

Top performer del real estate Premiata agenzia dell'Alto lago

Immobiliare. Lakeside è stata selezionata da un gruppo di 300 candidati. L'attività di Sara e Laura Zanotta è focalizzata sugli investitori stranieri

MENAGGIO
GIANPIERO RIVA

L'agenzia immobiliare Lakeside Real Estate ha vinto l'European Property Awards, il più prestigioso concorso internazionale del settore immobiliare. Giovedì le titolari, Sara e Laura Zanotta, saranno a Londra, al Royal Lancaster Hotel, a ritirare l'ambito premio. Fondata nel 2013 dalla maggiore delle due sorelle, Sara, trentaduenne, la Lakeside è stata selezionata fra oltre 300 candidati da una giuria composta da giornalisti, esperti di marketing digitale, direttori creativi, ceo ed executive directors del settore immobiliare internazionale. Come confermano gli esperti, quello degli Awards è il più alto simbolo di eccellenza nel settore a livello internazionale: «Il primo premio - dichiara Stuart Shield, presidente degli International Property Awards - attesta che l'azienda ha le qualità e la professionalità necessarie per distinguersi».

Investitori stranieri

Il Lago di Como si conferma come una delle più importanti location di investimento immobiliare mondiale e Lakeside, in particolare, di recente è comparsa sulle più note testate internazionali, da The Telegraph al New York Times, con interviste alle



Lo staff: Sara e Laura Zanotta, Elisa Maglia e Luciano Galli

sue titolari. «Una bellezza, quella del lago, che è anche puro ritorno economico - interviene Sara Zanotta - : l'80% dei nostri clienti acquista infatti con la chiara intenzione di mettere a reddito l'immobile. Certi segmenti del fronte lago, degli immobili a carattere storico e di quelli commerciali sono sempre più richiesti dagli investitori

esteri e rimangono pochissimo sul mercato. Gli americani rimangono gli investitori più attivi e sono il 40% dei clienti della nostra agenzia in base alle stime del primo semestre dell'anno, seguiti dagli inglesi (30%), scandinavi, indiani, israeliani, australiani e francesi. Il valore degli immobili del lago è aumentato di circa il 2,5% di anno in anno

nell'ultimo triennio - prosegue la titolare di Lakeside - . L'incremento dei prezzi è imputabile anche al fatto che la richiesta, sempre più, supera l'offerta».

Orgoglio laghée

Grande la soddisfazione delle sorelle Zanotta: «Quello di giovedì, che condividiamo con i nostri due collaboratori, Luciano Galli ed Elisa Maglia, non è solo un importante riconoscimento professionale per l'agenzia, ma anche e soprattutto motivo di orgoglio laghée. Nella nostra candidatura al concorso abbiamo raccontato tutto il nostro amore per il territorio, l'importanza che diamo al restauro conservativo del patrimonio immobiliare, il rispetto per l'identità dei paesi, la passione che ci ispira quando raccontiamo ai clienti l'anima delle nostre case, la storia e le tradizioni locali. Ci piace dire che non vendiamo solo case - proseguono Sara e Laura - ; vogliamo anche trasmettere la bellezza autentica e senza tempo del territorio. Chi compra con noi sul lago, deve prima conoscerlo. E innamorarsene veramente». Lakeside Real Estate è la prima agenzia immobiliare del Lago di Como a ottenere questo importante riconoscimento: un motivo in più per continuare a credere nell'imprenditorialità giovanile e femminile sul lago.

Una nuova boutique Moncler atterra allo scalo di Pechino



Lo store di Moncler al Pechino Daxing

Fashion

L'apertura in Cina di un nuovo monomarca nell'aeroporto più grande del mondo

Moncler, il fashion brand guidato dall'imprenditore comasco Remo Ruffini, sviluppa ulteriormente il proprio canale di distribuzione all'interno degli aeroporti con l'apertura della sua prima boutique al Pechino Daxing, recentemente confermato il più grande aeroporto del mondo.

La nuova boutique situata presso l'hub centrale al secondo livello è dedicata ai voli nazionali ed è caratterizzata dall'estetica haute montagne, unica e distintiva del brand. L'ingresso è in marmo verde rameggiato, mentre gli interni presentano rifiniture in legno nero intervallate da un mix di marmo verde rameggiato e bianco Calacatta Vagli per i pavimenti, rimanendo fedele al

lo stile della maison. Avere un rapporto diretto con i propri clienti siano essi retail, wholesale o digitali, riuscire a coinvolgerli, offrire esperienze rilevanti in tutti i touch point e saperne intuire le aspettative, questi sono i capisaldi del rapporto che Moncler intende sviluppare con i propri clienti, in particolare con l'importante consumatore locale, in un'ottica di omnicanalità, per sostenere, e se possibile rafforzare, la crescita organica del Gruppo.

Moncler vuole continuare a sviluppare selettivamente i mercati internazionali e nel contempo consolidare la propria presenza nei mercati "core", anche attraverso la crescita della rete di negozi monomarca retail, un controllato ampliamento della superficie media degli stessi, l'apertura di negozi monomarca wholesale, l'espansione del canale travel retail e il rafforzamento del canale digitale.

Tutto in fibra di bamboo Così una passione è diventata un'azienda

Tessile

Bamboo Style di Lomazzo ha sviluppato una linea di foulard e tessuti

Un'impresa comasca specializzata in foulard e tessuti in fibra di bamboo, in costante crescita. Michela Di Salvo e Raffaele Pilato, moglie e marito, insieme alle figlie Marianna e Desirée hanno creato, nel 2010 a Lomazzo, la Bamboo Style: una realtà che si occupa della produzione di foulard e altri accessori principalmente in fibra di bamboo, ma anche tessuti realizzati con altre fibre naturali ricavate da piante come, ad esempio, l'eucalipto.

Raffaele, impiegato per anni in una azienda tessile comasca, conosce la fibra di bamboo ed è appassionato alle sue proprietà: si tratta di una fibra estremamente morbida, leggera, traspirante ma anche termoisolante ed ha proprietà antibatteriche e antisettiche naturali per la conformazione naturale della pianta stessa.

Michela, ex casalinga, ha da sempre la passione per il commercio: «Ho iniziato a realizzare piccoli lavoretti con i bambini a Manera; vendevamo ciò che creavamo insieme nei mercatini per dare il ricavato in beneficenza alla parrocchia. Ho scoperto che fare i mercatini mi piaceva» racconta l'imprenditrice. «Con mio marito - aggiunge - abbiamo deciso di unire le due cose e seguendo le tendenze al biologico e l'interesse attuale del mercato verso fibre naturali, abbiamo iniziato a realizzare delle prove con filati di bamboo e a mettere in vendita i nostri prodotti».

Nel 2010 si attivano e in breve avviano la nuova attività: insieme ricercano i filati di fibra di bamboo più adatti alle loro esigenze che fanno successivamente tessere. Seguono colorazione e stampa delle fantasie. Procedimento che viene effettuato esclusivamente con colori a base di acqua ad impatto zero. Per tutte le operazioni tecniche si avvalgono di aziende italiane professionali e competenti. Stampe, fantasie e campionari

vengono scelti chiedendo la consulenza delle figlie, in particolare quando sciarpe e foulard devono incontrare i gusti dei giovani. Michela e Raffaele si occupano anche della parte commerciale: seguono personalmente mercatini e fiere girando tutta l'Italia proponendo, con riscontri molto positivi, i foulard Bamboo Style. Alla Creativa di Bergamo danno la possibilità ai clienti più creativi di acquistare pezzi grezzi. «A Bergamo un'azienda di Roma ha acquistato la stoffa grezza con la quale ha poi realizzato delle magliette» spiega Di Salvo rientrata recentemente da una fiera a Bologna dedicata ai negozianti. «A Bologna abbiamo avuto la possibilità di conoscere una nuova realtà, fatta non solo di grandi negozi, ma anche di negozi di piccole dimensioni e negozi che vendono prodotti biologici o naturali interessati ai manufatti realizzati da noi».

La produzione ad oggi è composta da circa 20 tipologie di stampe in svariati colori. Con le figlie pensano e inventano i nomi di sciarpe e foulard. La filiera



I prodotti sono tinti con colori ad acqua



Raffaele Pilato e Michela Di Salvo con le figlie Marianna e Desirée

è completamente italiana: filati e tessitura, stampa e confezionamento. «Mi piace molto creare prodotti innovativi, ma mi piace molto anche creare una relazione con le persone che visitano mercatini e fiere. Facendo questo lavoro è importante avere una buona capacità di co-

municazione» sottolinea la titolare dell'impresa. Per adeguarsi a una richiesta sempre più diffusa, Bamboo Style sta sviluppando una rete di distribuzione grazie a rivenditori terzi. Da poco è anche online attraverso una piattaforma di vendita online.

Emanuela Longoni

Formazione su mobbing e molestie sul lavoro

Insubria

«Contrastare con successo mobbing e molestie (sessuali e psicologiche) sul luogo di lavoro»: è di grande attualità il nuovo corso di alta formazione che inizia il 5 novembre all'Università dell'Insubria, nella sede varesina di Monte Generoso in videoconferenza con Como.

Il corso è rivolto a operatori nel mondo sanitario, giuridico, politico, amministrativo, imprenditoriale, educativo, agli studenti universitari e a ogni lavoratore e lavoratrice che voglia approfondire l'argomento.

Sono previste in tutto 32 ore di lezione, compresi workshop, dal 5 al 30 novembre il martedì e il venerdì dalle 17 alle 21, nella sede universitaria di Monte Generoso, in videoconferenza con l'aula 4.15 di via Valleggio a Como; grazie all'importante sostegno dell'Ufficio della Consigliera di Parità di Varese il costo per i 60 partecipanti sarà un contributo simbolico di 50 euro. Le iscrizioni sono aperte: www.uninsubria.it/la-didattica/corsi-di-formazione.