

TURISMO D'ÉLITE: LA SOCIETÀ ORGANIZZA VIAGGI ESCLUSIVI ANCHE DA UN MILIONE DI EURO

Destination Italia fa boom

Nel primo semestre ha ricevuto ordini per 20 milioni contro gli 8 dell'intero 2021. Nel capitale c'è Intesa col 4,5%

DI ELENA DAL MASO

Destination Italia è una società quotata sul segmento Egm di Piazza Affari che si occupa di organizzare i viaggi per quei clienti super esclusivi che le banche definiscono high net worth individual. Ovvero quelli di fascia più alta, che possono permettersi di sborsare 950 mila euro per prenotare una villa in Sardegna per due mesi con architetti che rivedono gli interni, cuochi stellati e artisti per serate private.

Quotata a ottobre 2021 a 0,95 euro, ora la società vale 1,04 per 12,7 milioni di capitalizzazione e vede come azionista di riferimento la presidente, Dina Ravera, con il 47,5% attraverso Lensed Star, seguita al 17,5% da Lastminute.com e al 4,5% da Intesa Sanpaolo. Nella compagnia figurano anche il principe Borromeo, Riccardo Illy, Federico Grom e Guido Martinetti fondatori di Grom. Ravera ha quotato Destination Italia dopo un mana-



Dina Ravera
Destination Italia

ment buyout con un aumento di capitale nella compagnia azionaria composta dai due fondatori, Lastminute.com e Intesa Sanpaolo. «La buona notizia», intervienne Ravera, ex presidente del settore telecomunicazioni di Confindustria per due mandati e oggi anche presidente del Pio Albergo Trivulzio, oltre

Cairo Communication dimezza l'utile nel semestre

di Antonio Di Mauro

Cairo Communication ha chiuso il primo semestre 2022 con ricavi consolidati lordi in crescita a 598,6 milioni (58,3 nel 2021), ma con un ebitda in calo a 69 milioni (80,7 nel 2021) e un utile netto di pertinenza del gruppo più che dimezzato a 11,3 milioni (24,5 milioni nel 2021, quando aveva beneficiato per 7,3 milioni di una plusvalenza su un asset partecipativo). L'ebitda ante oneri non ricorrenti è pari a 80,3 milioni, pur impattato da un incremento dei costi della carta e altri fattori produttivi di circa 12,5 milioni, ed è sostanzialmente in linea con quello del periodo analogo del 2021 (81 milioni). Al



30 giugno la posizione finanziaria netta è pari a 33,7 milioni, dopo avere distribuito dividendi per 36,7 milioni a livello di gruppo. In particolare, per il settore televisivo (La7) e operatore di rete, è stato conseguito un ebitda di circa 2,9 milioni (6,3 milioni nel pari periodo 2021) e un ebit negativo di 4,9 milioni (-2,1 nel 2021). Il gruppo Cairo ritiene che sia possibile porsi l'obiettivo di confermare nel 2022 margini (ebitda) ante oneri non ricorrenti sostanzialmente in linea con quelli realizzati nel 2021 e di proseguire anche nel secondo semestre con un'ulteriore generazione di cassa dalla gestione operativa. (riproduzione riservata)

ni per 5 milioni di euro, una crescita del 480% anno su anno e del 120% rispetto a giugno 2019, quando non si parlava ancora di pandemia». Il primo semestre nel turismo rappresenta circa due terzi del fatturato dell'anno. I viaggi da 1 milione di euro sono forse la punta di diamante della società anche se «abbiamo diversi casi di americani che hanno speso in media 500mila euro per stare in Italia. Scelgono di solito ville, più esclusive degli alberghi di lusso, fra la Toscana, Sardegna, Costiera Amalfitana e lago di Como, per esem-

pio, con staff privati. Sono persone che vogliono essere seguite giorno dopo giorno nella loro permanenza in Italia in maniera curata e flessibile. Mi aspetto nel 2023 di avere una stagione piena», commenta Ravera. Secondo cui l'Italia dei viaggi di fascia alta e altissima «ha un potenziale inespresso di miliardi di euro che farebbe solo bene al Paese». Discorso a parte va fatto per la Cina, «mercato di viaggi verso il resto del mondo che vale 200 miliardi e ora è fermo a causa della politica Covid-ze-», riprende Ravera. La socie-

tà ha investito molto in tecnologia integrando 1.200 tour operator nel mondo con clientela afflitta nel suo database. Operatori ai quali ogni anno rinnova offerte con nuove soluzioni esclusive. Per Destination Italia l'Europa è la prima regione con il 27% delle prenotazioni, seguita dal Nord America con il 24%, dalla Russia con il 23% (senza sanzioni, vale il doppio) e dall'America Latina con il 10%. Tra i singoli Paesi spiccano Usa, Brasile, Spagna, Canada, Australia, Uk e penisola araba. (riproduzione riservata)

Report di Intesa Sanpaolo: ampiamente recuperate le perdite del 2020 grazie al balzo dell'export (+8,3% sul 2019)

Mobili, l'industria tricolore è in crescita del 25%

DI ANDREA BOERIS

Nel 2021 l'industria italiana del mobile ha registrato un aumento del fatturato del 25,1% a prezzi correnti, mostrando una dinamica migliore rispetto al complesso del manifatturiero (+22,5%). Sono state ampiamente recuperate le perdite subite nel 2020: i livelli di fatturato sono superiori del +15,7% rispetto a quelli registrati nel 2019 (rispetto al +9,1% del manifatturiero) e tra i principali competitor in Europa soltanto la Polonia è riuscita a fare meglio.

I dati emergono da un report sul settore del mobile realizzato da Intesa Sanpaolo che analizza lo stato di salute di uno dei settori più rappresentativi del made in Italy nel mondo, che proprio grazie ai mercati esteri ha raggiunto ottimi risultati nel corso del 2021: con un balzo dell'8,3% rispetto ai livelli di export del 2019 (per un corrispettivo esportato pari a 10,8 miliardi di euro) e il contributo determinante di Usa, Francia, Germania e Cina, il settore ha generato un saldo commerciale di 8,3 miliardi di euro, l'8% del surplus manifatturiero italiano.

Ancora una volta è stato trainante l'export dei 13 distretti industriali del legno-arredo, monitorati da Intesa Sanpaolo, che, grazie a un balzo tendenziale del +22,1% nel 2021, ha registrato un nuovo record storico, toccando quota 7,9 miliardi di euro, il 10,4% in più rispetto al 2019.

Anche il 2022 si è aperto con performance particolarmente positive, sia in termini di fatturato complessivo del settore (+13,9% a valori correnti nel trimestre gennaio-marzo) sia in termini di vendite sui mercati esteri. L'export dell'industria del mobile ha continuato a crescere a ritmi sostenuti e il bilancio è ampiamente positivo nel primo trimestre dell'anno, con un progresso tendenziale pari al +20,7% (+21,2% le esportazioni dei distretti), guidato soprattutto da Stati Uniti, Regno Unito, Germania, Francia e Svizzera. La performance a prezzi correnti del settore è stata influenzata dalla stessa spinta dei prezzi, che sono saliti mediamente del 7,3% nei primi tre mesi del 2022, riflettendo il contesto inflattivo causato dalla prima fase di rialzo delle commodity energetiche e non, una dinamica già in atto prima del conflitto tra Russia e Ucraina. Lo scoppio della guerra ha poi ulteriormente contribuito ad esacerbare queste dinamiche, modificando lo scenario anche per le imprese del mobile.

La conseguenza è che i prezzi dell'energia ai massimi, la maggio-

esposizione verso i mercati russo e ucraino (che pesano il 3,7% sulle esportazioni del settore, contro il 2% medio del manifatturiero nel 2021) e soprattutto una domanda di beni durevoli penalizzata dall'incertezza e dalle bollette energetiche, sia in Italia che negli altri paesi europei, porteranno a una frenata del fatturato a prezzi costanti del settore nel 2022. In ogni caso, però, la crescita attesa dei prezzi consentirà di registrare un nuovo incremento del fatturato a prezzi corren-

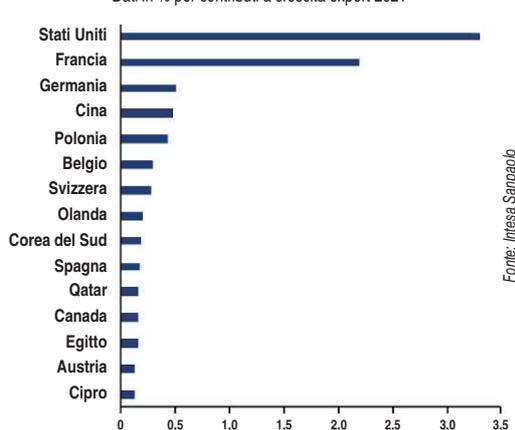
ti del Mobile italiano (+13,1% in media d'anno).

Il report evidenzia inoltre che, in assenza di una escalation del conflitto, il settore potrà riprendere buoni ritmi di sviluppo nei prossimi anni, con una previsione di crescita del 2,7% medio annuo (a prezzi correnti) nell'orizzonte al 2026. Ma per ottenere questi risultati di crescita sarà necessario proseguire sulla strada del rafforzamento competitivo, accelerando sul fronte degli investimenti, orientati in particolare verso transizione green e digitalizzazione, processi e funzioni di vendita, r&s e formazione del capitale umano.

Un altro elemento preminente per la crescita dell'industria del mobile possono essere gli investimenti in economia circolare, intensificando gli sforzi sul fronte sia della gestione delle risorse idriche e dei rifiuti sia dell'utilizzo di materie prime di riciclo all'interno dei processi produttivi. Il report segnala che queste politiche già ora sono più diffuse tra le imprese del mobile (il 32,7% delle imprese del mobile utilizza materie prime seconde contro il 25,4% del manifatturiero). (riproduzione riservata)

MOBILI, I PRIMI 15 MERCATI DI SBocco

Dati in % per contributi a crescita export 2021



GRAFICA MF-MILANO FINANZA

Fonte: Intesa Sanpaolo