



NOVELLINI

ITALY - CORSERA Suppl. ECONOMIA - 3/20/2023 - Num.: 11 - Pag.: 45

Frequency: daily-weekly - Circulation: 301468

CORRIERE DELLA SERA

LUNEDÌ 20.03.2023

Osservatorio

45

IL SONDAGGIO

L'Economia

SICUREZZA

Algoritmi e «Ai» per battere i soliti ignoti

Intervenire in tempo, prima che i soliti ignoti si mettano in azione. «Siamo grati ed orgogliosi che, per il terzo anno consecutivo, i consumatori italiani hanno premiato i nostri prodotti e servizi per l'innovazione, la facilità di utilizzo e perché li fanno sentire sicuri e protetti — afferma Stefan Konrad, managing director Verisure Italia —. Il nostro nuovo sistema di sicurezza con Tecnologia Presense Eletto Prodotto dell'Anno 2023 rappresenta non solo un sistema d'allarme d'avanguardia, ma un vero e proprio alleato in situazioni di pericolo e di emergenza. In questo modo saremo ancora più vicini ai bisogni di sicurezza delle persone perché offriamo una tecnologia che previene il pericolo, facile da usare ed efficace e che continueremo ad innovare rapidamente per garantire alti standard di protezione».

Verisure, azienda specializzata nel settore degli allarmi monitorati per case e attività commerciali, riceve così il favore di 2 milioni di consumatori partecipanti alla più importante ricerca di mercato sull'innovazione, nella categoria Simple Experience per la Sicurezza dedicata ai servizi semplici da usare che migliorano la propria vita. La sua nuova generazione d'allarme ad alta sicurezza combina l'intelligenza artificiale, modelli

predittivi e comunicazioni ultra-veloci in 3 barriere di protezione, collegate 24 ore su 24 alle centrali operative.

La novità è che la tecnologia rileva qualsiasi situazione pericolosa ancora più velocemente, la analizza in tempo reale così da intervenire ancor più tempestivamente ed efficacemente contro il ladro. D'altronde, la prevenzione del pericolo è

ciò che chiedono i consumatori per sentirsi sicuri nelle proprie abitazioni. Secondo il Censis, per l'82% degli italiani un sistema di sicurezza deve rilevare un'intrusione o pericolo prima che avvenga, mentre secondo un altro studio su oltre 2.500 intervistati, l'87% dichiara che il proprio sistema di sicurezza ideale deve prevenire i furti. Un italiano su 4 inoltre non prende in considerazione l'installazione di un sistema di allarme perché sul mercato non è presente una soluzione in grado di prevenire i pericoli. Negli ultimi 5 anni, Verisure ha investito a livello gruppo 255 milioni di euro in R&S all'interno del propri hub di ricerca in Spagna, coinvolgendo un team di 650 ingegneri con l'obiettivo di innovare per offrire sempre migliore protezione e servizi.

Barbara Millucci
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Verisure
Stefan Konrad

PET FOOD

Quando il cibo per gatti «lavora» per l'ambiente

Un cibo per felini che aiuta anche la salvaguardia del nostro ecosistema marino. Sono 12 mila i consumatori che hanno assegnato il premio «Eletto Prodotto dell'Anno» a Sheba, brand di alimenti per gatti del gruppo Mars. Ad aggiudicarsi il riconoscimento nella categoria Pet Food Gatto, è Sheba Filets come «prodotto innovativo svi-

luppato con un'attenzione particolare alla qualità, trasparenza e sostenibilità». Il pesce utilizzato, riconoscibile dal bollino rosso «proviene da fonti sostenibili, come dimostrano le certificazioni Msc e Asc» spiega Valentina Menato, Category and Portfolio Director Mars South Europe. «L'83% dei prodotti Sheba in Europa, riporta il marchio di Msc Marine Stewardship Council, a dimostrazione che il pesce contenuto proviene da una fonte tracciabile e sostenibile». Tuttavia, l'impegno per la sostenibilità del brand non passa solo dal prodotto. L'azienda è in prima linea nel rendere il pianeta un posto migliore e si impegna a limitare la propria impronta ambientale, proteggendo gli ecosistemi del mondo, migliorando allo stesso tempo la vita delle persone.



Mars Europe
Valentina Menato

«Sheba Hope è il più grande programma di ripristino della barriera corallina che si pone l'obiettivo di ripristinare entro il 2029 più di 185 mila mq di barriera, la dimensione di circa 150 piscine olimpioniche, in varie parti del mondo».

In questo modo, l'azienda si impegna ad agire sull'impatto climatico, fondamentale per mantenere gli ecosistemi. Più corallo oggi, significa più pesce domani. In questo modo, Mars rende sempre più ecologiche le proprie attività produttive e quelle delle principali filiere.

Oltre ad usare energie rinnovabili, come quella solare, il gruppo limita le emissioni di gas serra, con l'obiettivo di riduzione pari al 67% entro il 2050. Sempre in ottica green, l'azienda intende realizzare confezioni al 100% riciclabili, riutilizzabili o compostabili entro il 2025. Il packaging trasparente e sostenibile del prodotto è «stato realizzato — si legge — per rendere subito visibile la freschezza degli ingredienti». Con il quartier generale a McLean, in Virginia (Usa), Mars è presente in più di 80 paesi del mondo e fattura oltre 45 miliardi di dollari.

Ba. Mill.
© RIPRODUZIONE RISERVATA

NEWS DALLE AZIENDE

a cura di CAIROCS MEDIA

VIMAR

Continua l'evoluzione domotica e tecnologica dell'azienda, con LINEA CON PIATTAFORMA XT



Vimar prosegue il suo percorso in ambito domotico e tecnologico: sbarca infatti sul mercato Linea con piattaforma XT, l'evoluzione della serie civile lanciata a ottobre 2022: la piattaforma XT di Linea è la sua anima domotica su tecnologia By-me Plus, caratterizzata da una dinamicità e da una scalabilità che la rendono unica. La piattaforma XT è un'Experience Technology, un'innovativa esperienza tecnologica per la casa domotica, con comando a tutta superficie per una planarità totale che la rende distintiva e unica nel suo genere. Il design è essenziale e intuitivo, con una grande possibilità di personalizzazione, in diverse modalità: attraverso icone intuitive e autoselettive selezionabili da una vasta libreria di simboli statici, oppure tramite una gamma di icone a matrice LED statiche o dinamiche programmabili con l'app View Pro, che rendono ogni prodotto personalizzato e differente per soddisfare qualsiasi richiesta da parte del cliente e valorizzare l'identità della struttura. La

scalabilità ed espandibilità permettono di potenziare e spostare con grande facilità le funzioni frontali, senza interventi di cablaggio, trasformando un comando di luci e tapparelle in gestione della temperatura e attivazione degli scenari. Questa dinamicità nell'incremento delle funzioni su uno stesso punto di comando è un vantaggio sia in fase di nuova installazione sia nelle ristrutturazioni, che possono avvenire senza opere murarie, permettendo composizioni completamente personalizzabili e modificabili, secondo le necessità del cliente. La piattaforma XT si integra perfettamente coi dispositivi modulari Linea: è possibile infatti avere un coordinamento fra le due piattaforme grazie ai supporti misti, che possono ospitare i frutti elettromeccanici ed elettronici da 1 o 2 moduli assieme ai comandi domotici XT, per un'unione perfetta fra design e funzionalità, in un prodotto dove l'energia positiva di Vimar diventa pura innovazione.

www.vimar.com

NOVELLINI

Annunciata la nascita di NOVELLINI IBERICA

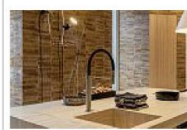


Il gruppo Novellini, leader mondiale nella produzione di box doccia e punto di riferimento europeo nel settore del wellness domestico per il bagno e l'outdoor, annuncia la nascita di Novellini Iberica. La nuova filiale, con sede a Barcellona, in Calle Brucia 13-15, contribuirà con la sua presenza sul territorio e la sua capacità gestionale a rafforzare e consolidare la presenza e la capillarità distributiva di Novellini nei mercati di Spagna, Portogallo e Andorra. Il management team della nuova società è composto da Barbara Novellini (presidente del gruppo) e Marco Novellini (CEO) (nella foto). L'azienda subentrerà a Novo Alugas S.A., società che da 35 anni commercializza i prodotti del marchio italiano su questi mercati. Barbara Novellini ha dichiarato: «Desidero ringraziare in modo speciale e affettuoso Enric Pes, amministratore di Novo Alugas S.A., per la dedizione e l'impegno profusi in questi anni di collaborazione nel promuovere il nostro brand e i nostri prodotti nei mercati iberici». Marco Novellini, che agirà come direttore generale della nuova filiale del gruppo, ha aggiunto: «Siamo molto soddisfatti di questo nuovo ed entusiasmante progetto che ci vedrà direttamente impegnati nell'ottimizzazione della nostra presenza su mercati importanti come quelli iberici».

MARAZZI

Un nuovo flagship showroom a MADRID, firmato da ACPV ARCHITECTS Antonio Citterio Patricia Viel

Marazzi, leader internazionale nel design e nella produzione di ceramica e gres, fondata in Italia, a Sassuolo, nel 1935 e presente in Spagna con sedi produttive a Castellón de la Plana dall'inizio degli anni '80, apre le porte del suo primo flagship showroom a Madrid. Il progetto è firmato dallo studio internazionale ACPV ARCHITECTS Antonio Citterio



Patricia Viel, che hanno ridisegnato i 300 metri quadrati affacciati sulle centralissime Calle Serrano e Calle Juan Bravo, nel cuore della capitale spagnola, per ospitare l'infinita collezione di superfici ceramiche Marazzi. Lo showroom accoglie i visitatori in uno spazio conviviale, The Welcoming Room, progettato secondo il concept Living Kitchen, in cui la versatilità compositiva delle grandi lastre in gres e la vibrante luminescenza delle collezioni in piccolo formato Crogiolo dialogano mettendo in connessione intorno alla cucina aree e funzioni. Tra i partner che hanno collaborato alla realizzazione dello showroom, Signature Kitchen Suite, Sovet, Gessi e Ideal Standard.

www.marazzigroup.com

SEAFARER

Il brand rilanciato nel 2019 cresce e apre un temporary showroom nel quartiere Marais di PARIGI

Seafarer, brand acquisito e rilanciato dalla società imprenditoriale Academy Srl nel luglio 2019 e giunto alla sua quinta collezione sotto la direzione creativa di Manuela Mariotti, ha inaugurato un temporary showroom di 120 mq a Parigi. Lo spazio, situato al civico 16 di rue Du Perche, nell'antico quartiere del Marais, ha ospitato la campagna vendita dall'1 al 7 marzo con i capi delle collezioni donna e uomo FW23, presentati durante la scorsa Milano Fashion Week presso lo showroom direzionale in via Pietro Mascagni 2. «La presenza del marchio a Parigi durante la settimana della moda rappresenta un ulteriore step nel piano di sviluppo commerciale dell'azienda. Vista la crescita sul territorio nazionale, questa apertura è un passaggio fondamentale



che ha come obiettivo l'ampiamiento della rete retail, la conquista dei mercati internazionali e il lancio di nuovi progetti dedicati al ready to wear», dice Massimo Berloni, presidente di Academy Srl, riguardo alla scelta strategica adottata.