

IN CINA
AL GALOPPOMarketing
Oggi

IL QUOTIDIANO DEI PROFESSIONISTI DI MARKETING, MEDIA E PUBBLICITÀ

Dario Rinero, ceo del gruppo: pronti a nuove insegne. Brand in vetrina al Salone
Poltrona Frau spinge sul retail
 Il marchio in volo con Alitalia. La Cina primo mercato

DI FRANCESCA SOTTILARO

Mentre si prepara a prendere il volo con **Alitalia**, per la quale ha progettato un nuovo concept per la classe Magnifica, il **Gruppo Poltrona Frau** torna a ribadire dal Salone del Mobile di Fiera Milano le sue priorità: ovvero «i paesi emergenti da un lato, e le insegne retail e di illuminazione dall'altro». È **Dario Rinero**, ceo del network di Tolentino controllato dal colosso americano degli uffici **Haworth**, a presentare le nuove frontiere dal Padiglione 20 di Rho Pero dove tutti i marchi sono in vetrina per il salone del Mobile. Parola d'ordine tra



Dario Rinero

gli stand è «innovare» sia con le collezioni storiche dei Maestri di **Cassina**, sia con l'avanguardia di **Cappellini** e veicolando la ricerca e la materia della produzione **Poltrona Frau**. «Negli ultimi cinque anni ci siamo concentrati sulla struttura del gruppo, sui grandi marchi cedendo i più piccoli (Gebroder Thonet, Nemo e Gufam) e sulla rete vendita», spiega l'a.d. a **ItaliaOggi**. «Adesso raggiunti gli obiettivi nei mercati chia-



Una pubblicità cinese della berlina Phaeton Poltrona Frau. A destra la collaborazione tra Cassina e Louis Vuitton

re Jeanneret con il cuoio **Louis Vuitton**. La collaborazione, già mostrata a Design Miami va in scena nello showroom di Via Durini, presso Louis Vuitton Rinascende e di nuovo al Design Supermarket di Milano Duomo durante il Salone. In comunicazione va «il 6% del fatturato, (nel 2013 a quota 272 milioni di euro) ma sono gli eventi a livello globale a veicolare i marchi», dice Rinero.

ve, in primis la Cina, siamo pronti a considerare nuove aggregazioni. Non solo brand a sé stanti ma anche catene di retail del design».

Una politica sposata fin dal 2013 con l'accordo per **Simon collezioni**, brand storico di tavoli ora sotto l'ombrello del marchio Cassina. «È un marchio molto importante anche per l'ufficio, ma consideriamo interessante anche l'illuminazione per completare l'offerta. Quanto alle reti di negozi, guardiamo a gruppi consolidati che vogliono rilanciarsi perché vengono a mancare le

condizioni finanziarie o di continuità generazionale», aggiunge Rinero. Nomi ufficiali non trapelano, ma i confini «sono quelli europei e non italiani». E, giocoforza, viene in mente la Francia e il network **Silvera** o la Gran Bretagna di **Aram**.

Detto questo, il cliente che sta dimostrando più sensibile ai marchi del gruppo è orientale grazie ai forti investimenti sul territorio: «Cassina è molto presente in Giappone grazie a un joint venture che dura da oltre vent'anni; Poltrona Frau è marchio importantissimo in Cina, paese dove abbiamo triplicato il fatturato in tre anni, passando da 8 città coperte a 13 che diventeranno 18 quest'anno», racconta Rinero, «a giugno apriremo nella Montenegro-

ne di Shanghai il nostro primo showroom di gruppo». E poi c'è il team: 80 persone tra Giappone, Taiwan, Singapore, Hong Kong, Mainland China. «La differenza la fanno le persone sul territorio e le partnership», aggiunge l'a.d. «In Cina, per esempio, esiste la Phaeton Poltrona Frau, una berlina della **Volkswagen** molto diffusa, mentre sulle tratte internazionali lanceremo a breve la nuova seduta Poltrona Frau per la classe Magnifica di Alitalia». Altre partnership sono attive con Cassina che quest'anno ha lanciato un'edizione limitata della seduta LC4, progettata da Charlotte Perriand, Le Corbusier e Pier-



qualità di azionista. «Quello del Gruppo Poltrona Frau è un posizionamento strategico che ci permette di coprire finalmente la domanda per gli spazi executive e le lobby nei grandi progetti di Haworth». Bolognese doc, il numero uno del colosso americano vede in «Asia e Nord America due opportunità con sfide diverse per la penetrazione dei brand del gruppo italiano». Il design negli uffici Haworth però «sarà qualcosa di graduale ma servirà ancora una volta a far conoscere i marchi Poltrona Frau».

—© Riproduzione riservata—

Assegnati lunedì sera a Verona i Premi Grandi Cru d'Italia 2014

DI GIAN MARCO GIURA

Sono stati assegnati lunedì sera, nella cornice del Teatro Ristori di Verona, i Premi Grandi Cru d'Italia dedicati alle più importanti personalità internazionali del settore del vino nel corso di una cena di gala cui hanno partecipato circa 300 giornalisti e operatori nazionali e internazionali, autorità e i soci del Comitato Grandi Cru d'Italia. L'associazione, sul modello francese, riunisce i 100 produttori di più alta qualità che da almeno vent'anni producono vini con i più alti rating derivanti dall'incrocio di guide e riviste italiane e straniere.

I soci del Comitato Grandi Cru d'Italia hanno premiato come miglior giornalista, ex aequo, Jay McInerney, wine columnist *Town & Count-*

ry (Hearst Magazines) e *The Wall Street Journal* e grande romanziere, e Qianrui Cheng, senior editor *Wine in China*. Come Sommelier dell'anno ha ricevuto il riconoscimento Paolo Basso, Miglior sommelier del mondo 2013 per la Association de la sommelierie internationale.

Premi speciali sono stati assegnati a Diana Bracco, presidente Expo 2015 e commissario generale Padiglione Italia, Alberto Bradanini, ambasciatore d'Italia a Pechino e a Eduardo Eurnekian, presidente Corporacion America e proprietario di Bodega del Fin del Mundo in Argentina e Armavir in Armenia.

A esaltare i Grandi Cru, serviti nel corso della cena dai sommelier di Ais Veneto, sono state le creazioni dello chef Niko Romito, cuore, insieme alla

sorella Cristiana, del ristorante Reale di Castel di Sangro (Aq), tre stelle Michelin nel 2014.

L'assemblea tenutasi il 6 aprile aveva ratificato la nomina a nuovo presidente del marchese Carlo Guerrieri Gonzaga, che ha raccolto il testimone dal marchese Vittorio Frescobaldi, che ha lasciato per fine mandato avendo condotto l'associazione a un grande prestigio internazionale.

Il nuovo presidente (Tenuta San Leonardo, che produce l'omonimo grande Cru) è affiancato nell'attività dal vice presidente esecutivo Paolo Panerai. Fil rouge della serata è stato il connubio tra vino e arte con protagonista *Il Bacco Adolescente* di Caravaggio, di cui gli ospiti hanno potuto apprezzare i più interessanti dettagli pittorici e la storia della sua creazione grazie

agli approfondimenti del professor Vittorio Maria de Bonis. Mediante una presentazione multimediale di grande effetto che ha valorizzato fin nel dettaglio più difficile da cogliere ad occhio nudo il valore dell'opera, effettuando anche un confronto con *Il Trionfo di Bacco* di Leonardo Da Vinci e *Il Bacco* di Velázquez. Ai partecipanti è stato inoltre presentato il libro *WineArt*, in italiano, inglese e cinese, con un interessante approfondimento sul legame fra vino e arte, presente in Italia da molti secoli prima di Cristo. Main sponsor della serata, ripresa dai canali televisivi Class Life e Class Cnbc, è stata Intesa Sanpaolo, sempre attiva nel settore agricolo e dei prodotti made in Italy, con Agriventre.

—© Riproduzione riservata—