

**Economia**

# Arredoquattro cresce nel mondo Artigiani che «vestono» il lusso

L'azienda di Budrio realizza boutique dei brand della moda: «Grazie al passaparola»

Le iconiche boutique delle vie dello shopping di lusso nel mondo parlano bolognese. **Arredoquattro Industrie**, con sede a Budrio, serve i grandi brand della moda per la realizzazione dei loro punti vendita sugli Champs-Élysées a Parigi o sulla 5th Avenue di New York, in New Bond Street a Londra come in via Montenapoleone a Milano. Questa realtà artigianale deve il proprio successo al passaparola tra gli addetti ai lavori che esaltano le doti di creatività, precisione, sostenibilità in aggiunta all'appeal che il made in Italy esercita sui clienti stranieri.

Nata nel 1981 a Budrio dall'iniziativa di quattro soci, con esperienza nella lavorazione del legno e nell'arredo di spazi commerciali, l'azienda si è rapidamente affermata nel campo della moda e dell'architettura del commercio al dettaglio. **Leonardo Vegetti**, Business development manager di **Arredoquattro**, in azienda rappresenta la terza generazione della sua famiglia: «Abbiamo circa un centinaio di dipendenti più tutto l'indotto rappresentato dalle realtà con le quali collaboriamo — spiega — e siamo molto orgogliosi di



**Sede**  
L'head quarter a Budrio si sviluppa su una superficie di 10.000 mq e comprende uffici, laboratori di falegnameria e carpenteria metallica, magazzini, reparto logistico e aree verdi

essere Made in Bologna e di portare il nostro know how italiano, molto apprezzato, in giro per il mondo». Vegetti ha fatto tutta la gavetta in azienda iniziando ai tempi delle scuole superiori passando le estati a fare il facchino: «In seguito mi sono occupato di realizzare i preventivi, poi mi sono spostato sul "campo" nei cantieri e ora mi occupo di comunicazione, marketing e sviluppo aziendale». Il core business di **Arredoquattro** resta sempre

quello della realizzazione delle boutique «chiavi in mano» per i brand di moda: «Stiamo completando un grande progetto su tre piani in via Montenapoleone a Milano e un altro molto grande a Los Angeles — racconta — lavoriamo molto con il passaparola derivante dai rapporti di fiducia che abbiamo con gli architetti e con i designer degli stessi brands». Ogni progetto viene realizzato in sinergia con l'estetica e l'heritage del marchio: «Lavorare con i players della moda è sempre molto stimolante — confida il manager —. Le tempistiche sono spesso strette, la qualità deve essere altissima e quello che noi facciamo è ricevere le loro guide estetiche per tradurle materialmente nella realtà. Sono progetti che ti regalano qualche notte insonne, ma anche una grande soddisfazione».

I mercati di riferimento sono l'Europa, le Americhe, il Medio Oriente e parte dell'Africa con un fatturato che si attesta tra i 50 e i 60 milioni di euro. La sede di Budrio, si sviluppa su una superficie di 10.000 mq e comprende uffici, laboratori di falegnameria e carpenteria metallica, magazzini, reparto logistico e aree verdi

zini, reparto logistico e aree verdi. Un head quarter che non è solo all'avanguardia dal punto di vista energetico (si avvale di un impianto di circa 1400 pannelli fotovoltaici e ha aderito all'Agenda Onu per lo sviluppo sostenibile) e gestionale, ma è anche una sorta di galleria d'arte con opere di Stefano Ronci, Danh Võ, Svetislav Martinović e Antonio Caselli. L'azienda è impegnata anche nel sociale con il sostegno allo storico Teatro Consorziale di Budrio, all'Accademia della musica di Imola, il Mezzolara Calcio di Budrio e con la Onlus Imagine to Help che opera in Kenya attraverso la quale ha già contribuito a realizzare diversi pozzi di acqua potabile. Vegetti, infine, crede fermamente nella centralità di Bologna: «È bellissimo quando invitiamo i nostri clienti a visionare i mockup dei loro negozi — racconta — e restano stupiti non solo dal lavoro, ma anche dal nostro contesto cittadino. Ammetto che dopo aver realizzato tanti bei progetti in giro per il mondo, mi piacerebbe realizzare qualcosa in centro a Bologna».

**Maria Vittoria Melchioni**  
© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Forlì**

New Time, una nuova sede e la partnership con Dubai

**N**ew time, azienda forlivese di design outdoor e integrazione fotovoltaica avanzata, ha inaugurato a nuova sede ampliata con la presenza di istituzioni, imprese, stakeholder e delegazioni emiratine e grandi costruttori di Dubai, interessati a portare le soluzioni italiane nei progetti di building iconici già in pipeline. Come confermato dal panel tecnico nella giornata di inaugurazione, il fotovoltaico diventa «architettura attiva, in grado di produrre energia senza compromettere design e funzionalità». Deve diventare «parte integrante dell'edificio, della città, del paesaggio», precisa l'amministratore unico di New time Paolo Cimatti. E si tratta di «una rivoluzione culturale prima ancora che tecnologica». Proprio per Dubai nasce New time green solar energy, società partecipata al 51% da New time e al 49% da partner locali. Per farne un hub strategico per la diffusione delle soluzioni di fotovoltaico integrato in Medio Oriente. È la presenza a Forlì del big player dell'edilizia degli Emirati conferma l'interesse per queste tecnologie. L'obiettivo per Cimatti è «chiaro: entro il 2027 raggiungere almeno 200 milioni di fatturato, raddoppiando i 100 milioni con cui abbiamo chiuso il 2024». New time conta tre poli produttivi e la sede di Forlì di oltre 5.000 mq, con una proiezione internazionale che guarda a Spagna, Regno Unito e Medio Oriente. La tecnologia di punta resta il vetro fotovoltaico trasparente per facciate continue e ventilate, pensato per i grattacieli. Perché «ogni metro quadrato di superficie può diventare produttivo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Il bilancio di sostenibilità**

## Camst «green» fa bene al pianeta e macina anche utili

Una riduzione complessiva di quasi 163.000 kWh primari di energia e un calo del 24% del consumo medio di energia per singolo pasto prodotto: sono alcuni dei principali dati del bilancio di sostenibilità 2024 di Camst group.

L'azienda operante nel settore della ristorazione e del facility management rivendica così di avere continuato a coniugare la scelta strategica sulla sostenibilità con una gestione economica efficiente:

612,5 milioni di euro di ricavi e 33,7 milioni di utili realizzati nel 2024.

Nell'anno in cui Camst group celebra l'80° anniversario dalla sua fondazione, in un momento di cambiamento e crescita per l'azienda, il gruppo ha raggiunto una altra importante tappa del suo percorso di sostenibilità, come sottolinea il presidente Francesco Malaguti: «Abbiamo ottenuto la certificazione B Corp, che segue la trasforma-



Presidente Francesco Malaguti

zione in società cooperativa Benefit avvenuta nel 2023. Il nostro impegno per un futuro più sostenibile si fa ancora più forte e determinato, per continuare a dare il nostro contributo al benessere delle comunità e dell'ambiente. L'anno appena concluso — va avanti — è stato ricco di risultati e di cambiamenti significativi. A fianco del nuovo piano industriale 2025-2029, abbiamo presentato anche il primo Piano strategico di so-

stenibilità: un passo fondamentale che pone sullo stesso piano le nostre performance economiche, sociali e ambientali. Perché oggi più che mai, crescere non significa solo generare valore economico, ma farlo in modo equo, partecipativo e rigenerativo.

Nel 2024, intanto i risultati di bilancio hanno registrato ricavi pari a 612,5 milioni di euro e un utile di 33,7 milioni. Camst group, si legge poi in una nota, considera l'Agenda 2030 una cornice chiara per costruire un modello di business sostenibile e «ogni ambito di sostenibilità, attraverso le rispettive linee strategiche, contribuisce concretamente al raggiungimento degli obiettivi individuati».

Nel 2024, sono stati realizzati interventi significativi che hanno portato alla riduzione

di quasi 163.000 kWh primari di energia. Tra questi, la sostituzione di impianti esistenti con soluzioni ad alta efficienza; l'installazione di sistemi di illuminazione a Led e sono stati immatricolati 55 veicoli Euro 6D. Il gruppo ha anche avviato una sperimentazione per eliminare il packaging monouso nella ristorazione aziendale. Tra le iniziative più significative in ambito economia circolare e gestione sostenibile dei rifiuti, si distingue la partnership con il Gruppo Hera. Nel 2024, 22 punti di ristorazione Camst hanno contribuito alla raccolta differenziata di oltre 1.000 tonnellate di rifiuti organici, trasformati in 68.923 m<sup>3</sup> di biometano. Questo ha permesso di risparmiare 129 tonnellate di anidride carbonica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**A CREPELLANO in via Margherita Hack**

**PRONTA CONSEGNA!  
ULTIME DISPONIBILITÀ**

SCANSIONA IL QR  
www.a944srl.it

Ultimi appartamenti disponibili con giardino esclusivo, ampia zona giorno, 3 camere da letto, 2 bagni e box auto da € 399.000

Per informazioni e vendite  
**335 612 43 62**