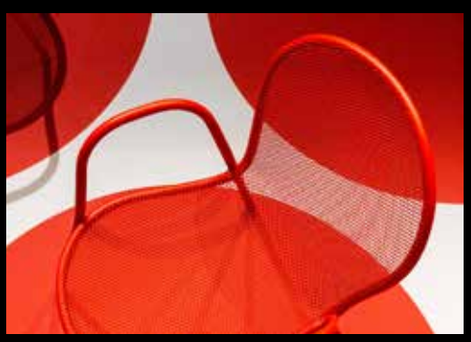
Furnishing IDEA

COMPONENTI, SEMILAVORATI
ED ACCESSORI PER L'INDUSTRIA
DELL'ARREDAMENTO

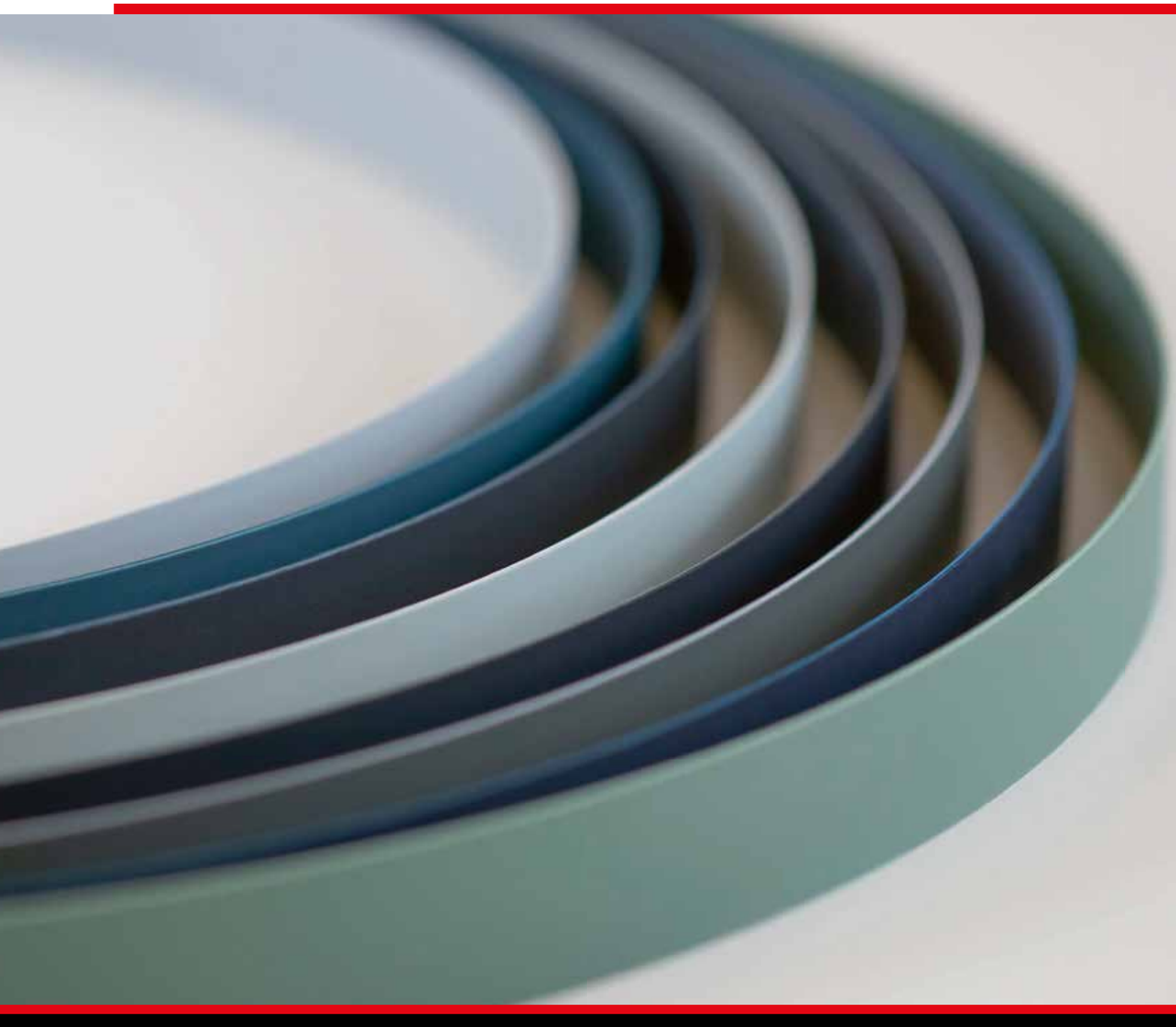


#8
2021

POSTE ITALIANE S.P.A - SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE - AUT. N°2390/2019 DEL 19.11.2019 STAMPE IN REGIME LIBERO

OSTERMANN
su ogni lato del mobile

ELEGANZA OPACA ANCHE SUL BORDO



BORDI

IL MIGLIOR OPACO È EXCELLENT MATT!

Le superfici estremamente opache continuano ad essere sempre di tendenza. Con il loro effetto particolarmente elegante, trovano applicazione soprattutto nella progettazione di mobili da cucina, bagno e soggiorno. La soluzione esteticamente perfetta per la bordatura dei Vostri pannelli estremamente opachi la trovate da noi, grazie alle oltre 50 diverse tinte unite nella nostra gamma con la finitura "Excellent Matt".

SERVIZIO, VARIETÀ E VELOCITÀ - QUESTO È OSTERMANN.

Info ulteriori su **www.ostermann.eu** tramite la ricerca

#Excellent

Elcam s.r.l.
Via delle Industrie 30/36
20851 Lissone (MB)
Phone +39 039 2753569
ufficioestero@elcam.eu
www.elcam.eu

ELCAM
Made *in* Italy

GAIA®

L'EVOLUZIONE DEL COMFORT INCONTRA LA NATURA

GAIA

Dormire su Gaia® aumenta
la qualità e il comfort
del sonno portando
beneficio anche alla natura.

ORSA *foam* SpA

ORSA FOAM Spa Via A. Colombo, 60 - 21055 Gorla Minore (VA) Italy

Tel. +39.0331.609.111 - Fax +39.0331.609.223 - E-mail: orsafoam@orsafoam.it - www.orsafoam.it - www.gaia-foam.it

SOMMARIO

Presentiamo qui le novità di alcune tra le aziende leader del settore attraverso prodotti che rivelano una particolare attenzione verso il design, la funzionalità, l'innovazione tecnologica e la sostenibilità.
Abbiamo rivolto ad alcuni protagonisti del settore, aziende, enti certificatori, enti fieristici e centri studi di ricerca economica, alcune domande relative a temi di grande attualità: la situazione economica post pandemia e le previsioni future, il problema dei rincari delle materie prime e del loro approvvigionamento, la sostenibilità ambientale e la digitalizzazione.

"supersalone", l'evento speciale 2021 del Salone del Mobile.Milano si è concluso con un grande successo, un segnale importante di ripresa dell'intero Sistema Paese. Anche dai dati FederlegnoArredo emerge un quadro ottimistico per quanto riguarda il settore arredamento e illuminazione, dati che premiano soprattutto qualità e ricerca, elementi caratterizzanti del Made in Italy.

Here we present the latest products from some of the leading companies in the sector, with products that reveal a particular focus on design, functionality, technological innovation and sustainability.
We have asked some of the key players in the sector - companies, certification organisations, trade fairs and economic research centres - a number of questions relating to highly topical issues: the post-pandemic economic situation and future forecasts, the problem of rising raw material prices and their supply, environmental sustainability and digitalisation.
"supersalone", the special 2021 event of the Salone del Mobile. Milano ended with a great success, an important signal of recovery for the entire country system. FederlegnoArredo's figures also paint an optimistic picture of the furniture and lighting sector, data that above all reward quality and research, characteristic elements of Made in Italy.

Furnishing Idea #8 - Ottobre 2021
Emmet Solution S.r.l.
Via San Bernardino da Siena 2/a - 22100 Como
Registrazione testata giornalistica al tribunale di Como n°1/18 del 02/02/2018

Direttore responsabile
Mattia Di Consoli

Coordinamento redazionale e realizzazione grafica
Raffaella Busecchian
redazione@furnishingidea.com

Coordinamento pubblicità
info@furnishingidea.com

Stampa
Edilgraf S.r.l.
www.espositori-packaging.it

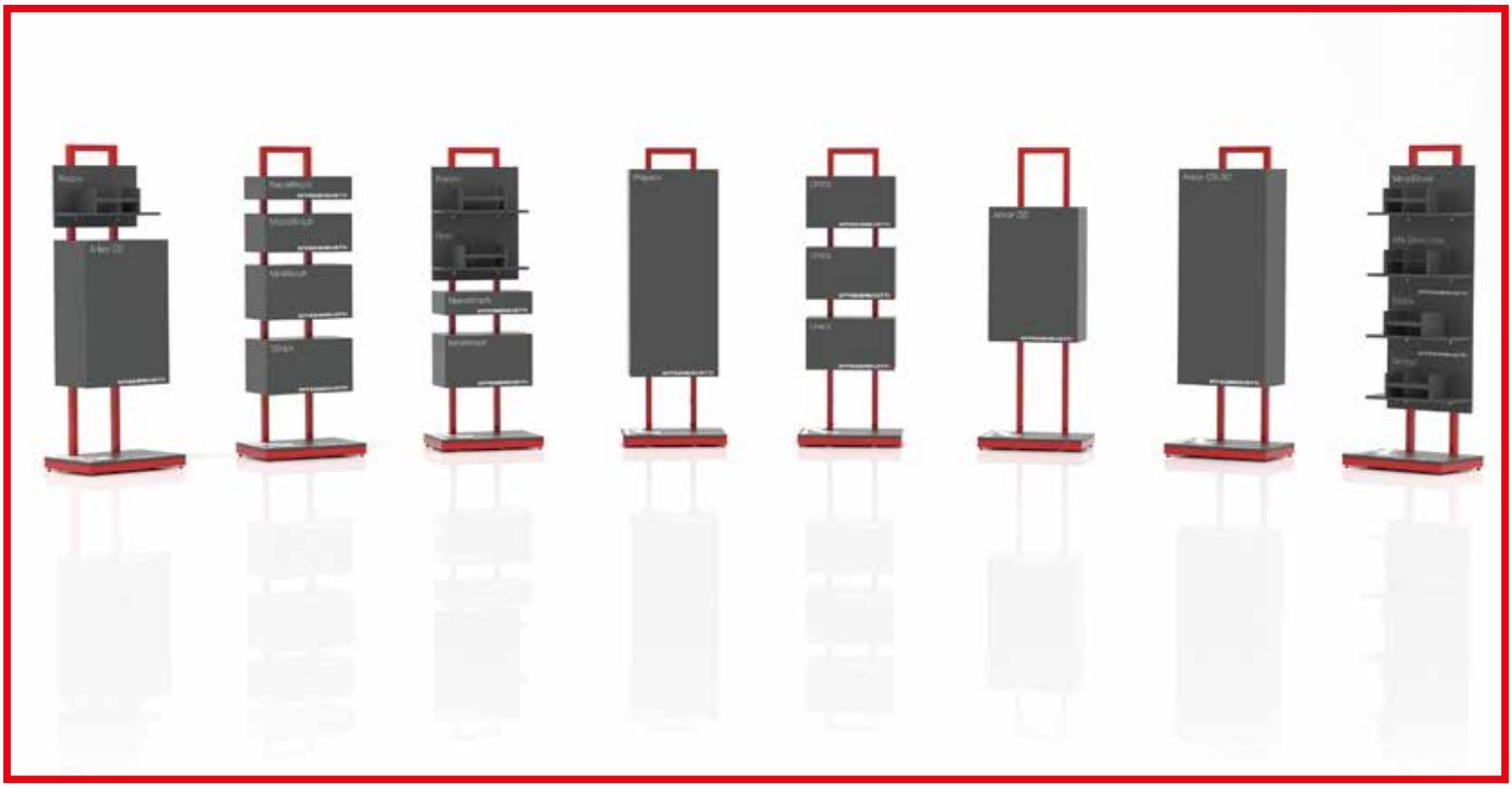
© Tutti i diritti riservati: vietata la riproduzione anche parziale, in ogni forma o attraverso sistemi elettronici, meccanici, di fotocopiatura, registrazione o altro mezzo.

EFFEGIBREVETTI PRESENTA SYNERGY LAB ESPOSITORI MODULARI E AUTOPORTANTI

Effegibrevetti, azienda italiana specializzata da più di 50 anni in sistemi di fissaggio e meccanismi per mobili, continua a progettare e fabbricare con passione e attenzione nei confronti delle esigenze dei suoi clienti.
È finalmente disponibile Synergy Lab, la nuova soluzione versatile e durevole, creata per esporre i prodotti Effegibrevetti sfruttando al meglio lo spazio espositivo.
Nello specifico, la soluzione innovativa ideata e progettata da Effegibrevetti è composta da espositori modulari e autoportanti a cui è possibile fissare mobili dimostrativi funzionanti e unità demo. La base di 50 x 70 cm garantisce una solida stabilità e l'altezza di 200 cm permette il fissaggio dei moduli dimostrativi in qualsiasi contesto.
Grazie a Synergy Lab gli utenti potranno scegliere i prodotti Effegibrevetti da esporre ed insieme ad un operatore progettare e creare il proprio spazio espositivo.
L'azienda, ancora una volta, dimostra di voler rispondere in modo più accurato alle esigenze dei propri clienti, offrendo loro la possibilità di personalizzare attraverso una "collaborazione efficace" le soluzioni tecniche di cui necessitano.

EFFEGIBREVETTI PRESENTS SYNERGY LAB MODULAR, SELF-SUPPORTING DISPLAY UNITS

Effegibrevetti, a leading Italian company specialising in fixing systems and mechanisms for furniture for over 50 years, continues to design and manufacture with



passion and attention to the needs of its customers.
Synergy Lab, the new versatile and durable solution created to display Effegibrevetti products by making the most of the exhibition space, is finally available.
More specifically, the innovative solution conceived and designed by Effegibrevetti consists of modular, self-supporting display units to which working demonstration furniture and demo units can be attached. The 50 x 70 cm base guarantees solid stability and the 200 cm height allows the demonstration modules to be fixed in any context.
Thanks to Synergy Lab users will be able to choose the Effegibrevetti products to display and, together with an operator, desilgn and create their own display space.
The company once again demonstrates its desire to respond more accurately to the needs of its customers, offering them the chance to customise the technical solutions they require through “effective collaboration”.

EFFEGIBREVETTI srl
Via Cava Trombetta 17/25
Segrate (MI)
info@effegibrevetti.com
www.effegibrevetti.com

ORSA FOAM: UNA SCELTA DI MATERIALI CON L'IDEA GREEN

Negli ultimi anni la maggiore consapevolezza dell'importanza della tutela dell'ambiente sta indirizzando sempre più verso un'idea di Green. Una casa che sia davvero eco-friendly però dovrà esserlo anche per quanto riguarda i materassi e i divani.

Dalla produzione allo smaltimento, ogni aspetto deve tenere conto dell'impatto ambientale, a partire dai materiali impiegati che diventano i veri protagonisti.

ORSA foam, sempre attenta anche alle esigenze ambientali, può vantare all'interno della sua vasta gamma di prodotti una scelta di materiali con l'idea Green.

A partire da Waterlily®, il materiale rappresentato dalla ninfea, la pianta che vive nell'acqua, simbolicamente sorgente di vita ed elemento naturale dal quale poi nascono i prodotti poliuretanici della famiglia.

Passando per Gaia®, la schiuma composta da acqua e l'utilizzo di materie prime derivanti da sorgenti rinnovabili quali la soia, pianta dalle rinomate proprietà benefiche per la salute dell'uomo.

Approdando all'ultimo nato di casa ORSA foam che rappresenterà una "RisOrsa" fondamentale per il mondo del bedding e

dell'arredamento, dalla forte essenza naturale. Perché scegliere materiali naturali, significa fare la propria parte per l'ambiente eticamente, emotivamente e nel concreto, senza rinunciare mai al comfort e al design.

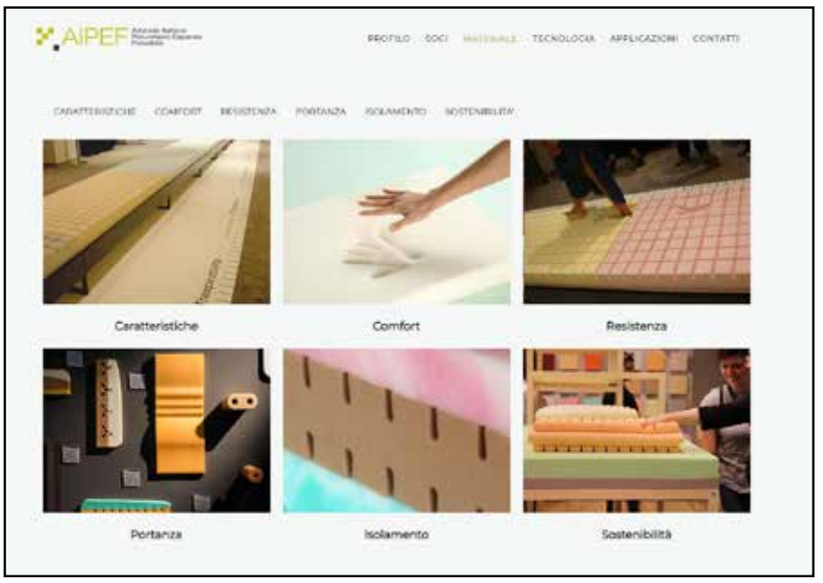
ORSA FOAM: A CHOICE OF MATERIALS WITH THE GREEN IDEA

In the recent years, the increased awareness of the importance of environmental protection is increasingly turning towards Green's idea. A truly eco-friendly house, however, must also be eco-friendly with regard to mattresses and sofas.
From production to disposal, every aspect must take into account the environmental impact, starting from the materials , which become the real protagonists. ORSA foam, who is always attentive to environmental needs, can boast a choice of materials within its range of Green idea products.
Starting from Waterlily®, the material represented by the water lily flower, the plant living in water, symbol of the source of life and natural element from which the family's polyurethane products derive
Passing through Gaia®, the foam composed of water and the use of raw materials deriving from renewable sources such as soy, a plant with well-known beneficial properties for human health.
Arriving at the latest addition to the ORSA foam range of products, which will represent a fundamental "RisOrsa" for the world of bedding and furniture, with a strong natural essence. Because choosing natural materials means doing our part for the environment, ethically, emotionally and concretely, without renouncing at comfort and design.

ORSA FOAM SpA
Via A. Colombo 60
Gorla Minore (VA)
orsafoam@orsafoam.it
www.orsafoam.it

AIPEF PER LA PROMOZIONE DEL POLIURETANO ESPANSO FLESSIBILE

AIPEF, Aziende Italiane Poliuretani Espansi Flessibili, rappresenta la maggioranza delle aziende nazionali produttrici di poliuretano espanso flessibile da blocco ed è sostenuta da tutti i maggiori produttori di materie prime e additivi utilizzati nel settore.
AIPEF è un gruppo merceologico di Unionplast, l'associazione di categoria aderente a Confindustria che rappresenta le aziende italiane trasformatrici di materie plastiche.
Obiettivo di AIPEF è la promozione del poliuretano espanso flessibile da blocco nei possibili settori di impiego e tra questi quello del comfort e del bedding. Recentemente Aipef ha rinnovato il proprio sito istituzionale arricchendolo di indicazioni utili per la conoscenza approfondita di questo materiale, della tecnologia utilizzata per la produzione e delle sue numerose applicazioni.
AIPEF è inoltre presente in tutte le sedi tecniche e legislative per la tutela e promozione del settore rappresentato. AIPEF aderisce ad EUROPUR (European association of flexible polyurethane foam blocks manufacturers).



AIPEF FOR THE PROMOTION OF FLEXIBLE POLYURETHANE FOAM BLOCKS

AIPEF, Aziende Italiane Poliuretani Espansi Flessibili, represents the majority of the Italian companies producing flexible polyurethane foam blocks and is supported by all the major producers of raw materials and additives used in the sector.
AIPEF is a Sector Group of UNIONPLAST, the Italian association of plastics converters member of Confindustria. The scope of AIPEF is the promotion of flexible polyurethane foam in the possible sectors of use and among these comfort and bedding.
Recently Aipef has renewed its institutional site enriching it with useful information for the deep knowledge of this material, of the technology used for the production and of its numerous applications. AIPEF is also present in all the technical and legislative contexts for the protection and promotion of the sector represented. AIPEF is a member of EUROPUR (European association of flexible polyurethane foam blocks manufacturers).

www.aipef.it
www.poliuretano-e.it

I NOSTRI PRIMI 50 ANNI

li festeggiamo da leader nei settori dell'alluminio e delle finiture,
ma non ci sentiamo certo "arrivati": siamo sempre in viaggio,
sempre alla ricerca di nuove mete.
E, soprattutto, siamo sempre innamorati del nostro lavoro,
curiosi e...giovani.

www.ossicolor.it

OSTERMANN: NUOVE FINITURE UN DESIGN CREATIVO PER PARETI E MOBILI

Ostermann, lo specialista dei bordi, è da tempo anche un nome di riferimento nel campo del design per prodotti innovativi. La gamma di superfici naturali per mobili e pareti è stata di recente aggiornata con numerose finiture facili e veloci da lavorare. Inserendo il termine di ricerca #Superfici su www.ostermann.eu i falegnami possono trovare tutti i prodotti e le informazioni necessarie per la loro lavorazione.

RollBeton liscio

Ostermann ha recentemente introdotto dei nuovi colori: le varianti antracite e naturale chiaro sono caratterizzate da una superficie particolarmente liscia con un'eccellente uniformità del colore e sono quindi adatte anche come finiture per mobili. Per realizzare le finiture RollBeton vengono utilizzate esclusivamente polveri minerali naturali. Le piccole inclusioni d'aria creano lievi depressioni sulla superficie, rendendola più variegata. RollBeton liscio è disponibile nelle dimensioni 3000 mm x 1000 mm e con uno spessore di 2 mm.

RollBeton con cassaforma a travi

Il look industriale o tipo loft è un evergreen nel design di interni moderno. Adesso sono disponibili ben due varianti di RollBeton con cassaforma a travi: con una larghezza delle travi di 100 mm o 200 mm. Le strutture realizzate a mano con travi in legno dal taglio grezzo vengono applicate su un sottile strato di fibra di vetro con un'apposita sostanza minerale. Il materiale minerale monocomponente è flessibile, resistente allo strappo e impermeabile. RollBeton con cassaforma a travi è disponibile nelle dimensioni 1000 mm x 3000 mm e con uno spessore fino a 4 mm.

RollTravertin

Una novità assoluta nell'assortimento Ostermann è il RollTravertin: con il suo colore grigio scuro, si inserisce con stile nella gamma delle superfici RollBeton. Si tratta di una riproduzione della pietra calcarea, più precisamente del travertino romano. Da Ostermann le nuove finiture sono disponibili in rotoli da 1200 mm x 2800 mm e con uno spessore di soli 1,5 mm.

Rivestimenti in pietra

Che si tratti di ardesia, arenaria, marmo o metallic, i rivestimenti in pietra di Ostermann affascinano per il loro aspetto esclusivo. Oltre alla variante di supporto Classic, sono disponibili anche le varianti Ecostone e Translucent. Le superfici Ecostone sono dotate di un sottile strato di tessuto non tessuto al posto del supporto in fibra di vetro e grazie a questo, si possono addirittura incollare su angoli e bordi. La variante Translucent garantisce invece un effetto davvero speciale: può essere usata per retroilluminare la superficie della pietra grazie al materiale traslucido dello strato portante.

Linoleum per arredi

Il linoleum è un materiale naturale ottenuto da materie prime rinnovabili. Perfetto come superficie per il mobile, è pratico da mantenere, robusto e disponibile in molti colori. Da Ostermann i falegnami possono ricevere il materiale in tre diverse modalità, in base alle proprie necessità. Si possono ordinare direttamente le antine per mobili rivestite in linoleum, pronte per il montaggio, attraverso il configuratore Ostermann. Se si desidera invece pressare il materiale da soli, si può ordinare online il linoleum tagliato a misura. Per coloro che prediligono fare tutto in autonomia, tutti i decori in linoleum sono disponibili da Ostermann in rotolo anche a partire da 1 metro.

OSTERMANN: NEW SURFACES A CREATIVE DESIGN FOR WALLS AND FURNITURE SURFACES

Edging specialist Ostermann has long been established as an expert in other industry-related fields, too. Their innovative furniture design products strike a strong chord with the market. Now, the assortment has been updated once more. The natural furniture and wall surfaces are versatile, lightweight and easy to process. Type in the search item #decorsinrolls on www.ostermann.eu to view all products and read up on their processing.

RollBeton Smooth

Ostermann has just launched new colours of its concrete decor RollBeton smooth. The anthracite and light natural versions are distinguished by a particularly smooth and even finish with excellent colour consistency, suited especially for furniture surfaces. Only natural sand is used as a raw material in the production of Ostermann's RollBeton. Some air pockets add depressions to the look. The decor surface on a roll RollBeton smooth is available in dimensions of 3000 mm x 1000 mm and with a thickness of 2 mm

RollBeton with Boarding

The industrial or loft look remains a preferred stylistic element in modern interior design. There are even two striking RollBeton variants with boarding: with plank widths of either 100 mm or 200 mm. A mineral substance is used to apply the handmade structures of rough sawn planks onto a thin fibre glass matt. The one-component mineral material is flexible, tear- and water-resistant. The decor surface on a roll RollBeton with boarding is available in dimensions of 1000 mm x 3000 mm and with a thickness of up to 4 mm.

RollTravertin

The decor surface on a roll "RollTravertin" was freshly added to the range. Its dark-grey colour fits the style of the popular RollBeton surfaces. Unlike these, however, it is not a concrete surface but an imitation of limestone, more precisely the imitation of Roman travertine. The new surfaces are available at Ostermann in rolls of 1200 mm x 2800 mm, and with a thickness of only 1.5 mm.

Stone veneers

Whether slate, sandstone, marble or metallic: Ostermann's stone veneers captivate with their exclusive effect. In addition to the Classic version, the Ecostone and Translucent versions are also available. Ecostone surfaces have a thin textile mat instead of the glass fibre substrate. This even makes them suitable for bonding around corners and edges. The Translucent version offers a very special highlight: thanks to its translucent substrate, it is suitable for backlighting the stone surface.

Furniture Linoleum

Furniture linoleum is a traditional material from plant-based sustainable raw materials. It is an ideal furniture surface: easy-care, resilient and available in many colours.Furniture makers can obtain the material from Ostermann in three different production levels that suit all requirements. If you want to make your work very easy, you can order your furniture fronts with a linoleum surface ready for assembly via the Ostermann configurators. If you want to press the material yourself, the Ostermann configurators are still the way to go. Here you can order your customised linoleum cuts online. If you want to do all processing steps yourself, you can order all linoleum decors from Ostermann in rolls and by the metre.

OSTERMANN ITALIA Srl
Via Germania, 38
35010 Peraga di Vigonza (PD)
vendite.it@ostermann.eu
www.ostermann.eu

Sicam 2021 - Padiglione 3 • Stand A12

Airsystem®. Elastic Foam.

Schiuma poliuretanica a elevato ritorno elastico e alta flessibilità.
Particolarmente indicata per il settore di materassi, di poltrone e divani. L'esclusiva formulazione, con struttura a celle aperte, permette di rispettare le normative più severe riguardanti la sostenibilità ambientale, la sicurezza e la salubrità.

Polyurethane foam with high elastic recovery and high flexibility. Particularly suitable for the mattresses, armchairs and sofas. The exclusive formulation, with open cell structure allows you to comply with the strictest regulations regarding environmental sustainability, safety and health.

**MANTENIMENTO DELLA FORMA,
DUREVOLE RESISTENZA ALL'INVECCHIAMENTO**

SHAPE RETENTION, DURABLE RESISTANCE TO AGEING

Vefer®
POLIURETANI

PRODOTTI DI **NUOVA GENERAZIONE** E MATERIALI **ECO-FRIENDLY**

NEW GENERATION PRODUCTS AND **ECO-FRIENDLY** MATERIALS

Alcuni segnali che il nostro pianeta ci sta dando, derivati dall'innalzamento della temperatura media globale e dalle emissioni di CO2, non potevano lasciarci indifferenti e hanno rafforzato il nostro impegno teso verso una produzione più sostenibile.

Un contributo importante è rappresentato da una nuova gamma di prodotti, denominati AIRSYSTEM®, che rappresenta la risposta di VEFER alle problematiche ambientali.
La ricerca dell'eccellenza nel prodotto finito (certificata dai più seri istituti di analisi) porta come naturale premessa l'utilizzo di materie prime selezionate che possano garantire un basso impatto ambientale in un'ottica di economia circolare.

La gamma AIRSYSTEM® si distingue per l'elevato comfort, la traspirabilità, uniti alle basse emissioni, dando vita ad un materiale innovativo ed eco-friendly.
A ciò si aggiunge la sua formulazione che lo rende adatto al prolungato stoccaggio sottovuoto; ottimizzando i trasporti e gli spazi di magazzino dei nostri clienti.
Il nostro sforzo non si è concentrato solo sulle nuove produzioni ma anche nell'affrontare temi come l'economia circolare. La nostra strategia industriale è ambiziosa e chiara: adottare un piano d'azione che preveda il riciclo dei materiali arrivati a "fine vita".
Diverse partnership con primarie aziende e importanti centri di ricerca sono nate per valutare diverse soluzioni che includono la progettazione di prodotti "circolari" che ci consentiranno di reinserire nel nostro processo, materiali considerati a fine ciclo dando nuova vita a questi prodotti.

Some of the signals that our planet is giving us, derived from the rise in average global temperature and CO2 emissions, could not leave us indifferent and have reinforced our commitment to more sustainable production.

An important contribution is represented by a new range of products, called AIRSYSTEM®, which represents VEFER's response to environmental problems.
The search for excellence in the finished product (certified by the most serious analysis institutes) leads as a natural premise to the use of selected raw materials that can guarantee a low environmental impact with a view to a circular economy.

The AIRSYSTEM® range stands out for its high comfort, breathability and low emissions, creating an innovative and eco-friendly material.
In addition, its formulation makes it suitable for prolonged vacuum storage, optimising transport and our customers' warehouse space.
Our efforts have not only focused on new productions but also on addressing issues such as the circular economy. Our industrial strategy is ambitious and clear: to adopt an action plan that provides for the recycling of materials that have reached the 'end of life'.
Several partnerships with leading companies and important research centres have been set up to evaluate different solutions that include the design of "circular" products that will allow us to reintroduce into our process, materials considered at the end of their cycle, giving new life to these products.

vefer.it

OSSICOLOR

CINQUANT'ANNI SEMPRE AL TOP!

Ossicolor festeggia i suoi primi 50 anni da leader nel settore della fornitura di componenti in alluminio per l'industria del mobile. Dopo aver iniziato come terzista per IRE (Whirlpool), l'azienda di Spormaggiore (Tn) è oggi una realtà tecnologicamente avanzata, decisamente "green" e sempre pronta a indicare la strada con soluzioni innovative in termini di prodotto e di finiture superficiali.

D'altra parte, i numeri parlano chiaro: nata con 15 persone su 1.000m², l'azienda ha raggiunto un fatturato annuo di 14 milioni di euro e ospita 60 persone su 10.000m². Alle celebrazioni per questo storico traguardo, Ossicolor arriva con un'importante novità: un sistema costruttivo per la realizzazione di strutture portanti per cucina 100% in alluminio, posizionabile sia all'interno che all'esterno e che rappresenta l'evoluzione della base Alubox, una scocca completamente in alluminio che si integra perfettamente fra le basi nella cucina tradizionale.

Per l'occasione l'azienda ha presentato le nuove edizioni di prodotti di grande successo: Modus, un elemento compositivo che unisce eleganza e praticità d'utilizzo, e Palo, il montante posizionabile sia in cucina che in camera da letto, ora disponibile anche nella versione tonda, denominata Jazz (design di Michele Marcon).

La novità più importante è però l'impianto automatico di verniciatura a base acqua, a basso impatto ambientale, recentemente messo in funzione all'interno della nuova area produttiva di 3.000m²: le consente di gestire internamente anche le finiture verniciate, aprendo le porte a una moltitudine di effetti innovativi su componenti di lunghezza fino a 4,5 metri.

Si aggiunge agli investimenti 4.0 che l'azienda ha progressivamente introdotto in meccanica ed ossidazione anodica, proseguendo nell'obiettivo strategico di dotarsi di soluzioni tecnologiche sostenibili e fortemente distintive.

Sempre in crescita, sempre al lavoro su nuovi progetti da trasformare in prodotti di successo, sempre concentrata su obiettivi più grandi e ambiziosi, Ossicolor fa della lavorazione dell'alluminio una vera e propria arte.

Con un incremento del fatturato estero del 25% e con più di venti fiere internazionali all'attivo, l'azienda trentina continua a stupire per stile, qualità e design. Puntando su un ciclo produttivo integrato, Ossicolor è l'interlocutore ideale per chi cerca prodotti e componenti ad alto tasso di personalizzazione. Oggi è possibile anche utilizzare il servizio "Ossicolor & You" che, tramite strumenti come Zoom e Skype, consente a clienti, fornitori e nuovi potenziali contatti di aprire, in tempi brevissimi, un dialogo con lo staff di Ossicolor (amministrazione, commerciali e tecnici).

È questa un'ulteriore riprova del desiderio che l'azienda ha di essere sempre vicina ai suoi interlocutori.

OSSICOLOR. 50 YEARS ALWAYS AT THE TOP!

Ossicolor celebrates its first 50 years as a leader in the supply of aluminium components for the furniture industry. After starting as a subcontractor for Ignis (Whirlpool), the company of Spormaggiore (Tn) is today a technologically advanced reality, definitely "green" and always ready to show the way with innovative solutions in terms of product and surface finishes.
On the other hand, the numbers speak for themselves: founded with 15 people on 1,000 m², the company has reached an annual turnover of 14 million euros and employs 60 people on 10,000 m².
At the celebrations for this historic achievement, Ossicolor has come up with an important innovation: a construction system for the creation of load-bearing structures for kitchens made entirely of aluminium, which can be positioned both indoors and outdoors and which represents the evolution of the Alubox base, a body made entirely of aluminium that integrates perfectly between the bases in traditional kitchens. For the occasion, the company presented the new editions of very successful products: Modus, a compositional element that combines elegance and practicality of use, and Palo, the upright that can be positioned both in the kitchen and in the bedroom, now also available in the round version, called Jazz (design by Michele Marcon).
But the most important new feature is the automatic, environmentally friendly, water-based coating plant, which was recently put into operation in the new 3000 m² production area: it allows the company to manage the coated finishes in-house, opening the door to a multitude of innovative effects on components up to 4.5 metres long. This is added to the 4.0 investments that the company has progressively introduced in mechanics and anodizing, continuing the strategic objective of providing itself with sustainable and highly distinctive technological solutions.
Always growing, always working on new projects to be transformed into successful products, always focused on bigger and more ambitious goals, Ossicolor makes aluminium processing a real art.
With a 25% increase in foreign turnover and more than twenty international trade fairs to its credit, the Trentino-based company continues to impress with its style, quality and design. Relying on an integrated production cycle, Ossicolor is the ideal partner for those looking for products and components with a high level of customization.
Today it is also possible to use the "Ossicolor & You" service, which includes the use of tools such as Zoom and Skype and allows customers, suppliers and potential new contacts to open a dialogue with the Ossicolor staff (administration, sales and technicians) in a very short time. Further confirmation of the company's desire to be close to its stakeholders.

OSSICOLOR Srl
Via Fontanelle, 126
Spormaggiore (Tn)
sales@ossicolor.it
www.ossicolor.it

Sicam 2021 - Padiglione 6 • Stand C21

PELMA: DUE EVENTI PER VALORIZZARE IL POLIURETANO ESPANSO A FINE VITA

È ormai una consuetudine la presenza di Pelma al FuoriSalone. La partecipazione all'edizione 2021 aveva un ulteriore significato, quello di contribuire a dare un segnale di ripresa in una fase così importante per il futuro dell'intero settore. Da quasi 60 anni leader nella produzione di poliuretano espanso flessibile, Pelma era presente con due installazioni: "WasteEnders" e "Window Display - Foamy Fantasy". I due eventi avevano come obiettivo di mostrare esempi di economia circolare e richiamare l'attenzione sulle potenzialità presenti negli scarti industriali.

WasteEnders

Negli spazi di Superstudio Più si è svolta la mostra "WasteEnders" curata dall'architetto Riccardo Giovanetti.

Il percorso espositivo della mostra ha presentato il poliuretano espanso flessibile attraverso testi e immagini che introducevano il visitatore alla scoperta dei diversi approcci che il mondo industriale ha sviluppato per consentire una valorizzazione del materiale a fine vita e degli scarti di lavorazione. Una serie di prodotti fisici ha accompagnato la rassegna mostrando alcuni dei molteplici settori dove il poliuretano espanso rigenerato trova una nuova concreta applicazione.

Window Display Foamy Fantasy

Allo Spaces Isola ha trovato invece spazio l'installazione Window Display - Foamy Fantasy, curata da Finemateria, composto dai due designer Stefano Bassan e Gianluca Sigismondi, collaborazione che sottolinea l'impegno dell'azienda verso i giovani progettisti offrendo loro stimoli progettuali e sostegno alla loro creatività.

L'installazione "Window Display - Foamy Fantasy" si proponeva di esaminare il poliuretano espanso flessibile dal micro fino a larga scala, secondo quattro differenti oggetti e interpretazioni. Gli scarti industriali di poliuretano espanso hanno una precisa identità fisica, un potenziale nascosto ed una loro unicità. Il visitatore è stato sollecitato a cambiare la percezione del concetto di scarto fino a renderlo un oggetto ricco di valori, sotto una nuova interpretazione.

PELMA: AT FUORISALONE TWO EVENTS TO HIGHLIGHT END-OF-LIFE POLYURETHANE

Pelma's presence at FuoriSalone has become a tradition. Participation in the 2021 edition had a further significance, that of helping to give a sign of recovery in such an important phase for the future of the entire sector.
A leader in the production of flexible polyurethane foam for almost 60 years, Pelma was present with two installations: "WasteEnders" and "Window Display - Foamy Fantasy". The two events were aimed at showing examples of circular economy and drawing attention to the potential of industrial waste.

WasteEnders

The "WasteEnders" exhibition curated by architect Riccardo Giovanetti was held at Superstudio Più. The exhibition presented flexible polyurethane foam through texts and images that introduced the visitor to the discovery of the different approaches that the industrial world has developed in order to allow a valorisation of the material at the end of its life and of the processing waste. A series of physical products accompanied the exhibition showing some of the many sectors where regenerated polyurethane foam finds a new concrete application.

Window Display - Foamy Fantasy

At Spaces Isola the installation Window Display - Foamy Fantasy, curated by Finemateria, composed of the two designers Stefano Bassan and Gianluca Sigismondi, a collaboration that underlines the company's commitment to young designers by offering them design stimuli and support for their creativity. The installation "Window Display - Foamy Fantasy" aimed to examine flexible polyurethane foam from the micro to the large scale, according to four different objects and interpretations.
The industrial polyurethane foam waste has a precise physical identity, a hidden potential and its own uniqueness. The visitor was asked to change the perception of the concept of waste to an object rich in value, under a new interpretation.

PELMA SpA.
Via Mazzini, 500
Bassano Bresciano (BS)
www.pelma.it

“SUPERSALONE”: UNA SCOMMESSA VINTA GRAZIE A CORAGGIO, PASSIONE E COESIONE

“supersalone”, l’evento speciale 2021 del Salone del Mobile.Milano, supera ogni aspettativa in termini di affluenza e sancisce il rilancio della città, di un intero sistema e del Paese.
425 sono stati i brand espositori, di cui il 16% esteri a cui si sommano 170 giovani studenti provenienti da 22 Paesi e 39 designer indipendenti. In termini di affluenza di visitatori, le presenze registrate sono state oltre 60mila, in sei giorni da 113 Paesi. Più della metà sono stati operatori di settore e buyer (il 47% provenienti dall’estero). Quasi 1.800 i giornalisti accreditati da tutto il mondo.

Decisivo anche il ruolo della nuova piattaforma digitale del Salone del Mobile.Milano che, nei giorni del “supersalone”, ha amplificato l’evento, attivando un nuovo approccio e un’inedita fruizione sia per i visitatori presenti in fiera sia per gli utenti in remoto.
“Chiudiamo questa edizione del Salone del Mobile.Milano con grande soddisfazione e tanta emozione. Era importante fare un primo ma decisivo passo, esserci e dare un segnale all’intero Paese. Ci siamo riusciti. Grazie al lavoro di tutti: le aziende che si sono messe in gioco, il curatore Stefano Boeri e tutto il team di co-curatori, ma anche gli organizzatori, gli allestitori i designer e gli operatori della cultura e della comunicazione che, insieme, hanno creduto in questa manifestazione. Un ringraziamento particolare al Presidente della Repubblica Sergio Mattarella che ci ha fatto sentire la vicinanza delle istituzioni. Scegliere di dare vita a questo “supersalone” ha implicato una buona dose di coraggio e un’importante assunzione di responsabilità nei confronti di tutto il sistema e dell’intera filiera che avevano bisogno di un’occasione fisica e concreta, non solo simbolica e digitale, per spingere sull’acceleratore di una ripartenza che – lo abbiamo constatato questa settimana – è già realtà”, commenta Maria Porro, Presidente del Salone del Mobile.Milano. “Lo scorso giugno avevamo promesso un “supersalone”, cioè un evento imperdibile e speciale, capace di trainare per una settimana l’intero mondo del design e degli arredi. Oggi, possiamo dire che ci siamo riusciti, grazie alla fiducia dataci dal Salone del Mobile.Milano, alla disponibilità delle aziende e al lavoro straordinario di un team di curatori – Andrea Caputo, Maria Cristina Didero, Giorgio Donà, Anniina Koivu, Studio Folder (Marco Ferrari e Elisa Pasqual), Lukas Wegwerth – che ha mostrato al mondo quale può essere il futuro delle grandi esposizioni. Aperto al pubblico, all’interazione digitale e all’acquisto, con un formato espositivo limpido e capace di valorizzare i prodotti, completamente riciclabile nei materiali e smontabile negli allestimenti, il “supersalone” è stata la dimostrazione che, nei momenti di difficoltà, l’intreccio tra coraggio, passione e chiarezza negli obiettivi è una leva che può

Vefer®
POLIURETANI

RISPETTO
RICERCA
INNOVAZIONE
MIGLIORA
LA **QUALITÀ**
DELLA VITA

VEFER.IT

20851 LISSONE (MB) - ITALY - VIALE MARTIRI DELLA LIBERTÀ, 102 - TEL. +39 039.484821 R.A. - FAX +39 039.484607 - INFO@VEFER.COM

cambiare il mondo", afferma l'architetto Stefano Boeri, curatore di "supersalone".
"Un supersalone di nome e di fatto che ha saputo coniugare in una formula innovativa calata nell'eccezionalità del momento, design, sostenibilità, qualità, ricerca, innovazione, cultura e food. In una parola i fiori all'occhiello del tessuto imprenditoriale del nostro Paese che, grazie al supersalone, hanno 'suonato' all'unisono dimostrando la capacità di fare sistema da parte di tutti i soggetti pubblici e privati coinvolti" sottolinea Claudio Feltrin, presidente di FederlegnoArredo.

"SUPERSALONE": A BET WON THANKS TO COURAGE, PASSION AND COHESION

"supersalone", the special 2021 Salone del Mobile.Milano event, exceeded all expectations in terms of visitor flows and set the seal on the recovery of the city, an entire system and the country as a whole.
425 brands showcased their wares, 16% of which from countries other than Italy, with an additional 170 young design students from 22 countries and 39 independent designers.
In terms of visitor flows, over 60,000 presences were recorded over six days, 30% of them from 113 countries. Over half were trade operators and buyers (47% from outside of Italy). Almost 1,800 accredited journalists attended from all over the world.
The new Salone del Mobile.Milano digital platform also played a decisive role, amplifying the event during "supersalone" by launching a new approach and seeing unprecedented uptake by visitors both at the fair and remote users.
"We are closing this edition of the Salone del Mobile.Milano with great satisfaction and huge emotion. It was important to take that first but decisive step, to make our presence felt and send a signal to the country as a whole. We did it. Thanks to all the hard work everyone put into it: the companies who hedged their bets on it, the curator Stefano Boeri and all the team of co-curators, and the organisers, the riggers, the designers and the cultural and communication professionals who all believed in this event, together. Particular thanks go to the President of the Republic Sergio Mattarella who assured us of the support of the institutions. Deciding to go ahead with this "supersalone" took a good dose of courage and meant taking on a lot of responsibility – for the system as a whole and for the entire supply chain, which needed a physical and concrete occasion, not just symbolic and digital, to press the accelerator for a restart which – as we saw this week – is already in gear" said Maria Porro, President of the Salone del Mobile.Milano.
"Just last June we promised you a "supersalone" – i.e. an unmissable and special event, that would be capable of drawing in the entire design and furnishing world for a week. Today we can say that we did it, thanks to the faith that the Salone del Mobile.Milano put in us, to the availability of the companies and to the extraordinary efforts of a team of curators - Andrea Caputo, Maria Cristina Didero, Giorgio Donà, Anniina Koivu, Studio Folder (Marco Ferrari and Elisa Pasqual) and Lukas Wegwerth – who showed the world where the future of large exhibitions could lie. Open to the public, to digital interaction and to purchasing, with a clear exhibition format capable of valorising the products, with totally recyclable and dismountable display materials, and the blend of courage, passion and clarity in pursuing the objectives is a lever that could change the world," affirmed the architect Stefano Boeri, curator of "supersalone".
"It's proved to be a "supersalone" in name and deed, successfully bringing together an innovative format driven by the exceptional times, design, sustainability, quality, research, innovation, culture and food. In other words, the jewels in the crown of the business fabric of our country which, thanks to "supersalone" all 'played' in unison, demonstrating the ability of all the public and private actors involved to create a system", said Claudio Feltrin, President of FederlegnoArredo.

QUALITY ARTICLES FOR UPHOLSTERED

BUYING HOUSE DELITEX S.R.L. - Via Suore del Cottolengo 3/5 - 22060 Cabiate
Phone: +39 031 76 84 52 – Fax +39 031 75 63 42 - info@delitex.it - www.delitex.it

OMGE: PROPOSTE INNOVATIVE PER UN UTILIZZO OTTIMALE DEGLI SPAZI

Omge, azienda leader nella produzione di soluzioni scorrevoli, reinventa un nuovo concetto di utilizzo dell'ambiente offrendo numerose proposte concepite per un miglior sfruttamento degli spazi. Le soluzioni tecniche odierne devono essere in grado di confrontarsi con spazi sempre più limitati, ai quali è richiesto poter dare funzionalità e devono garantire un impatto estetico di valore abbinato a semplicità di utilizzo.

Sono esattamente le caratteristiche che ritroviamo negli accessori della linea "Alutech Modula" inserita nel catalogo "Guide per allungamento tavoli". "Alutech Modula" include una serie di meccanismi in alluminio ad estensione multipla e vari accessori, quali ad esempio il set di gambe pieghevoli art.9603, che ne consentono l'utilizzo per svariate applicazioni. L'estrazione da un vano di un piano di lavoro, di un tavolo a penisola, di un'asse da stiro o più semplicemente l'allungamento di un tavolo a consolle, sono solo alcune delle possibili applicazioni. La versatilità di utilizzo di questa linea è la caratteristica più gradita e rappresenta uno strumento importante nelle mani di designers e progettisti, interpreti primari nella ricerca di soluzioni tecniche in grado di rispondere alle esigenze del mercato e del target al quale l'azienda riserva un canale preferenziale.

Con questo catalogo Omge prosegue chiaramente il processo di diversificazione che negli ultimi anni l'ha portata ad allargare i propri orizzonti commerciali proponendola come fornitore di riferimento per differenti settori. A conferma di ciò in occasione della fiera Sicam 2021 l'azienda presenterà il nuovo catalogo "Sistemi scorrevoli per interni" che include diversi meccanismi per porte scorrevoli e altri sistemi più specificatamente rivolti al settore del mobile. I sistemi scorrevoli per porte d'interni offrono una gamma differenziata per capacità di carico, da 40 Kg fino a 120 Kg, e per la presenza o meno di meccanismi a richiamo automatico per chiusura soft closing. La sezione dedicata al settore del mobile racchiude sistemi scorrevoli a scorrimento sia superiore che inferiore. Tutti i meccanismi sono dotati di binari esclusivamente prodotti in alluminio anodizzato e sono disponibili nella versione con richiamo per chiusura automatica.

ry. The sliding systems for interior doors offer a range which is differentiated by loading capacity, from 40 Kg up to 120 Kg, and by the presence or absence of the soft closing dampers. Also the sliding hangers, main technical component of the system, have been updated to ensure a smooth and silent running. The section dedicated to the furniture industry includes different types of wardrobe and cabinet sliding systems. All the mechanisms are provided exclusively with anodized aluminium tracks and are available with the soft closing feature.

OMGE: INNOVATIVE PROPOSALS FOR AN OPTIMAL USE OF THE SPACES

Omge, a leading company in the production of sliding solutions, contrives a new concept regarding how to use the rooms and offers all customers several proposals designed to guarantee the best use of the spaces. Today's technical solutions must be able to deal with ever more scarce spaces to which it is necessary giving functionality and that must guarantee good aesthetic impact combined with ease of use. These are exactly the characteristics of the line "Alutech Modula" presented in our catalog "Table Extension Slides". The "Alutech Modula" series includes a complete range of multiple extension aluminium mechanisms and accessories, such as the folding set of legs art.9603, to offer various possibilities of application. Pulling out a working surface, a peninsula table, an iron board or simply a console table extension are just some of the most important applications. The versatility of use of this line is the main characteristic and represents a perfect instrument in the hands of designers and professionals who are major players in finding technical solutions to meet the demands of the market and who are target to which our company would like to reserve a preferential channel. With this catalog Omge continues the process of diversification that in the last years brought the company to expand the business horizons proposing itself as reference supplier for different sectors. To confirm this at the next Sicam fair 2021 the company will present the new catalog "Sliding systems for interiors" which includes several systems for interior doors and some other systems more specifically dedicated to the furniture indust-

OMGE SpA
Via Nazionale, 1
Vertemate (CO)
info@omgespa.it
www.omgespa.it

Sicam 2021 - Padiglione 3 · Stand A11

DELITEX: UN VASTO ASSORTIMENTO DI MATERIALI CON RESISTENZA AL FUOCO

Buying House Delitex, azienda specializzata nella fornitura di materiali per il mobile imbottito, propone un vasto assortimento di materiali resistenti al fuoco.

Nelle varie categorie di prodotti, Delitex offre soluzioni diverse in conformità alle principali normative in vigore.
L'elenco dei prodotti provvisti di certificazione ignifuga è ricco e ben articolato: per quanto riguarda gli accoppiati in poliuretano e in vellutino lo spessore può variare dai 3 mm ai 9 mm. Tra gli altri prodotti ignifughi, Delitex dispone di tessuti tenuta piuma (gli antipiuma) e di una tela leggera 100% cotone.
Negli ultimi tempi, Delitex ha ottenuto importanti e notevoli risultati nella ricerca di materiali idonei alla certificazione dell'attuale normativa californiana e allo stesso tempo privi di sostanze cosiddette "ignifuganti" in ottemperanza alla proposition 65.
Tra questi anche due interposti: una fibra accoppiata e un tessuto con ottime performance in termini di tenuta piuma.
Eliminare alcuni additivi chimici potenzialmente nocivi per la salute dell'uomo dalle componenti del mobile imbottito risulta infatti di primaria importanza per il mercato statunitense.
L'impegno di Delitex nel fornire ai propri clienti soluzioni di tenuta al fuoco si inserisce nella continua ricerca di standard qualitativi elevati e di un servizio sempre a misura di cliente.

DELITEX: A WIDE RANGE OF MATERIALS WITH FIRE RESISTANCE

Buying House Delitex, a company specialising in the supply of materials for upholstered furniture, offers a wide range of fire-resistant materials.
Delitex offers different solutions in the various product categories in accordance with the main regulations in force.
The list of products with fi-

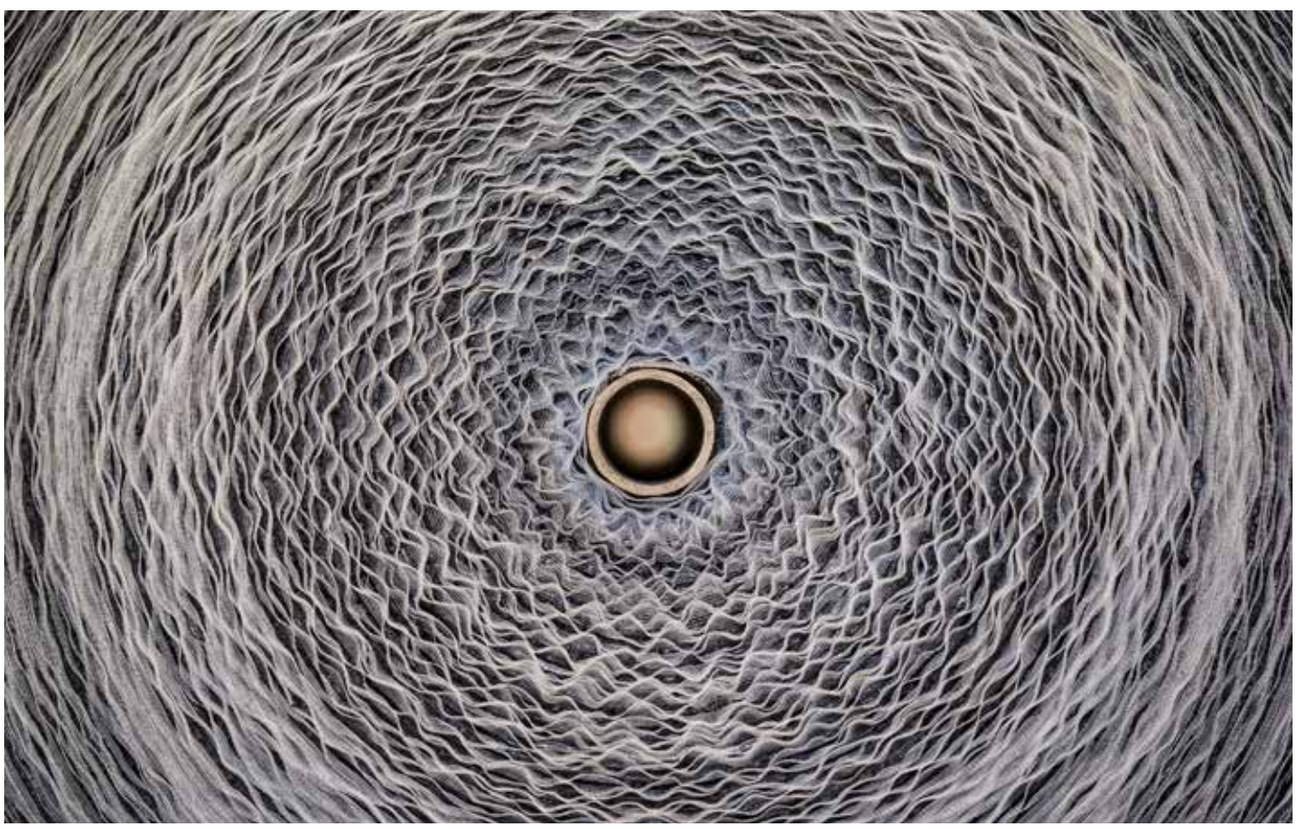
reproof certification is rich and well-constructed: for polyurethane and velvet laminates, the thickness can range from 3 mm to 9 mm. Among other fireproof products, Delitex has feather-tight fabrics (the antifoam) and a light 100% cotton canvas.

Recently, Delitex has obtained important and remarkable results in the research of materials suitable for the certification of the current Californian legislation and at the same time free of so-called "fireproofing" substances in accordance with proposition 65. Among these two interposed: a coupled fiber and a fabric with excellent performance in terms of feather tightness.

The elimination of certain chemical additives potentially harmful to human health from the components of upholstered furniture is in fact of primary importance for the U.S. market.

Delitex's commitment to providing its customers with fireproofing solutions is part of its ongoing search for high quality standards and customer-friendly service.

BH DELITEX srl
Via Suore Del Cottolengo, 3/5
Cabiate (CO)
info@delitex.it
www.delitex.it



ELCAM: MATERIALI INNOVATIVI PER IMBOTTITI DI QUALITÀ

Azienda da sempre attenta alle innovazioni, Elcam utilizza materiali di elevata qualità e macchinari tecnologicamente avanzati che le hanno permesso di conquistare una clientela esigente affermandosi così a livello internazionale.
Tra i suoi prodotti innovativi troviamo Solotex, SoloFlex, SoloSoff e Waterproof, il tessuto idrorepellente in esclusiva per Elcam.

Solotex©: un prodotto innovativo dalle elevate prestazioni

Solotex© è un prodotto innovativo di ultima generazione, un'imbottitura elastica che, grazie alla memoria di forma, è in grado di conferire ai sedili e agli schienali degli imbottiti un ottimo comfort, microclima e portanza.
Indeformabilità, anatomicità e voluminosità sono le caratteristiche che meglio contraddistinguono questo prodotto elastico, areato, flessibile e morbido. Solotex© garantisce performance di notevole durevolezza, elasticità, leggerezza e grande traspirabilità. Inoltre, essendo un prodotto a base di fibre di poliestere, Solotex© può essere riciclato.

Soloflex: un prodotto con caratteristiche superiori di portanza

Elcam offre miscele di materiali diversi, sia naturali che sintetici. Queste miscele vengono accuratamente studiate per ottenere imbottiture dalle caratteristiche tecniche uniche che garantiscono un comfort personalizzato a seconda delle esigenze del cliente. SoloFlex è un prodotto con caratteristiche superiori di portanza e durata nel tempo. E' disponibile in diverse percentuali di composizione (Memory + Solotex) e nella versione ignifuga BS 5852. SoloFlex è estremamente versatile: può essere infatti utilizzato sia per schienali che per sedute e braccioli.

SoloSoff: una microfibra con una notevole versatilità

Un altro prodotto innovativo è SoloSoff, una microfibra che, grazie a una denaratura fine e preformata, offre morbidezza, sofficità e comfort. SoloSoff è consigliato per ottenere le stesse performance di piume e piumini. E' disponibile nella versione ignifuga BS 5852.

WATERPROOF: il tessuto idrorepellente perfetto per l'outdoor

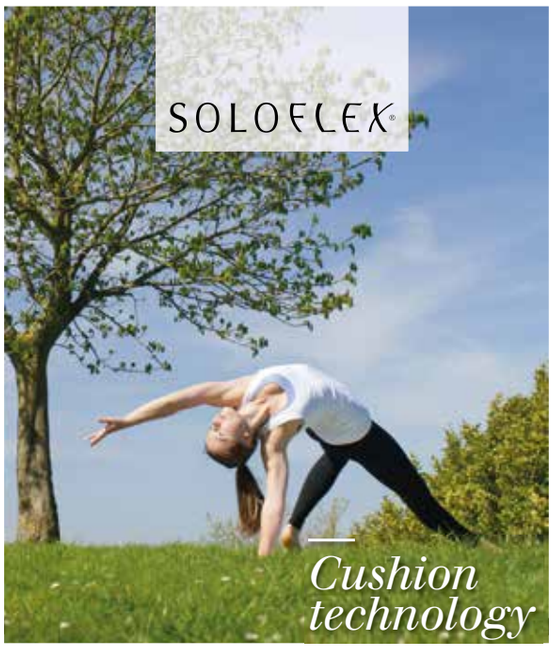
WATERPROOF, tessuto idrorepellente in esclusiva per Elcam, viene utilizzato per l'intera produzione outdoor. E' un tessuto garantito, testato, resistente all'acqua e agli agenti atmosferici in generale, di facile manutenzione, di ottima qualità e di lunga durata.
La sua particolare lavorazione rende il prodotto WATERPROOF leader nel mercato dell'outdoor, conferendogli anche l'esclusiva di marchio registrato.

ELCAM: INNOVATIVE MATERIALS FOR QUALITY UPHOLSTERY

A company that has always been attentive to innovation, Elcam uses high quality materials and technologically advanced machinery that have allowed it to win over the most demanding customers, thus establishing itself at an international level. Among its innovative products we find Solotex, SoloFlex, SoloSoff and Waterproof, a water-repellent fabric exclusively for Elcam.

Solotex©: an innovative product with high performance

Solotex© is an innovative product of the latest generation. It is an elastic padding that, thanks to its shape memory, is able to give the seats and backrests of the padded items an excellent comfort, microclimate and bearing capacity.



Excellent non-deformability, anatomicity and volume are the characteristics that best distinguish this elastic, ventilated, flexible and soft product. Solotex© guarantees performances of remarkable durability, elasticity, lightness and great breathability. Moreover, being a product based on polyester fibres, Solotex© can be recycled.

SoloFlex: a product with superior characteristics of lift

Elcam offers mixtures of different materials both natural and synthetic. These mixtures are carefully studied for getting stuffings from the unique technical characteristics that guarantee a comfort personalized according to the need of customers.SoloFlex is a product with superior characteristics of lift and durability. It is available in different percentages of composition (Memory + Solotex) and in the flame retardant version BS 5852. SoloFlex is extremely versatile: in fact it can be used both fot seats and arms and seatbacks.

SoloSoff: a microfiber with a remarkable versatility

Another innovative product is SoloSoff, a microfiber that, thanks to an elegant and preformed den, it offers softness and comfort. SoloSoff is recommended for getting the same performances of feathers and comforters.
It is available in the flame retardant version BS 5852.

WATERPROOF: the perfect water-repellent fabric for outdoor use

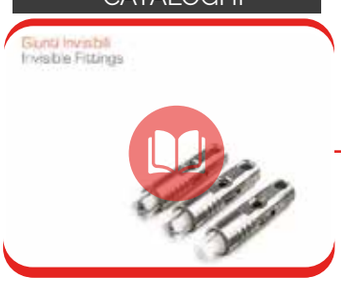
WATERPROOF, a water-repellent fabric exclusively for Elcam, is used for the entire outdoor production. It is a guaranteed fabric, tested, resistant to water and atmospheric agents in general, easy to maintain, of excellent quality and long lasting.
Its special processing makes the product WATERPROOF leader in the outdoor market, giving it the exclusive trademark.

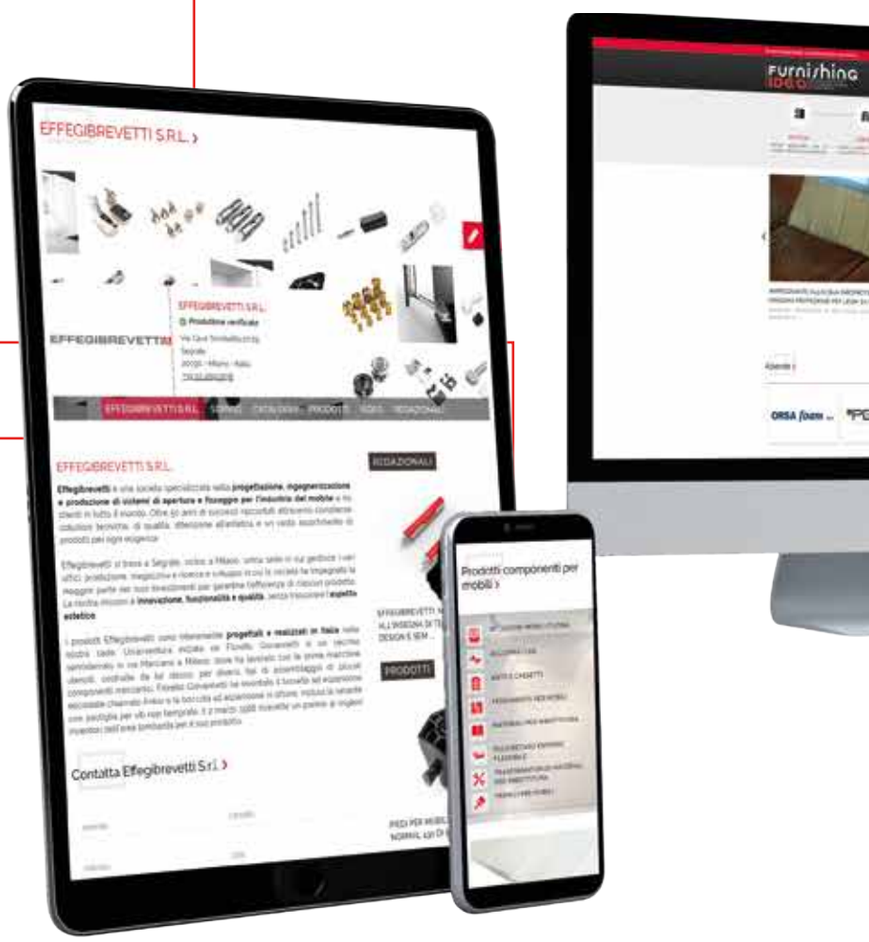
ELCAM srl
Via delle Industrie 30/36
Lissone (MB)
ufficioestero@elcam.eu
www.elcam.eu

AZIENDE SELEZIONATE

PRODOTTI

CATALOGHI





Metti il turbo alla tua azienda e raggiungi nuovi clienti.
Presenta la tua azienda

www.furnishingidea.it

Furnishing Idea è il portale dedicato ai **Componenti**, **Semilavorati** e **Accessori per l'industria del mobile** che mette in comunicazione professionisti come **architetti**, **designer, mobilieri** e **aziende** attive sul mercato. Il Portale ha anche lo scopo di fornire un valido **servizio tecnico-informativo** su prodotti, eventi e fiere di settore e tutto ciò che ruota attorno al mondo dell'industria del mobile.

ishing

COMPONENTI, SEMILAVORATI
ED ACCESSORI PER L'INDUSTRIA
DELL'ARREDAMENTO

VIDEO E INTERVISTE

NOTIZIE E NOVITÀ

Give your company a boost and reach new customers.
Present your company

www.furnishingidea.com

Furnishing Idea is the portal dedicated to **Components**, **Semi-finished products** and **accessories for the furniture industry** that connects professionals such as **designers**, **furniture makers** and **companies** that operate on the market. The portal also aims to provide a valid **technical and valuable technical-informative service** on products events and trade fairs and everything that revolves around the world of furniture industry.

Synergy Lab

EFFEGIBREVETTI

I nostri clienti sono i veri protagonisti.

È finalmente disponibile Synergy Lab, la nuova soluzione versatile e durevole, creata per esporre i prodotti Effegibrevetti sfruttando al meglio lo spazio espositivo.

Finally available Synergy Lab, the new versatile and durable solution created to display Effegibrevetti's products by making the most of the exhibition space.

Our clients are the true protagonists.

EFFEGIBREVETTI

www.effegibrevetti.com

TRE DOMANDE A...

La situazione economica post pandemia, i rincari delle materie prime, sostenibilità ambientale e digitalizzazione. Ne abbiamo parlato con alcuni protagonisti del settore.

The post-pandemic economic situation, rising raw material prices, sustainability and digitalisation: we spoke to some of the key players in the sector about these issues

MARCO PELUCCHI
AD DI PELMA

Nonostante la difficile situazione che ben conosciamo, i risultati economici di molte aziende del settore non sono stati negativi, anzi in taluni casi hanno registrato significativi incrementi. Quale è il vostro bilancio su questa prima parte dell'anno?
I problemi di approvvigionamento delle materie prime, il costante aumento dei prezzi delle stesse, almeno fino a prima della chiusura estiva, le difficoltà nella logistica non hanno fatto diminuire la domanda di poliuretano espanso flessibile che, anzi, è stata sostenuta come lo è stata nella seconda parte dello scorso anno.

Quali sono le vostre previsioni generali sul futuro economico del settore e in particolare della vostra azienda?
Premesso che fare delle previsioni risulta molto azzardato e difficile, nel corso del 2021 abbiamo ripreso la pianificazione degli investimenti provvisoriamente sospesi nel corso dell'anno precedente: nello specifico prevediamo di potenziare la capacità produttiva nel reparto di taglio del poliuretano espanso.

Sostenibilità e digitalizzazione sono certamente due temi chiave sui quali la maggior parte delle aziende si sta orientando. In quale misura questi temi determineranno l'attività futura della vostra azienda?
Quali strategie pensate di attuare per affrontare il mercato?
Nell'ottica di una sempre maggiore attenzione all'impatto ambientale del nostro stabilimento, nel corso del 2021 abbiamo realizzato un nuovo impianto fotovoltaico con l'intento di riuscire ad autoprodurre fino al 60% del nostro fabbisogno energetico.
Per quanto riguarda la digitalizzazione, proseguiremo gli investimenti in ottica "Industria 4.0" che sono iniziati quattro anni fa con gli impianti di produzione, integrandoli ed interconnendoli ai sistemi informatici e gestionali aziendali. L'obiettivo è quello di far circolare le informazioni nel più breve tempo possibile in modo da ottimizzare i tempi ed i costi.

Despite the difficult situation with which we are all familiar, the economic results of many companies in the sector have not been negative, and in some cases have recorded significant increases. What is your assessment of this first part of the year?
The problems in supplying raw materials, the constant increase in raw material prices, at least until before the summer shutdown, and the difficulties in logistics did not reduce demand for flexible polyurethane foam, which, on the contrary, was sustained as it was in the second part of last year.

What are your general forecasts for the economic future of the sector and of your company in particular?
While it is very risky and difficult to make d half of last year, forecasts, in 2021 we have resumed the planning of investments temporarily suspended in the previous year: specifically, we plan to increase production capacity in the polyurethane foam cutting department.

Sustainability and digitalisation are certainly two key themes on which most companies are focusing. To what extent will these issues determine the future activity of your company?
What strategies do you plan to implement to address the market?
With a view to paying more and more attention to the environmental impact of our plant, we will be installing a new photovoltaic system in 2021 with the aim of being able to self-produce up to 60% of our energy needs.
As far as digitalisation is concerned, we will continue to invest in "Industry 4.0", which began four years ago with the production facilities, integrating and interconnecting them with the company's IT and management systems. The aim is to circulate information as quickly as possible in order to optimise time and costs. *

MANUEL CECCHELE, TITOLARE E CONSOCIO DI OSSICOLOR INSIEME A ROBERTO MASCIOCCHI

Nonostante la difficile situazione che ben conosciamo, i risultati economici di molte aziende del settore non sono stati negativi, anzi in taluni casi hanno registrato significativi incrementi. Quale è il vostro bilancio su questa prima parte dell'anno?
Il bilancio di questa prima parte dell'anno è indubbiamente positivo se si considera il fatturato prodotto, malgrado gli inarrestabili aumenti delle materie prime abbiano inevitabilmente impattato in modo negativo sulla redditività.
Comunque, nonostante il continuo susseguirsi di rincari da parte dei fornitori, abbiamo deciso di mantenere invariati i prezzi praticati ai nostri clienti durante i primi mesi dell'anno. Una scelta aziendale compiuta consapevolmente per dare il proprio contributo alla ripresa del settore.

Quali sono le vostre previsioni generali sul futuro economico del settore e in particolare della vostra azienda?
La pandemia ha influenzato le tempistiche e i metodi di confronto con i nostri clienti. In molti casi, siamo stati obbligati a mettere in 'standby' alcuni prodotti ideati con loro, per adeguarci alle uscite in programma nelle fiere e negli show-room, fortemente condizionati dal Covid.

L'assenza di grandi eventi, comunque, ci ha dato l'opportunità di dedicare più tempo allo sviluppo di nostri nuovi prodotti e al perfezionamento di quelli già in essere.
Le crisi economiche degli ultimi anni, infatti, ci hanno mostrato come il subire passivamente gli eventi, aspettando che la tempesta si attenui, possa rivelarsi una tattica rischiosa. Riteniamo invece opportuno affiancare ad un'attenta gestione finanziaria, una strategia di rilancio capace di cogliere le opportunità legate ai cambiamenti in essere.
Questo approccio ci permette di vedere il futuro del settore con ottimismo, certi di una continua crescita strutturale ed economica della nostra azienda.

tre domande a...

Sostenibilità e digitalizzazione sono certamente due temi chiave sui quali la maggior parte delle aziende si sta orientando. In quale misura questi temi determineranno l'attività futura della vostra azienda?
Quali strategie pensate di attuare per affrontare il mercato?
Sostenibilità e digitalizzazione sono le linee guida che ispirano gli investimenti aziendali.
Ne è un esempio il nuovo impianto di verniciatura a base acqua in grado di applicare infiniti effetti cromatici su profili fino a 4,5 metri; oltre ad essere completamente automatico ed interconnesso con i sistemi aziendali, adotta le più recenti tecnologie per garantire il minor impatto ambientale.Dal connubio fra sostenibilità e digitalizzazione deriva anche la scelta di utilizzare un'elettroerosione a filo per la creazione di campioni in lega di alluminio fino a 500mm di lunghezza, dimensionalmente perfetti e totalmente riciclabili.
Recentemente sono stati inoltre implementati macchinari specifici per la compattazione di carta, nylon ed alluminio che hanno trasformato potenziali rifiuti in prodotti commerciabili; ed è in fase avanzata di studio un processo in grado di trasformare i fanghi di depurazione in un prodotto riutilizzabile, perseguendo l'ambizioso obiettivo di eliminare ogni rifiuto industriale.
Sul fronte della digitalizzazione, è oggi possibile utilizzare il servizio "Ossicolor & You" che, tramite strumenti come Zoom e Skype, consente a clienti, fornitori e nuovi potenziali contatti di aprire, in tempi brevissimi, un dialogo con lo staff di Ossicolor (amministrazione, commerciali e tecnici), che si aggiunge ai vari strumenti che utilizziamo in modo sempre più scrupoloso: dal nostro sito internet (www.ossicolor.it), alla Newsletter ("Informal"), fino ad arrivare ai vari canali social.

In spite of the difficult situation with which we are all familiar, the economic results of many companies in the sector have not been negative, and in some cases have recorded significant increases. What is your assessment of this first part of the year?
The balance sheet for this first part of the year is undoubtedly positive if we consider the turnover produced, despite the fact that the relentless increases in raw materials have inevitably had a negative impact on profitability.
However, in spite of the constant increase in prices from suppliers, we have decided to keep the prices charged to our customers unchanged during the first months of the year. This was a conscious business decision to contribute to the recovery of the sector.

What are your general forecasts for the economic future of the sector and of your company in particular?
The pandemic has affected the timing and methods of dealing with our customers. In many cases, we have been forced to put some of

the products we have designed with them on 'stand-by' in order to adapt to the releases scheduled at trade fairs and showrooms, which are strongly influenced by Covid.
The absence of major events, however, has given us the opportunity to devote more time to developing our new products and perfecting those already in existence.
The economic crises of recent years have shown us that passively suffering events, waiting for the storm to abate, can be a risky tactic. Instead, we believe it is appropriate to

combine careful financial management with a recovery strategy capable of seizing the opportunities linked to the changes taking place. This approach allows us to view the future of the sector with optimism, certain of the continued structural and economic growth of our company.

Sustainability and digitalisation are certainly two key themes on which most companies are focusing. To what extent will these issues determine the future activity of your company? What strategies do you plan to implement in order to face the market?

Sustainability and digitalisation are the guidelines that inspire the company's investments.
An example of this is the new water-based painting plant capable of applying infinite colour effects on profiles up to 4.5 metres; as well as being fully automatic and interconnected with the company systems, it uses the latest technologies to guarantee the lowest possible environmental impact.
The combination of sustainability and digitalisation also led to the decision to use a wire electroerosion machine to create aluminium alloy samples up to 500 mm in length, which are dimensionally perfect and totally recyclable.
Specific machinery for compacting paper, nylon and aluminium has also recently been implemented, transforming potential waste into marketable products, and a process to transform sewage sludge into a reusable product is at an advanced stage of study, pursuing the ambitious goal of eliminating all industrial waste.
On the digitalization front, it is now possible to use the service "Ossicolor & You" which, through tools such as Zoom and Skype, allows customers, suppliers and potential new contacts to open, in a very short time, a dialogue with the staff of Ossicolor (administration, sales and technical), in addition to the various tools that we use in an increasingly scrupulous way: from our website (www.ossicolor.it), to the Newsletter ("Informal"), up to the various social channels. *

RICCARDO LEPORINI, DIRETTORE COMMERCIALE DI CINELLI PIUME E PIUMINI

Nonostante la difficile situazione che ben conosciamo, i risultati economici di molte aziende del settore non sono stati negativi, anzi in taluni casi hanno registrato significativi incrementi. Quale è il vostro bilancio su questa prima parte dell'anno?

Per noi che produciamo un prodotto fortemente stagionale, rimane difficile fare bilanci basandosi solo sulla prima parte dell'anno. La campagna vendita è stata positiva, grazie al buon inverno scorso che ha portato fiducia nei nostri clienti. Adesso la seconda parte del 2021 ci dirà com'è realmente la situazione di mercato.

Quali sono le vostre previsioni generali sul futuro economico del settore e in particolare della vostra azienda?

Ci aspettiamo un buon risultato finale. Molto dipende dal clima che è decisivo sulle vendite di un prodotto come il nostro. Il settore non potrà avere gli incrementi sensazionali del 2020, dovuti sia al lungo lock-down che ad una riscoperta della "Casa", ma di sicuro ci sarà ancora un'attenzione importante da parte dei consumatori che ad oggi "vivono la casa" maggiormente rispetto al passato.

Sostenibilità e digitalizzazione sono certamente due temi chiave sui quali la maggior parte delle aziende si sta orientando. In quale misura questi temi determineranno l'attività futura della vostra azienda? Quali strategie pensate di attuare per affrontare il mercato?

L'azienda è impegnata da anni sulla sostenibilità e di sforzi ne sono stati fatti molti, dalla produzione di energia con un impianto fotovoltaico per il funzionamento dei macchinari, al sistema di approvvigionamento e depurazione delle acque di

tre domande a...

lavorazione delle piume. Cerchiamo di migliorare costantemente i nostri impianti per portarli ad impatto minimo sull'ambiente.

Despite the difficult situation with which we are all familiar, the economic results of many companies in the sector have not been negative, indeed in some cases they have recorded significant increases. What is your assessment of this first part of the year?

For us, who produce a highly seasonal product, it is difficult to draw up a balance sheet based solely on the first half of the year. The sales campaign was positive, thanks to the good winter last year, which brought confidence to our customers.

Now the second half of 2021 will tell us how the market situation really is.

What are your general forecasts for the economic future of the sector and of your company in particular?

We expect a good final result. A lot depends on the climate, which is decisive for sales of a product like ours. The sector may not have the sensational increases of 2020, due both to the long lock-down and to a rediscovery of the "Home", but there will certainly still be significant attention from consumers who now "experience the home" more than in the past.

Sustainability and digitalisation are certainly two key themes on which most companies are focusing. To what extent will these issues determine the future activity of your company? What strategies do you plan to implement to address the market?

The company has been committed to sustainability for years and a lot of effort has been put into it, from the production of energy with a photovoltaic system to run the machinery, to the system for supplying and purifying the water used to process the feathers.

We are constantly trying to improve our facilities to bring them to a minimum impact on the environment. *

SANTE ZANDÒ
PRESIDENTE DI VERINLEGNO

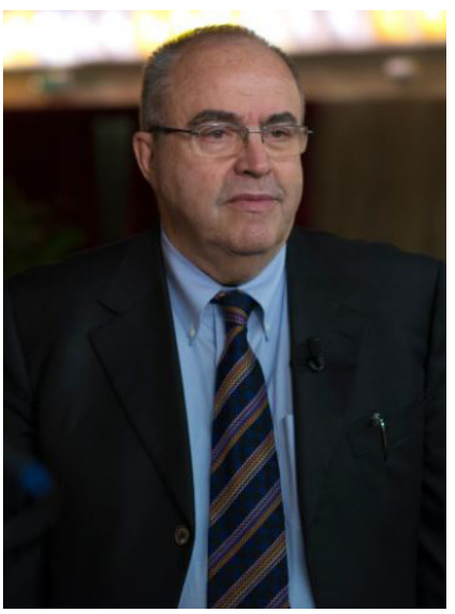
Nonostante la difficile situazione che ben conosciamo, i risultati economici di molte aziende del settore non sono stati negativi, anzi in taluni casi hanno registrato significativi incrementi. Quale è il vostro bilancio su questa prima parte dell'anno?

Ci poniamo assolutamente in linea con questo trend; infatti il nostro fatturato al semestre ha superato del 24% quello dello stesso periodo 2019 e del 44% quello dello stesso periodo 2020. La tendenza del secondo semestre sembra proseguire con questo ritmo confortante

.

Quali sono le vostre previsioni generali sul futuro economico del settore e in particolare della vostra azienda?

Le prospettive sono molto buone; le uniche preoccupazioni, al momento, riguardano la reperibilità delle materie prime ed il loro aumento dei prezzi. Preoccupazioni che coinvolgono tutto il settore, non solo la Verinlegno.



poliuretiamo

by PELMA

Enthusiasm
Passion
Love
for Polyurethane foam

www.poliuretiamo.it

YouTube

Pelma S.pA. Bassano Bresciano (BS) ITALY

tre domande a...

Sostenibilità e digitalizzazione sono certamente due temi chiave sui quali la maggior parte delle aziende si sta orientando. In quale misura questi temi determineranno l'attività futura della vostra azienda? Quali strategie pensate di attuare per affrontare il mercato?
L'azienda da tempo si muove cercando di inserire nei processi produttivi materie prime sempre più sostenibili, adeguandosi e anticipando le più recenti normative in materia. Il nostro Ufficio R&D sta ultimando soluzioni molto efficaci in ottica "bio", con prestazioni migliori rispetto agli attuali prodotti. Dal punto di vista della digitalizzazione la pandemia ci ha trovato pronti nel permettere alle persone di lavorare da subito in smart working sfruttando connessioni remote e accessi ai server aziendali da remoto in totale sicurezza. Questo ci ha permesso di non perdere praticamente giorni di lavoro. Inoltre abbiamo sfruttato le piattaforme di videoconferenza per sviluppare un efficace programma di formazione tecnica online attraverso webinar destinati ai collaboratori interni ed esterni.

Despite the difficult situation with which we are all familiar, the economic results of many companies in the sector have not been negative, indeed in some cases they have recorded significant increases. What is your assessment of this first part of the year?
We are absolutely in line with this trend; in fact, our turnover for the first half of the year was 24% higher than for the same period in 2019 and 44% higher than for the same period in 2020. The trend for the second half of the year seems to be continuing at this comforting pace.

What are your general forecasts for the economic future of the sector and of your company in particular?
The outlook is very good; the only concerns at the moment are the availability of raw materials and their price increases. Concerns that affect the whole sector, not just Verinlegno.

Sustainability and digitalisation are certainly two key issues that most companies are focusing on. To what extent will these issues determine the future activity of your company? What strategies do you plan to implement to address the market?
For some time now, the company has been trying to incorporate increasingly sustainable raw materials into its production processes, adapting to and anticipating the latest regulations on the subject.
Our R&D department is currently finalising very effective solutions from a "bio" perspective, with better performance than current products. From the point of view of digitalisation, the pandemic has found us ready to allow people to work from now on in smart working, using remote connections and accessing company servers remotely in total security.This allowed us to avoid losing practically any working days. We also took advantage of videoconferencing platforms to develop an effective online technical training programme through webinars for internal and external employees. *

ALBERTO BRESSAN
AMMINISTRATORE DELEGATO
DEL GRUPPO ORSA FOAM

Nonostante la difficile situazione che ben conosciamo, i risultati economici di molte aziende del settore non sono stati negativi, anzi in taluni casi hanno registrato significativi incrementi. Quale è il vostro bilancio su questa prima parte dell'anno?
A causa degli ingenti aumenti delle materie prime – fenomeno mai accaduto nella storia in queste entità – abbiamo registrato purtroppo risultati economici negativi, nonostante i volumi siano stati ampiamente positivi. L 'incremento forsennato delle materie prime ha reso vano, o quasi, tutto lo sforzo profuso da noi per soddisfare il mercato che effettivamente ha ripreso in maniera molto brillante ed energica.

Quali sono le vostre previsioni generali sul futuro economico del settore e in particolare della vostra azienda?
ORSA foam non ha risentito dal punto di vista dei volumi, quindi la produzione non è stata intaccata. L'azienda ha però risentito dei fattori indotti della pandemia. Continuiamo comunque

ad essere ottimisti riguardo al fatto che la situazione andrà normalizzandosi nel tempo.

Sostenibilità e digitalizzazione sono certamente due temi chiave sui quali la maggior parte delle aziende si sta orientando. In quale misura questi temi determineranno l'attività futura della vostra azienda? Quali strategie pensate di attuare per affrontare il mercato?

La digitalizzazione per noi è relativamente importante, sebbene rappresenti un'ottima alternativa di comunicazione in tempi difficili come quelli appena lasciati alle spalle. Attraverso il sito istituzionale e le pagine Facebook e Instagram i nostri follower possono rimanere aggiornati just-in-time sulle novità che ruotano intorno all'azienda. Per ciò che concerne il tema della sostenibilità invece, siamo molto coinvolti. Un aspetto sempre tenuto in grande considerazione anche in passato, in tempi non sospetti, e tuttora di rilevanza fondamentale nella vita di tutti i giorni.
A tal proposito, a breve, verrà presentata la nostra nuova gamma di prodotti il cui cuore sarà a tinte verdi, ecologiche, ecosostenibili...

Despite the difficult situation with which we are all familiar, the economic results of many companies in the sector have not been negative, indeed in some cases they have recorded significant increases. What is your assessment of this first part of the year?
Due to the huge increases in raw materials - something that has never happened in the history of these entities - we have unfortunately recorded negative economic results, despite the fact that volumes have been largely positive. The crazy increase in raw materials made all our efforts to satisfy the market futile, or almost futile.

tre domande a...

What are your general forecasts for the economic future of the sector and of your company in particular?
ORSA foam has not been affected in terms of volumes, so production has not been affected. However, the company has been affected by the factors induced by the pandemic.
However, we remain optimistic that the situation will normalise over time.

Sustainability and digitalisation are certainly two key issues that most companies are focusing on. To what extent will these issues determine the future activity of your company? What strategies do you plan to implement to address the market?
Digitisation is relatively important to us, although it is an excellent communication alternative in difficult times such as those we have just left behind. Through our corporate website and our Facebook and Instagram pages, our followers can keep up to date with the latest news about the company just-in-time. As far as sustainability is concerned, we are very much involved.
This is an aspect that has always been taken into account in the past, even in the early days, and is still of fundamental importance in our daily lives.
In this regard, we will soon be presenting our new product range, the heart of which will be green, ecological, eco-sustainable... ✳

MARCO PELUCCHI
PRESIDENTE DI AIPEF

Nel numero scorso di FurnishingIdea si sottolineava come l'aumento dei prezzi delle materie prime condizionasse il settore arredamento. A distanza di alcuni mesi come è evoluta la situazione?
Fino a luglio l'approvvigionamento di materie prime è stato particolarmente difficile e i prezzi sono costantemente aumentati; ora la situazione sembra essere leggermente migliorata anche se rimangono incertezze sui prossimi mesi. Nonostante ciò, la domanda di poliuretano espanso flessibile, negli ultimi 12 mesi è stata sostenuta.

Uno dei temi fondamentali di questo "supersalone" riguarda la sostenibilità e l'economia circolare, temi ai quali Aipef ha da sempre prestato molta attenzione. Come si esprime oggi questa sensibilità verso il recupero e il riciclo del poliuretano espanso?
L'attenzione di AIPEF per la promozione della sostenibilità delle imbottiture in poliuretano trova riscontro nella partecipazione alle numerose attività di interesse del settore svolte sia a livello europeo, con la partecipazione di AIPEF alle iniziative in ambito EUROPUR (l'associazione europea di settore a cui AIPEF aderisce), sia a livello nazionale con l'interessamento e la collaborazione verso iniziative mirate a promuovere la raccolta e il riciclo delle imbottiture in poliuretano a fine vita.
In questo contesto si inserisce anche il monitoraggio legislativo che vede AIPEF partecipe alle attività del Ministero della Transizione Ecologica per l'aggiornamento dei CAM Arredi riportante i criteri minimi ambientali da rispettate per la fornitura di arredi alle pubbliche amministrazioni, e alla definizione dei criteri "End of waste" applicati ai materiali provenienti dalla raccolta e recupero dei materassi a fine vita.

Quali sono le strategie per sostenere le aziende associate?
In un contesto legislativo, ambientale ed economico in continua evoluzione, AIPEF si propone come punto di riferimento per le aziende che producono e utilizzano poliuretano espan-

so flessibile. La normativa Reach, la promozione della sicurezza sui luoghi di lavoro, il monitoraggio e applicazione della legislazione ambientale, il supporto fornito alle imprese associate nella gestione delle cause di forza maggiore afferenti la fornitura di materie prime, la promozione della sostenibilità delle imbottiture in poliuretano, il monitoraggio delle attività tecnico normative svolte in ambito UNI, CEN e ISO (es. prove di caratterizzazione del materiale, comportamento al fuoco, applicazione delle norme riguardanti i sistemi di gestione) sono alcuni esempi delle attività seguite dall'AIPEF e per ognuna delle quali AIPEF è in grado di fornire tutto il supporto ritenuto necessario.

In this context, there is also the legislative monitoring that sees AIPEF participating in the activities of the Ministry of Ecological Transition for the updating of the CAM Furniture reporting the minimum environmental criteria to be respected for the supply of furniture to public administrations, and in the definition of the "End of waste" criteria applied to materials coming from the collection and recovery of end-of-life mattresses.

In the last issue of FurnishingIdea we pointed out how the rise in raw material prices was affecting the furniture sector. How has the situation evolved after a few months?

Until July, the supply of raw materials was particularly difficult and prices rose steadily; now the situation seems to have improved slightly, although uncertainties remain about the coming months.

Despite this, demand for flexible polyurethane foam has been strong over the last 12 months.

One of the fundamental themes of this "supersalone" concerns sustainability and the circular economy, topics to which Aipef has always paid great attention. How is this sensitivity towards the recovery and recycling of polyurethane foam expressed today?

AIPEF's attention to promoting the sustainability of polyurethane padding is reflected in its participation in numerous activities of interest to the sector, both at a European level, with AIPEF's participation in EUROPUR initiatives (the European sector association of which AIPEF is a member), and at a national level, with its interest and collaboration in initiatives aimed at promoting the collection and recycling of polyurethane padding at the end of its life.

What are the strategies to support member companies?

In an ever-changing legislative, environmental and economic context, AIPEF is a point of reference for companies that produce and use flexible polyurethane foam. The Reach regulation, the promotion of safety in the workplace, the monitoring and application of environmental legislation, the support provided to member companies in the management of force majeure cases relating to the supply of raw materials, the promotion of the sustainability of polyurethane padding, the monitoring of technical and regulatory activities carried out in the UNI, CEN and ISO spheres (e.g. material characterisation tests, fire behaviour, application of standards concerning management systems) are some examples of the activities followed by AIPEF and for each of which AIPEF is able to provide all the support deemed necessary. *

tre domande a...

FRANCESCO BRAMBILLA
AD DI HETTICH ITALIA

Nonostante la difficile situazione che ben conosciamo, i risultati economici di molte aziende del settore non sono stati negativi, anzi in taluni casi hanno registrato significativi incrementi. Quale è il vostro bilancio su questa prima parte dell'anno?

La prima parte del 2021 ha confermato il trend iniziato già visibile a fine 2020, caratterizzato da una folle ed inarrestabile corsa dei prezzi delle materie prime, frutto di una generale limitata disponibilità non in grado di soddisfare completamente l'esplosione della domanda. Hettich ha risposto con un approccio "pragmatico", riuscendo nonostante le moltissime difficoltà, a soddisfare i bisogni dei propri clienti. Il successo di questa operazione è dovuto in gran parte alla stretta cooperazione con i clienti per definire piani di consegna con un orizzonte più lungo, allo sforzo continuo e costante della nostra forza commerciale ed all'eccezionale sforzo produttivo/logistico della Casa Madre. Alla luce di questo, la prima parte del 2021 può essere archiviata positivamente, restando sempre e comunque alta l'attenzione e la pressione sulla marginalità legata alla corsa senza freni dei prezzi dei materiali.

Quali sono le vostre previsioni generali sul futuro economico del settore e in particolare della vostra azienda?

Il settore vede tassi di crescita a doppia cifra dalla metà del 2020 ad oggi, i segnali del mercato continuano ad essere molto incoraggianti sia per il mercato domestico che per l'export, le previsioni per la crescita del settore restano molto positive. Il fattore di incertezza resta l'inflazione legata alla corsa dei prezzi dei materiali.

Sostenibilità e digitalizzazione sono certamente due temi chiave sui quali la maggior parte delle aziende si sta orientando. In quale misura questi temi determineranno l'attività futura della vostra azienda? Quali strategie pensate di attuare per affrontare il mercato?

Hettich da sempre ha nei propri "core values" la sostenibilità: oltre a redigere un report annuale dedicato a tutte le attività a livello locale e centrale che realizziamo, continuiamo a verificare i nostri standard in fatto di impatto ambientale attraverso il rigido controllo dei processi produttivi imposto dalla certificazione ambientale internazionale EMAS: Hettich è l'unico produttore di ferramenta per mobili a livello mondiale in grado di soddisfare i requisiti previsti dalla certificazione EMAS da 20 anni a questa parte.

Continuiamo inoltre a migliorare la nostra efficienza energetica, lavoriamo per ridurre le emissioni CO_2 e a favore dell'utilizzo intelligente delle risorse e delle materie prime. Siamo soddisfatti di poter annunciare che è stato da poco terminato un nuovo impianto fotovoltaico nella regione di Herford che ci consente di autoprodurre quanto necessario alla nostra sede produttiva e anche di non immettere nell'ambiente oltre 392.000Kg di CO_2 all'anno. Ci impegniamo infine a realizzare prodotti performanti che durano nel tempo, assicurando lunga vita ai mobili e già questo è un chiaro segnale di sostenibilità.

La digitalizzazione è stata e continua ad essere un punto centrale della strategia del gruppo. Ha avuto un forte impulso all'inizio della pandemia per consentire l'operatività nonostante il momento di difficoltà a livello globale per poi diventare parte integrante delle attività di comunicazione. Il 2021 è stato infatti caratterizzato da XperienceDays, una kermesse ibrida, ricca di eventi digitali e in presenza che ha permesso di dare visibilità alle numerose proposte ed ispirazioni che Hettich ha realizzato sulla base di megatrend comuni a livello internazionale. Presentazioni live, interviste, commenti di esperti, show e visite di showroom virtuali, multilingue, accessibili da chiunque, per dare un forte impulso al mercato hanno arricchito un programma di eventi che saranno sem-

pre disponibili sul portale. Senza dubbio una nuova importante esperienza che andrà capitalizzata anche in futuro.

Despite the difficult situation with which we are all familiar, the economic results of many companies in the sector have not been negative, and in some cases have recorded significant increases. What is your assessment of this first part of the year?

The first part of 2021 confirmed the trend already visible at the end of 2020, characterised by a crazy, unstoppable run-up in raw material prices, the result of a generally limited availability unable to fully meet the explosion in demand. Hettich responded with a "pragmatic" approach, managing to meet its customers' needs despite many difficulties. The success of this operation is largely due to the close cooperation with customers to establish delivery plans with a longer horizon, the continuous and consistent effort of our sales force and the exceptional production/logistics effort of the parent company.

In the light of this, the first part of 2021 can be filed positively, although the attention and the pressure on margins linked to the unrestrained race of material prices remain high.

What are your general forecasts for the economic future of the sector and of your company in particular?

The sector is seeing double-digit growth rates from mid-2020 to today, market signals continue to be very encouraging for both the domestic and export markets, and forecasts for growth in the sector remain very positive. The uncertainty factor remains inflation linked to the race of material prices.

Sustainability and digitalisation are certainly two key themes on which most companies are focusing. To what extent will these issues determine the future activity of your company? What strategies do you plan to implement to address the market?

Hettich has always had sustainability as one of its "core values": in addition to producing an annual report on all our local and central activities, we continue to monitor our environmental standards through the strict control of production processes required by the international EMAS environmental certification: Hettich is the only furniture fittings manufacturer in the world to have met the requirements of EMAS certification for 20 years. We also continue to improve our energy efficiency, work to reduce CO2 emissions and promote the intelligent use of resources and raw materials. We are pleased to be able to announce that we have recently completed a new photovoltaic system in the Herford region, which enables us to produce the necessary energy for our production facility and also to avoid releasing more than 392,000 kg of CO2 into the environment each year. Finally, we are committed to producing high-performance products with a long service life, which is a clear sign of sustainability.

Digitisation has been and continues to be a central point of the group's strategy. It had a strong impetus at the beginning of the pandemic to enable operations despite the difficult time at global level and then became an integral part of communication activities.

*The year 2021 was marked by XperienceDays, a hybrid event with a wealth of digital and in-presence events that gave visibility to Hettich's many proposals and inspirations based on common international megatrends. Live presentations, interviews, expert commentary, shows and virtual, multilingual showroom visits, accessible to anyone, to give a strong market boost enri*ched a programme of events that will always be available on the portal. Undoubtedly an important new experience that will be capitalised on in the future. *

tre domande a...

JANA KRUPP, AMMINISTRATORE DELEGATO DI OSTERMANN ITALIA

Nonostante la difficile situazione che ben conosciamo, i risultati economici di molte aziende del settore non sono stati negativi, anzi in taluni casi hanno registrato significativi incrementi. Quale è il vostro bilancio su questa prima parte dell'anno?
Anche per Ostermann Italia la prima metà del 2021 è stata davvero buona e la richiesta dei nostri bordi è sempre stata alta. Dopo tutto, con la più grande gamma di bordi d'Europa, offriamo ai nostri clienti una varietà senza pari all'interno di questo settore! Abbiamo inoltre appena introdotto dei nuovi bordi in ABS abbinabili a circa 800 superfici decorative diverse. Anche gli altri nostri prodotti per la progettazione, la costruzione e la realizzazione del mobile, oltre a quelli per il fabbisogno della falegnameria sono stati molto richiesti. Sicuramente questo aumento è riconducibile anche al crescente volume di ordini nel settore dell'artigianato specializzato.

Quali sono le vostre previsioni generali sul futuro economico del settore e in particolare della vostra azienda?
Siamo molto fiduciosi per il futuro in quanto proprio recentemente abbiamo investito molto in nuovi servizi per i nostri clienti e abbiamo continuato ad ampliare la nostra gamma di prodotti. Adesso le persone interessate possono ordinare comodamente online antine per mobili, serrandine o maniglioni su misura. Questo è un servizio che ha avuto molto successo. Del tutto nuovo è invece il nostro servizio "linoleum per mobili su misura". Grazie a quest'ultimo forniamo da subito i nostri linoleum (Desktop e Bulletin Board) non solo al metro, ma su richiesta anche con lunghezza e larghezza su misura. Ciò significa che i nostri clienti possono procedere a pressare e lavorare il prodotto immediatamente dopo la consegna senza ulteriori perdite di tempo.

Sostenibilità e digitalizzazione sono certamente due temi chiave sui quali la maggior parte delle aziende si sta orientando. In quale misura questi temi determineranno l'attività futura della vostra azienda? Quali strategie pensate di attuare per affrontare il mercato?
Con il nostro Online Shop e i configuratori Ostermann, siamo - credo - già ben preparati per quanto riguarda l'ambito digitale e anche la nostra app è stata di nuovo aggiornata di recente. Sempre più clienti utilizzano inoltre l'interfaccia con il nostro Online Shop per ordinare in modo ancora più rapido ed efficiente direttamente dal loro sistema di gestione delle merci.Il tema della sostenibilità occuperà sicuramente sempre più spazio anche in futuro. Anche in questo ambito, offriamo già diversi interessanti prodotti, quali il nostro Linoleum, le nostre Superfici naturali e detergenti selezionati senza COV o a ridotto contenuto di COV. I lettori interessati al nostro impegno nell'ambito della sostenibilità possono trovare il nostro "rapporto di sostenibilità" nella sezione download del nostro sito web.

Despite the difficult situation with which we are all familiar, the economic results of many companies in the sector have not been negative, and in some cases have recorded significant increases. What is your assessment of this first part of the year?
Also for Ostermann Italy the first half of 2021 was really good and the demand for our edgings was always high. After all, with the largest range of edgings in Europe, we offer our customers an unrivalled variety within this sector! We have also just introduced new ABS edgings that can be combined with around 800 different decorative surfaces. Our other products for design, construction and furniture making, as well as those for joinery requirements, have also been in great demand. This increase is undoubtedly also due to the growing volume of orders in the skilled trades sector.

What are your general forecasts for the economic future of the sector and of your company in particular?
We are very confident about the future because we have recently invested heavily in new services for our customers and have continued to expand our product range. Interested parties can now conveniently order customised furniture doors, shutters or handles online. This is a very successful service. Our 'linoleum for made-to-measure furniture' service is completely new. This means that we can now supply our linoleum (desktop and bulletin board) not only by the metre, but also in customised lengths and widths on request. This means that our customers can press and process the product immediately after delivery without any further loss of time.

Sustainability and digitalisation are certainly two key themes on which most companies are focusing. To what extent will these issues determine the future activity of your company? What strategies do you plan to implement to address the market?
With our online shop and the Ostermann configurators, we are - I think - already well prepared in the digital area and our app has also recently been updated again. More and more customers are also using the interface to our Online Shop to order even more quickly and efficiently directly from their merchandise management system.

The topic of sustainability will undoubtedly occupy more and more space in the future. Here too, we already offer a number of interesting products, such as our Linoleum, our Natural Surfaces and selected VOC-free or VOC-reduced detergents. Readers interested in our commitment to sustainability can find our "sustainability report" in the download section of our website. *

ALESSIO GNACCARINI
DIRETTORE GENERALE DI COSMOB

Nonostante la difficile situazione che ben conosciamo, i risultati economici di molte aziende del settore non sono stati negativi, anzi in taluni casi hanno registrato significativi incrementi. Quale è stato il contributo del Cosmob alle aziende in questa prima parte dell'anno?
Nonostante l'incertezza dello scenario dei mesi scorsi, il nostro obiettivo è stato e sarà quello di fornire un supporto concreto e continuo alle aziende su molteplici fronti, come ad esempio quelli della qualità certificata, dell'ecosostenibilità e dell'innovazione, creando le basi per un auspicato clima di fiducia nei confronti del futuro e per una riprogrammazione di più ampio respiro per le realtà industriali ed artigianali. Sappiamo che il mercato richiede in modo crescente prodotti rispettosi dell'ambiente, qualificati in termini di design, sicurezza e funzionalità e integrati/integrabili con il contesto in cui sono collocati: pertanto, le imprese che puntano su tali fattori sono sicuramente avvantaggiate all'interno di un mercato sempre più globalizzato.

Quali sono le vostre previsioni generali sul futuro economico del settore?
Ad oggi una delle principali problematiche è legata alla scarsità delle materie prime ed il conseguente rincaro dei prezzi; nonostante ciò, il comparto dell'arredo sta comunque mostrando segnali estremamente incoraggianti, anche sulla scia degli incentivi fiscali sia applicati ad un settore trainante come quello delle costruzioni (es. bo-

tre domande a...

nus 110% per l'efficientamento energetico e per l'adeguamento sismico), sia specifici per l'arredo come il bonus mobili, comunque collegato a misure per l'edilizia. Segnali confortanti cominciano ad arrivare anche dai mercati internazionali, grazie anche alla ripartenza del sistema fieristico, che potrà ulteriormente contribuire al rilancio dell'export. Sostenibilità e digitalizzazione sono certamente due temi chiave sui quali tutti si stanno orientando. In quale misura questi temi determinano l'attività futura di Cosmob? Ci sono altri temi che ritenete altrettanto importanti? La digitalizzazione e la sostenibilità rappresentano due importanti driver per la competitività del settore, già consapevole e pronto a sfruttare le opportunità offerte dalla "TWIN TRANSITION". Questi temi hanno sicuramente influenzato le attività di COSMOB, in primo luogo in termini di servizi tecnologici avanzati sempre più orientati sui driver strategici come intelligenza artificiale, industry 4.0 e digitalizzazione, nell'ottica di accrescere la competitività specie per ciò che concerne i processi organizzativi e produttivi delle aziende. Inoltre, sono di assoluto rilievo le attività di R&D condotte a livello internazionale sui temi della green economy. Ulteriore ambito di intervento strategico è quello della regolamentazione, con lo scopo di ampliare i campi di applicazione della normativa tecnica a tutela di fattori competitivi come ad esempio sicurezza e tracciabilità, con specifico riferimento alla valorizzazione del Made in Italy.

Despite the difficult situation with which we are all familiar, the economic results of many companies in the sector have not been negative, indeed in some cases they have recorded significant increases.
What was Cosmob's contribution to companies in this first part of the year?
Despite the uncertain scenario of the past few months, our objective has been and will continue to be to provide concrete and continuous support to companies on many fronts, such as certified quality, eco-sustainability and innovation, creating the basis for a hoped-for climate of confidence in the future and for more far-reaching reprogramming for industrial and craft businesses. We know that the market is increasingly demanding products that are environmentally friendly, qualified in terms of design, safety and functionality, and integrated/integrated with the context in which they are located: therefore, companies that focus on these factors are certainly at an advantage in an increasingly globalised market.

What are your general predictions on the economic future of the sector?
Today, one of the main problems is linked to the scarcity of raw materials and the consequent increase in prices. Despite this, the furniture sector is still showing extremely encouraging signs, partly in the wake of tax incentives applied to a leading sector such as construction (e.g. the 110% bonus for energy efficiency and seismic upgrades), and specific incentives for furniture such as the furniture bonus, which is in any case linked to measures for the building industry. Comforting signs are also starting to come from international markets, thanks in part to the restart of the trade fair system, which can further contribute to relaunching exports.

Sustainability and digitalisation are two key issues on which everyone is focusing. To what extent do these themes determine Cosmob's future activities? Are there other themes that you consider equally important?
Digitisation and sustainability are two important drivers for the competitiveness of the sector, which is already aware of and ready to exploit the opportunities offered by the "TWIN TRANSITION". These themes have certainly influenced COSMOB's activities, first of all in terms of advanced technological services increasingly oriented towards strategic drivers such as artificial intelligence, industry 4.0 and digitalisation, with a view to increasing competitiveness, especially in terms of the organisational and production processes of companies. In addition, R&D activities conducted at international level on green economy issues are of absolute importance.
Another area of strategic intervention is regulation, with the aim of expanding the fields of application of technical regulations to protect competitive factors such as safety and traceability, with specific reference to enhancing the value of Made in Italy. ✱

CARLO GIOBBI
PATRON DI SICAM

Nonostante la difficile situazione che ben conosciamo, i risultati economici di molte aziende del settore non sono stati negativi, anzi in taluni casi hanno registrato significativi incrementi. Come valutate la situazione delle aziende del settore in questa prima parte dell'anno?
Il mobile ha sicuramente sofferto meno di altri settori la crisi pandemica, molti produttori hanno aumentato la produzione e le vendite; e la componentistica di conseguenza ne ha beneficiato. Il sistema casa ed il legno-arredo sono stati tra i comparti che più hanno contribuito ad ammortizzare lo scorso anno il peso della pandemia, risultando trainanti per la ripartenza di alcuni distretti in particolare. Da quel che ci risulta, anche il primo semestre di quest'anno è stato sostanzialmente positivo per le aziende del nostro comparto, anche se sono emerse nuove difficoltà legate sostanzialmente all'approvvigionamento di materie prime e all'incremento di costi che alcune di queste hanno evidenziato.

Le fiere sono state indubbiamente le più penalizzate in questo lungo periodo. Quale è il vostro parere sull'alternativa digitale che alcune fiere hanno ritenuto opportuno applicare?
Credo che l'aspetto emotivo abbia giocato molto in questo senso: dallo scorso anno molti pensano che l'online ora possa risolvere quasi tutto. Ma nelle fiere, o almeno nel nostro campo, non è così! Il concetto stesso di fiera si basa sulla relazione personale, diretta, fisica: sull'interazione tra persone; che fatta stando dietro a un computer non è più la stessa. Il valore di una stretta di mano, di una chiacchierata anche a ruota libera oltre lo stretto necessario per il business, di uno sguardo: se le persone non sono presenti insieme, si perde tutto. La relazione di business, soprattutto quella destinata a durare nel tempo, invece si fonda proprio su questo.
E a SICAM lo sappiamo bene: per noi, l'online significa uno strumento accessorio molto valido e da utilizzare al meglio per far rendere bene il tempo di permanenza in fiera e per creare valore aggiunto alla stessa fiera. Ma mai per sostituirla.

Secondo voi, quali sono i temi più importanti sui quali le aziende dovranno puntare: sostenibilità, digitalizzazione, economia circolare…?
Sostenibilità ed economia circolare sono temi che avanzano di pari passo, molte aziende li seguono anche per politiche di marketing orientate a intercettare positivamente una clientela che è sempre più sensibile a questi argomenti. La digitalizzazione ha forse un impatto maggiore all'interno dei processi produttivi e progettuali, e in questo ambito viene anche a contatto con il cliente finale: che però mantiene una forte propensione a vedere e toccare con mano prima di acquistare un mobile o un complemento d'arredo. Le aziende del nostro comparto continuano a puntare molto sull'innovazione di prodotto che incontra i desiderata dell'utente finale: dai trattamenti delle superfici ai sistemi di apertura, dai materiali innovativi alla loro inalterabilità nel tempo, e poi finiture, colori, in una parola "design".

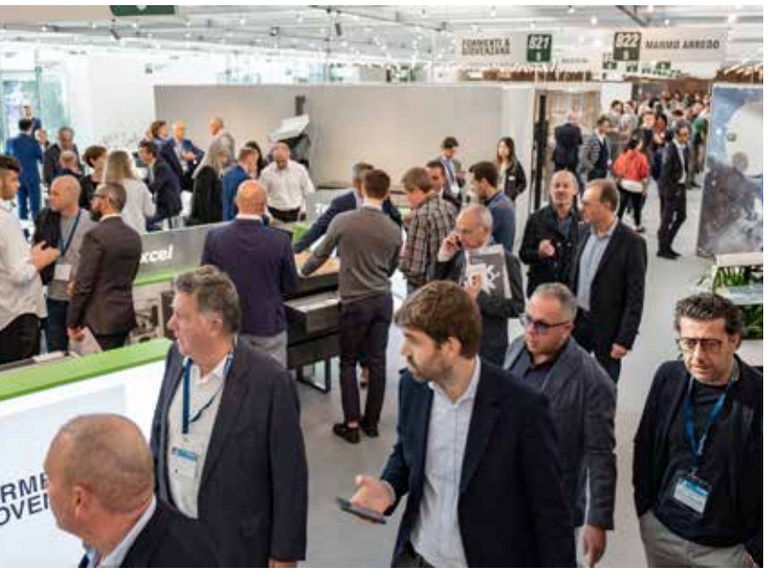
Despite the difficult situation with which we are all familiar, the economic results of many companies in the sector have not been negative, indeed in some cases they have recorded significant increases.

tre domande a...

How do you assess the situation of companies in the sector in this first part of the year?

The furniture sector has certainly suffered less than other sectors from the pandemic crisis, many manufacturers have increased production and sales, and components have benefited as a result. The home system and wood-furnishing were among the sectors that contributed most to cushioning the weight of the pandemic last year, driving the recovery of some districts in particular.

As far as we know, the first half of this year was also substantially positive for the companies in our sector, even if new difficulties have emerged, mainly linked to the supply of raw materials and the increase in costs that some of these have highlighted.



Trade fairs have undoubtedly been the most penalised during this long period. What is your opinion on the digital alternative that some trade fairs have seen fit to apply?

I think the emotional aspect has played a big part in this: since last year, many people think that online can now solve almost everything. But in trade fairs, or at least in our field, this is not the case!

The very concept of a trade fair is based on a personal, direct, physical relationship: on interaction between people, which is no longer the same behind a computer.

The value of a handshake, of a chat, even a freewheeling one that goes beyond what is strictly necessary for business, of a glance: if people are not present together, everything is lost. Business relationships, especially those that are destined to last over time, are based on this.

And at SICAM we are well aware of this: for us, online is a very valid accessory tool to be used in the best possible way to make the time spent at the exhibition worthwhile and to create added value to the exhibition itself. But never to replace it.

In your opinion, what are the most important themes that companies should focus on: sustainability, digitalisation, circular economy...?

Sustainability and the circular economy are issues that are advancing at the same pace, and many companies are also following them because of marketing policies aimed at positively intercepting customers who are increasingly sensitive to these topics.

Digitisation is perhaps having a greater impact on production and design processes, and in this area it is also coming into contact with the end customer, who, however, retains a strong propensity to see and touch before buying a piece of furniture or a furnishing accessory.

Companies in our sector continue to focus on product innovation that meets the wishes of the end user: from surface treatments to opening systems, from innovative materials to their inalterability over time, and then finishes, colours, in a word "design". ✳

ANTONIO MINOTTI
DIRETTORE GENERALE DI VEFER

Nonostante la difficile situazione che ben conosciamo, i risultati economici di molte aziende del settore non sono stati negativi, anzi in taluni casi hanno registrato significativi incrementi. Quale è il vostro bilancio su questa prima parte dell'anno?
Malgrado il complicato momento che il nostro settore sta attraversando, si sono registrati importanti incrementi nei volumi della domanda e quindi dei fatturati. Nel primo semestre 2021, il trend positivo della richiesta è proseguito ed ha visto coinvolti sempre più settori su larga scala internazionale. I dati legati al fatturato aziendale 2021 evidenziano un sostanziale consolidamento rispetto agli esercizi degli anni 2019 e 2020. Paradossalmente l'indice di marginalità, causa le forti e continue variazioni al rialzo dei prezzi delle materie prime, non segue lo stesso andamento.

Quali sono le vostre previsioni generali sul futuro economico del settore e in particolare della vostra azienda?
Il futuro del settore del "comfort" presenta diversi aspetti che meritano un approfondimento.
Nel nostro settore le incognite maggiori continuano ad essere legate alla difficile reperibilità delle materie che, in un contesto dinamico ed estremamente volatile, impone una stringente cooperazione con i maggiori fornitori.
Vefer continua a perseverare nella sua "mission" di offrire ai suoi clienti il massimo del servizio e della soddisfazione: è quindi sempre più coinvolta in un processo di efficientamento che porti ad un globale innalzamento delle qualità dei suoi prodotti. A ciò si aggiunge l'impegno ad ampliare e diversificare la gamma della propria offerta così da poter soddisfare le più svariate esigenze di un mercato in continua evoluzione.

Sostenibilità e digitalizzazione sono due temi chiave sui quali la maggior parte delle aziende si sta orientando. In quale misura questi temi determineranno l'attività futura della vostra azienda? Quali strategie pensate di attuare per affrontare il mercato?
Da sempre Vefer è sensibile al tema della sostenibilità e, oggi ancor di più, siamo in prima linea per dare il nostro contributo. Il nostro impegno ci ha portato a stringere importanti partnership con diversi fornitori. Accomunati dalla stessa filosofia, stiamo cooperando alla realizzazione di materiali sempre più sostenibili per l'ambiente. Tali prodotti verranno sottoposti alla valutazione di importanti centri di ricerca anche a livelli universitari, che sottoporranno i materiali ai test necessari. In un'epoca in cui la sostenibilità è una priorità, Vefer ha inoltre destinato grossi investimenti verso la digitalizzazione dei propri processi produttivi. Avvalendoci del supporto di aziende leader nel Business Process Menagement, abbiamo consolidato la razionale gestione dei dati e il controllo dell'intero processo produttivo, sfruttando l'ingente quantità di informazioni messe a disposizione dalla digitalizzazione.
Questo si traduce in strategie aziendali più mirate e in un processo produttivo più efficace che naturalmente portano a una maggior soddisfazione del cliente ed a una maggior sostenibilità ambientale.
Vefer è fermamente convinta che digitalizzazione e sostenibilità siano obbiettivi irrinunciabili.

Despite the difficult situation with which we are all familiar, the economic results of many companies in the sector have not been negative, and in some cases have recorded significant increases. What is your assessment of this first part of the year?
Despite the complicated moment our sector is going through, there have been significant increases in demand volumes and therefore in turnover. In the first half of 2021, the positive trend in demand continued and involved more and more sectors on an international scale.
The 2021 company turnover figures show substantial consolidation compared to the 2019 and 2020 financial years. Paradoxically, the marginality index, due to the strong and continuous upward fluctuations in raw material prices, does not follow the same trend.

What are your general forecasts for the economic future of the sector and of your company in particular?
The future of the "comfort" sector has several

tre domande a...

aspects that deserve closer examination.
In our sector, the main uncertainties continue to be linked to the difficult availability of materials which, in a dynamic and extremely volatile context, requires close cooperation with major suppliers. Vefer continues to persevere in its "mission" to offer its customers maximum service and satisfaction: it is therefore increasingly involved in a process of efficiency that leads to a global increase in the quality of its products. In addition, it is committed to expanding and diversifying the range of its products in order to meet the diverse needs of a constantly evolving market.

Our commitment has led us to enter into important partnerships with several suppliers. With the same philosophy in mind, we are cooperating to produce materials that are increasingly sustainable for the environment. These products will be evaluated by leading research centres, including universities, which will subject the materials to the necessary tests. At a time when sustainability is a priority, Vefer has also invested heavily in the digitisation of its production processes. With the support of leading business process management companies, we have consolidated rational data management and control of the entire pro-

Sustainability and digitalisation are certainly two key themes on which most companies are focusing. To what extent will these issues determine the future activity of your company? What strategies do you plan to implement to address the market?
Vefer has always been sensitive to the issue of sustainability and, today even more so, we are in the front line to make our contribution.

duction process, taking advantage of the vast amount of information made available by digitalisation.
This translates into more focused business strategies and a more efficient production process, which naturally leads to greater customer satisfaction and environmental sustainability.
Vefer firmly believes that digitisation and sustainability are essential. *

THOMAS ROSOLIA
AMMINISTRATORE DELEGATO
DI KÖLNMESSE ITALIA

Nonostante la difficile situazione che ben conosciamo, i risultati economici di molte aziende del settore non sono stati negativi, anzi in taluni casi hanno registrato significativi incrementi. Come valutate la situazione delle aziende del settore in questa prima parte dell'anno?
Nonostante gli ultimi 15 mesi siano stati molto complessi e troppo spesso drammatici, il settore del mobile ha registrato un andamento decisamente positivo a livello internazionale e la Germania, il Paese che ospita la nostra rassegna, continua a essere il più importante mercato europeo anche per l'arredamento. Stiamo parlando di un'area nella quale sono al tempo stesso a ottimi livelli la

domanda di mobili, sia di costruzione nazionale che importati dall'estero, che di materiali e componenti per la loro realizzazione. Non solo: molti dei più importanti mobilieri e fornitori di componenti e semilavorati per questa industria sono tedeschi, il che di fatto sancisce un ruolo centrale per questo mercato e, di conseguenza, per le fiere che vi si svolgono, che diventano dei veri e propri punti di riferimento irrinunciabili. Dall'osservatorio privilegiato di interzum vediamo un settore che sta sperimentando una stagione molto positiva dal punto di vista economico, con ordini in crescita sia di componenti che di prodotti finiti e una domanda di beni provenienti da e verso altri Paesi altrettanto sostenuta. Dunque uno "stato di salute" generale più che soddisfacente e inatteso se pensiamo alla prima metà del 2020. Non mancano comunque nodi che sono ancora da sciogliere, soprattutto sul versante dell'approvvigionamento di materie prime, di componenti metallici, accessori, componenti elettronici, materiali per imbottiti, tessuti per la tappezzeria o materiali da imballaggio. Stiamo riscontrando un aumento dei tempi di consegna e un'impennata dei prezzi che non possono non dare qualche preoccupazione nel breve e medio termine.

Le fiere sono state le più penalizzate in questo lungo periodo. Quale è il vostro bilancio sull'esperienza di interzum@home?
Interzum @home 2021 ha mostrato come il settore sappia e possa affrontare in modo creativo le nuove sfide che si pongono davanti a tutti noi. Nel complesso è stata un'esperienza emozionante e dalla quale abbiamo tutti imparato molto, per quanto sia fortunatamente stata anche una dimostrazione dell'importanza del contatto fisico, dell'incontro che non sia mediato da monitor o smartphone. A conti fatti, però, questa nostra interzum @home 2021 ci ha permesso di maturare una esperienza significativa, da cui nasceranno sicuramente modalità di espressione diverse, con le quali arricchire la formula tradizionale del "fare fiere". Se da un lato non potremo che celebrare una Interzum 2023 dove la presenza delle persone tornerà a essere il punto focale, dall'altra vedremo una integrazione con proposte digitali che renderanno la partecipazione a interzum ancora più interessante sia per gli espositori che per i visitatori. Detto questo misuriamo ogni giorno la crescente voglia degli operatori di tornare a incontrarsi in presenza e mi lasci dire che Zow, la "consorella" di Interzum, che si terrà dall'8 al 10 febbraio 2022 a Bad Salzuflen, in Germania, sarà una eccellente opportunità per farlo, in uno dei distretti del mobile più importanti al mondo.

Quali sono i temi più importanti sui quali le aziende dovranno puntare?
I megatrend globali – come la digitalizzazione, la tendenza alla personalizzazione e alla individualità, una nuova mobilità o l'urbanizzazione – hanno caratterizzato fortemente anche la recente edizione di interzum @home. Lo scorso maggio abbiamo messo in primo piano il tema della sostenibilità, soprattutto nell'industria del mobile, un'attività per la quale sono necessarie molte risorse. Senza mai dimenticare che l'utente finale, il consumatore, ha raggiunto una più forte coscienza ambientale che lo porta a valutare le energie e le risorse necessarie al ciclo di vita di un prodotto come uno degli elementi che ne condizionano l'acquisto.

Despite the difficult situation we know well, the economic results of many companies in the sector have not been negative, indeed in some cases they have recorded significant increases. How do you assess the situation of companies in the sector in this first part of the year?
Despite the fact that the last 15 months have been very complex and all too often dramatic, the furniture sector has recorded a decidedly positive trend at international level and Germany, the country hosting our exhibition, continues to be the most important European market for furniture. We are talking about an area in which the demand for furniture, both domestically made and imported from abroad, as well as for materials and components for their manufacture are at excellent levels. And that's not all: many of the most important furniture manufacturers and suppliers of components and semi-finished products for this industry are German, which in fact establishes a central role for this market and, consequently, for the trade fairs that take place there, which become real and proper reference points that cannot be renounced. From the privileged observatory of interzum we see a sector that is experiencing a very positive season from the economic point of view, with growing orders for both components and finished products and an equally sustained demand for goods from and to other countries. So a more than satisfactory general "state of health", almost unexpected if

tre domande a...

we think of the concerns that marked the first half of 2020. However, there is no shortage of knots that still need to be untangled, especially in the area of the supply of raw materials, metal components, accessories, electronic components, upholstery materials and packaging materials. We are experiencing an increase in delivery times and a surge in prices which cannot fail to give cause for concern in the short and medium term.

Trade fairs have undoubtedly suffered most during this long period. What is your assessment of the interzum@home experience?
Interzum @home 2021 showed how the industry knows how to and can creatively tackle the new challenges that lie ahead of us all. All in all, it was an exciting experience from which we all learnt a lot, although fortunately it was also a demonstration of the importance of physical contact, of meeting people without monitors or smartphones. However, this interzum @home 2021 has enabled us to gain a significant experience, from which different ways of expressing ourselves will emerge, with which to enrich the traditional formula of "doing trade fairs". While on the one hand we can only celebrate an Interzum 2023 where the presence of people will once again be the focal point, on the other we will see an integration with digital proposals that will make participation in interzum even more interesting and effective for both exhibitors and visitors. Having said that, we measure every day the growing desire of operators to return to meeting in presence and let me say that Zow, the "sister" of Interzum, which will be held from 8 to 10 February 2022 in Bad Salzuflen, Germany, will be an excellent opportunity to do so, in one of the most important furniture districts in the world.

What are the most important themes that companies should focus on?
Global megatrends - such as digitalisation, the trend towards personalisation and individuality, new mobility or urbanisation - also strongly characterised the recent edition of interzum @ home. Last May, we focused on the topic of sustainability, especially in the furniture industry, a resource-intensive business.
Without ever forgetting that the end user, the consumer, has achieved a stronger environmental awareness that leads him to evaluate the energy and resources required for the life cycle of a product as one of the elements that condition his purchase. *

CECILIA PISA
CSIL MARKET RESEARCH

Nonostante la difficile situazione che ben conosciamo, i risultati economici di molte aziende del settore non sono stati negativi, anzi in taluni casi hanno registrato significativi incrementi. Come valutate la situazione del mercato del settore in questa prima parte dell'anno?
Il settore del mobile in Italia in questa prima parte dell'anno è ripartito e sta beneficiando degli effetti della risalita dell'economia italiana e mondiale e delle misure di politica fiscale a sostegno di consumi e investimenti.
Nonostante i primi mesi del 2021 siano stati ancora segnati dalle misure di contenimento del Covid-19, sono confortanti i dati di vari indicatori che mostrano decisi segnali di ripresa. Nel 1° semestre 2021 si registra un notevole recupero del fatturato del settore che può apparire scontato se confrontato con l'analogo periodo dell'anno precedente fortemente segnato dalle chiusure imposte dall'emergenza sanitaria, ma che trova anche conferma da una comparazione con l'analogo periodo del 2019 (+10%).
Le imprese produttrici di mobili stanno mostrando una crescita della fiducia e delle attese sugli ordinativi futuri con livelli degli indici in miglioramento. Tale fiducia trova conferma anche nella risalita dagli investimenti in macchinari e

utensili per il legno-arredo che nel primo trimestre 2021 sono superiori alle aspettative.
Non mancano però le criticità, prima fra tutti la scarsità e l'impennata dei prezzi delle materie prime, creando disagi alla produzione con conseguenti rallentamenti o fermi produttivi ed erodendo la redditività.
Sul fronte dei consumi interni, la dinamica delle vendite nella prima metà del 2021 si è indebolita rispetto all'ultimo semestre del 2020 (pur essendo in crescita rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso), risentendo delle incertezze sulla crisi sanitaria e delle misure di contenimento del Covid. Tuttavia alcuni indicatori, quali le componenti dell'indice di fiducia dei consumatori sono in crescita e l'indicatore dell'opportunità attuale di acquisto di beni durevoli mostra saldi in forte risalita.

Si stima che nel 2021 il settore crescerà di circa il 5% grazie al contributo della domanda interna ed estera

Anche il mercato immobiliare mostra segnali di ripresa. I dati dell'Osservatorio dell'Agenzia delle Entrate sul periodo gennaio-marzo 2021 registrano transazioni di abitazioni in crescita del 38,6% sull'analogo periodo dell'anno precedente. Si ritiene inoltre che nel corso del 2021, permarrà la rinnovata attenzione alla casa sulla quale si sono diretti gli acquisti che prima erano indirizzati su altri beni e servizi, grazie a incentivi come il bonus mobili confermato nella legge di Bilancio per il 2021. Un'ulteriore spinta positiva arriverà dagli investimenti residenziali, oltre che dagli incentivi attivati con il Superbonus al 110%.

Quali sono le vostre previsioni generali sul futuro economico del settore e quali le strategie che secondo voi le aziende dovrebbero perseguire?
Si stima che nel 2021, il settore crescerà di circa il 5% grazie al contributo della domanda interna ed estera. Un percorso che dovrebbe rafforzarsi nel 2022, quando entrerà in azione il programma di investimenti e riforme del Recovery and Resilience Plan per poi proseguire, seppure con un trend in rallentamento, lungo tutto il 2023.

Sostenibilità e digitalizzazione sono certamente due temi chiave sui quali tutti si stanno orientando. In quale misura questi temi determineranno l'attività futura delle aziende del settore? Su quali altri temi importanti le aziende dovranno puntare?
La sostenibilità e la digitalizzazione sono due elementi chiave per il rilancio e la competitività di tutto il settore e vengono incentivati anche nell'ambito del Green Deal europeo.
Il potenziale di circolarità del settore arredo dipende in modo cruciale dallo sviluppo di nuovi modelli di business che dovranno cogliere le sfide della circolarità e trasformarle in opportunità economiche.
Alcune imprese già mostrano un approccio maturo alla sostenibilità, con soluzioni innovative che integrano design, sostenibilità e tecnologia, fatte ovviamente di materiali certificati, riciclati, riciclabili, ma anche di processi produttivi (sempre più efficienti e sostenibili), di durabilità, di logistica. Ma c'è spazio per un'ulteriore diffusione di queste pratiche.

Le imprese produttrici di mobili stanno mostrando una crescita della fiducia e delle attese sugli ordinativi futuri

Va inoltre considerato che la transizione verso la sostenibilità richiede sforzi lungo l'intera catena del valore a cominciare dai fornitori di materie prime e componenti fino alla distribuzione. Dal momento che l'industria del mobile assembla una moltitudine di materiali e componenti da diversi settori, l'innovazione nel settore viene realizzata principalmente dai fornitori, spesso in partnership con i produttori.
Questo vale anche per le soluzioni innovative sostenibili.
Anche la grande distribuzione, gli architetti e gli studi di interni svolgono un ruolo importante nello spingere l'industria verso pratiche sostenibili. Questi ultimi, generalmente richiedono standard più elevati in termini di circolarità

tre domande a...

rispetto ai consumatori finali privati. In ogni caso, uno dei fattori chiave per l'implementazione della sostenibilità è il design del prodotto, che è nelle mani dei produttori di mobili (in collaborazione con i designer). Ad esempio, i prodotti possono essere progettati per essere facilmente smontati in modo tale da facilitare la sostituzione di parti specifiche, o in modo tale da consentire la riciclabilità.

Per ciò che riguarda la digitalizzazione, l'adozione delle nuove tecnologie dell'Industria 4.0 viene considerata uno dei motori chiave del cambiamento attuale e di quello dei prossimi decenni per l'industria in Europa. Questa nuova rivoluzione industriale digitale dovrebbe garantire una maggiore flessibilità nella produzione, personalizzazione di massa, maggiore velocità, migliore qualità e più alta produttività.

L'automazione, il networking completo di tutte le aree di produzione e l'Internet of Things consentono un flusso di comunicazione digitale tra macchine, attori interni ed esterni della catena del valore. La digitalizzazione dei processi industriali consente inoltre uno spazio maggiore per la produzione su larga scala di prodotti su misura e una maggiore qualità senza costi aggiuntivi o ritardi.

Per sfruttare al meglio questi vantaggi, le imprese devono investire in formazione professionale, attrezzature, tecnologie dell'informazione e della comunicazione e analisi dei dati, nonché nell'integrazione dei flussi di dati lungo tutta la catena del valore.

It should also be considered the transition to sustainability requires efforts along the entire value chain

Despite the difficult situation with which we are familiar, the economic results of many companies in the sector have not been negative, indeed in some cases they have recorded significant increases. How do you assess the market situation in this first part of the year?

The furniture sector in Italy in this first part of the year has restarted and is benefiting from the effects of the recovery of the Italian and world economies and the fiscal policy measures to support consumption and investment.

Despite the fact that the first few months of 2021 were still marked by the measures to curb Covid-19, there are comforting figures from various indicators that show definite signs of recovery. In the 1st half of 2021, there is a significant recovery in turnover in the sector, which may seem obvious when compared with the same period of the previous year strongly marked by the closures imposed by the health emergency, but which is also confirmed by a comparison with the same period of 2019 (+10%). Furniture manufacturing companies are showing growth in confidence and expectations of future orders with improving index levels. This confidence is also confirmed by the rise in investments in wood-furniture machinery and tools, which in the first quarter of 2021 are higher than expected. However, there is no shortage of critical points, first and foremost the scarcity and soaring prices of raw materials, which are creating problems for production with consequent slowdowns or production stoppages and eroding profitability.

On the domestic consumption front, the dynamics of sales in the first half of 2021 weakened compared to the last half of 2020 (although they were up compared to the same period last year), affected by uncertainties over the health crisis and Covid containment measures. However, some indicators, such as the components of the consumer confidence index, are on the rise and the indicator of the current opportunity to purchase durable goods shows sharply rising balances. The real estate market is also showing signs of recovery. Data from the Internal Revenue Service's Observatory on the January-March 2021 period record housing transactions up 38.6% over the same period last year. It is also believed that during 2021, there will be a renewed focus on the house on which purchases were directed before on other goods and services, thanks to incentives such

as the furniture bonus confirmed in the Budget Law for 2021. A further positive push will come from residential investments, as well as from the incentives activated with the 110% Superbonus.

What are your general predictions about the economic future of the industry and what strategies do you think companies should pursue?

It is estimated that in 2021, the sector will grow by about 5% thanks to the contribution of domestic and foreign demand.
A path that should strengthen in 2022, when the investment and reform program of the Recovery and Resilience Plan comes into action and then continue, albeit with a slowing trend, throughout 2023.

Sustainability and digitization are certainly two key themes that everyone is focusing on. To what extent will these themes determine the future activity of companies in the industry? What other important themes will companies need to focus on?

Sustainability and digitization are two key elements for the relaunch and competitiveness of the entire sector and are also being promoted as part of the European Green Deal. The circularity potential of the furniture sector depends crucially on the development of new business models that will have to take up the challenges of circularity and turn them into economic opportunities. Some companies are already showing a mature approach to sustainability, with innovative solutions that integrate design, sustainability and technology, obviously made of certified, recycled and recyclable materials, but also of production processes (increasingly efficient and sustainable), durability and logistics. But there is room for further diffusion of these practices. It should also be considered that the transition to sustainability requires efforts along the entire value chain, starting with suppliers of raw materials and components and ending with distribution. Since the furniture industry assembles a multitude of materials and components from different sectors, innovation in the industry is primarily carried out by suppliers, often in partnership with manufacturers. This is also true for innovative sustainable solutions. Large retailers, architects and interior designers also play an important role in pushing the industry toward sustainable practices. The latter generally demand higher standards in terms of circularity than private end consumers. In any case, one of the key factors in implementing sustainability is product design, which is in the hands of furniture manufacturers (in collaboration with designers). For example, products can be designed to be easily disassembled in a way that facilitates the replacement of specific parts, or in a way that allows for recyclability. As far as digitalization is concerned, the adoption of new Industry 4.0 technologies is considered one of the key drivers of the current and next decades' change for industry in Europe. This new digital industrial revolution is expected to provide greater flexibility in production, mass customization, higher speed, better quality and higher productivity. Automation, comprehensive networking of all production areas and the Internet of Things enable a digital communication flow between machines, internal and external actors in the value chain. Digitization of industrial processes also allows more room for large-scale production of customized products and higher quality without additional costs or delays. To take full advantage of these benefits, companies need to invest in professional training, equipment, information and communication technology and data analytics, as well as the integration of data flows throughout the value chain.

The adoption of the new Industry 4.0 technologies is considered one of the key drivers of the current and next decades' change for industry in Europe

CRM o ERP?

Fai correre il tuo business
con una soluzione su misura

risparmi
tempo

guadagni
di più

www.gestionalecrm.com

CRM SU MISURA

SPACE
without
LIMITS

ALUTECH
MODULA

OMGE®
www.omgespa.it

DATI FEDERLEGNOARREDO 2021

TREND IN CRESCITA PER L'ARREDAMENTO

Le rilevazioni del Monitor del Centro studi di FederlegnoArredo nel primo semestre 2021, evidenziano un trend in crescita per il settore arredamento testimoniato dal +21,4% delle vendite Italia e dal +5,7% dell'export rispetto al 2019.

La produzione complessiva della filiera legno-arredo si attesta a 39 miliardi di euro, di cui 15 miliardi di euro destinati all'export, oltre 300mila addetti e 71.500 imprese, con un saldo commerciale attivo di 7,6 miliardi di euro.

Il macrosistema arredamento vale 21 miliardi di euro di cui 11 miliardi destinati all'export e 10 miliardi al mercato nazionale.

"Lo stato di buona salute del nostro settore, pur fra luci e ombre, – spiega Claudio Feltrin, presidente di FederlegnoArredo – è il risultato di un mix di fattori che hanno avuto proprio nella ritrovata centralità della casa in periodo Covid, il suo motore propulsore. Ma faremmo un torto alla qualità dei nostri prodotti, al lavoro di ricerca delle nostre aziende, alla loro capacità di continuare a pensare e produrre novità quando il mondo si era fermato, se non dicessimo che questi dati sono anche la dimostrazione del valore della nostra filiera, della nostra manifattura e della innata capacità di esportare nel mondo".

Macrosistema arredamento e illuminazione: export

Nei primi cinque mesi del 2021 l'export del macrosistema arredamento e illuminazione registra una forte crescita (5,4 mld di euro, +43,2%) rispetto all'analogo periodo dello scorso anno, e allo stesso tempo un moderato incremento (+5,7% rispetto al 2019) anche rispetto ai dati del 2019, quando l'export valeva 5,1 miliardi di euro.

I primi cinque sbocchi commerciali sono rappresentati da Francia (988,5 milioni di euro, +53,7% rispetto a gen-mag 2020; +15,3% rispetto a gen-mag 2019), Stati Uniti (573,5 milioni di euro; +73,7%; +35,2%), Germania (555,5 milioni di euro; +32,8%; +8,6%) Regno Unito e Svizzera costituiscono. Anche i primi 25 mercati di destinazione evidenziano andamenti positivi, a testimonianza del buono stato di salute del nostro export.

Macrosistema arredamento e illuminazione: mercato interno

Secondo i dati del Centro studi di FederlegnoArredo nel primo semestre 2021, emerge un aumento del 56,2%, rispetto al corrispondente periodo 2020, con un recupero in particolare sul mercato italiano (+65%). Considerando an-

che i dati del 1° semestre 2019, emerge una crescita rispetto a tale periodo +19,5% per le vendite Italia.
I comparti più legati all'ambiente domestico hanno chiuso il 2020 con una flessione più contenuta rispetto al -9,1% dell'intera filiera, grazie soprattutto al parziale recupero registrato a partire da giugno dell'anno scorso. A pagare invece il prezzo più pesante sono stati i comparti, quali l'ufficio (-20%) e i mobili professionali e commerciali, più legati ai settori non residenziali e quelli fortemente esposti sui mercati esteri, come è il caso dell'Illuminazione e del contract.

Il problema della disponibilità delle materie prime e loro prezzo
Le imprese dell'arredo evidenziano soprattutto il problema della disponibilità delle materie prime e del loro prezzo, ma temono anche che la propensione all'acquisto delle famiglie possa tornare a guardare a settori quali turismo, abbigliamento ecc. a discapito della casa.
L'andamento generale appare ad oggi comunque positivo, in particolare per il mercato italiano, che sta assumendo, grazie anche alla spinta degli incentivi fiscali, un ruolo di maggior rilievo rispetto agli ultimi anni. Anche le previsioni pertanto hanno segnali positivi (mediamente +22,9%, senza sostanziali differenze tra Italia ed estero). In molti ipotizzano una chiusura d'anno 2021 rispetto al 2020 tra il +10 e il +30%.

Un andamento positivo confermato dai dati ISTAT
La filiera legno-arredo rappresenta uno dei settori manifatturieri italiani più importanti, una filiera economica integrata, dalla materia prima al prodotto finito, che crea un flusso di prodotti ad alto valore. L'andamento espresso dalle imprese trova conferma anche negli ultimi dati ISTAT disponibili: l'ultimo indice della produzione industriale (calcolato sul volume di produzione), diffuso da Istat per il periodo gennaio-giugno 2021, indica per le imprese del Mobile un rimbalzo del +48,7%; +7,7% rispetto al 2019; bene le Cucine (+64,4%, +15,1% sul 2019) mentre arretrano (-10,0% sul 2019) i mobili per uffici e negozi. Positivo anche il dato della produzione industriale per l'Illuminazione (Ateco 27.4: +49,5%, +19,9% il gennaio-giugno 2021 su 2019).

FEDERLEGNOARREDO 2021 DATA GROWING TREND FOR FURNITURE
The findings of the FederlegnoArredo Study Centre Monitor in the first half of 2021 show a growing trend for the furniture sector, as evidenced by +21.4% of Italian sales and +5.7% of exports compared to 2019.
The overall production of the wood-furnishing sector amounts to 39 billion euros, of which 15 billion euros are for exports, with over 300,000 employees and 71,500 companies, and a trade surplus of 7.6 billion euros. The furniture macro-system is worth €21 billion, of which €11 billion for exports and €10 billion for the domestic market.
The healthy state of our sector, albeit amid light and shade," explains Claudio Feltrin, president of FederlegnoArredo, "is the result of a mix of factors that have had their driving force in the rediscovered centrality of the home during the Covid period. But we would be doing an injustice to the quality of our products, to the research work of our companies, to their ability to continue to think and produce novelties when the world had come to a standstill, if we did not say that these figures are also proof of the value of our supply chain, our manufacturing and our innate ability to export to the world".

Furniture and lighting macro-system: exports
In the first five months of 2021, exports of the furniture and lighting macrosystem recorded strong growth (€5.4bn, +43.2%) compared to the same period last year, and at the same time a moderate increase (+5.7% compared to 2019) even compared to 2019 figures, when exports were worth €5.1bn.

The top five trade outlets are represented by France (€988.5 million; +53.7% compared to Jan-May 2020; +15.3% compared to Jan-May 2019), United States (€573.5 million; +73.7%; +35.2%), Germany (€555.5 million; +32.8%; +8.6%) United Kingdom and Switzerland make up. The first 25 destination markets also showed positive trends, testifying to the good health of our exports.

Furniture and lighting macro-system: domestic market

According to data from FederlegnoArredo's Study Centre, in the first half of 2021 there was an increase of 56.2% compared to the corresponding period in 2020, with a recovery in particular on the Italian market (+65%). Considering also the data for the first half of 2019, a growth of +19.5% for Italian sales emerges compared to that period. The sectors most closely linked to the domestic environment closed 2020 with a smaller drop compared to -9.1% for the entire chain, thanks mainly to the partial recovery recorded from June last year.

On the other hand, the sectors that paid the heaviest price were those, such as office (-20%) and professional and commercial furniture, that are more closely linked to non-residential sectors and those that are strongly exposed to foreign markets, such as Lighting and Contract.

The problem of availability of raw materials and their prices

Furniture companies are mainly concerned with the problem of raw material availability and prices, but also fear that the propensity to buy by families may shift back to sectors such as tourism, clothing, etc., to the detriment of the home. However, the general trend appears to be positive so far, especially for the Italian market, which is taking on a more prominent role than in recent years, thanks also to tax incentives.

Forecasts therefore also show positive signs (on average +22.9%, with no substantial differences between Italy and abroad). Many people assume that the end of the year 2021 will be between +10 and +30% compared to 2020.

A positive trend confirmed by ISTAT data

The wood-furnishing sector is one of the most important Italian manufacturing sectors, an integrated economic chain, from the raw material to the finished product, which creates a flow of high-value products.

The trend expressed by companies is also confirmed by the latest available ISTAT data: the latest index of industrial production (calculated on the volume of production), released by Istat for the period January-June 2021, indicates for furniture companies a rebound of +48.7%; +7.7% compared to 2019; Kitchens are doing well (+64.4%, +15.1% on 2019) while furniture for offices and shops is in decline (-10.0% on 2019). Also positive was the industrial production figure for Lighting (Ateco 27.4: +49.5%, +19.9% January-June 2021 over 2019).

Photo "supersalone"
Credits Diego Ravier e Andrea Mariani

AIPEF

Aziende Italiane Poliuretani Espansi Flessibili

Chemical Resine

Cires

Norditalia Resine

Olmo Giuseppe

Orsa Foam

Pelma

Rag.Vittorio Broggini

Sip

Sitab P.E.

Covestro

Dolphin Pack

Dow Italia

Eigenmann & Veronelli

Eurofed

Evonik Industries

Fema Industry

Huntsmann Tioxide Europe

Repi

Federazione Gomma Plastica

www.aipef.it

www.poliuretano-e.it

Aipef. Via San Vittore 36 Milano ITALY

EFFEGIBREVETTI

www.effegibrevetti.com