**

“Rider in sicurezza” Campagna sindacale

In Lombardia

La tutela dei lavoratori alle prese con ritmi imposti dai tempi delle consegne

Ha preso il via in questi giorni, in Lombardia, la campagna "Rider in sicurezza", ideata da Cgil, Nidil, Filt, Filcams, Udu, Federconsumatori per sensibilizzare sul tema della sicurezza di questa categoria di lavoratori.

Nell'ultimo anno sono stati decine gli infortuni che hanno coinvolto rider in tutte le città italiane, soprattutto quelle maggiori. A partire da Milano, non si contano gli infortuni più o meno gravi dovuti all'assenza di sicurezza nelle strade e al cottimo che li costringe a correre più velocemente possibile per aumentare le consegne e le possibilità di remunerazione.

«Nonostante la norma nazionale su salute e sicurezza e

alcuni protocolli aziendali - segnalano i sindacati -, continua a non esserci adeguata prevenzione e tutela soprattutto nei casi di pioggia e intemperie perché le aziende non accettano di fermare il lavoro per tutelare la sicurezza dei lavoratori. Tutto ciò necessita di una nuova consapevolezza tra i cittadini e consumatori affinché si schierino a favore dei diritti dei lavoratori delle consegne, per incidere sulle istituzioni che non possono restare silenti e per ottenere disponibilità al confronto da parte delle grandi catene del food delivery responsabili della sicurezza di lavoratrici e lavoratori». **C. Doz.**

Piccole e medie imprese Sostegno alla liquidità

Dalla Regione

Aumentata la dotazione finanziaria della misura di aiuto ad aziende e professionisti

Altri 175 milioni di euro per la misura Credito Adesso evolution.

È consistente l'incremento della dotazione finanziaria del provvedimento varato da Regione Lombardia per finanziare il fabbisogno di capitale cir-

colante di imprese e professionisti, attraverso la concessione di finanziamenti abbinati a contributi in conto interessi.

Nel dettaglio, 15.843.393 euro sono destinati all'incremento del fondo "Abbattimento interessi sui finanziamenti alle Pmi cofinanziati da Bei" per la riduzione del costo dei finanziamenti. I restanti 160 milioni sono invece rivolti all'ampliamento del plafond dedicato ai finanziamenti.

I destinatari sono le impre-

se con organico fino a tremila dipendenti (piccole e medie imprese e Mid cap) operative da almeno 24 mesi in Lombardia. Nonché liberi professionisti con partita Iva da almeno 24 mesi che operano in uno dei comuni della Lombardia e studi associati di professionisti con partita Iva da almeno 24 mesi.

La misura prevede un contributo in conto interessi abbinato al finanziamento e pari al 3% e comunque non superiore al tasso definito per il finanziamento sottostante e fino a un massimo di 70mila euro.

Per informazioni: www.imprese.regione.lombardia.it.

C. Doz.