Pambianco Design

Feature: Citazione

Country: Italy

Date: March/2019

SPECIALE OUTDOOR/CASE HISTORY



Modello



MADE IN ITALY, PRODUZIONE IN HOUSE E
COLLABORAZIONE CON LE GRANDI FIRME
DEL DESIGN SONO I PILASTRI DI UNA
REALTÀ CONTROCORRENTE, SPECIALISTA
DELL'OUTDOOR, CONVINTA CHE QUESTO SIA
IL GIUSTO MODUS OPERANDI PER LA CRESCITA.
E I DATI ECONOMICI LO CONFERMANO

di Andrea Guolo

'ell'era della deindustrializzazione, è sempre più difficile trovare in Italia aziende con oltre duecento addetti, perlopiù impegnati in produzione, con tutto quello che una scelta di questo tipo comporta in termini di costo. Eppure in specialista del mobi da giardino, la delocalizzazione non è mai stata presa in specialista del mobile considerazione. Dal 1951, l'azienda situata a Marsciano, tra i verdi colli dell'Umbria, sviluppa internamente l'intero ciclo produttivo, dalla materia prima al prodotto finito. "Per fare davvero tutto ci mancherebbe solo la fonderia", afferma Stefano Zajotti, direttore della comunicazione da trent'anni e socio della cordata che nel 2017 ha rilevato interamente l'azienda dal fondo Opera, mettendo a segno un'operazione in piena controtendenza: in un mondo nel quale i fondi comprano dai fondatori, in questo caso sono stati i secondi, rappresentati dalla famiglia Biscarini, a riacquistare la proprietà precedentemente ceduta. E allora è evidente che siamo di fronte a un'azienda che ama muoversi contro corrente, con piena soddisfazione in termini economici. Perché ha cĥiuso il 2018, primo

62 PAMBIANCO DESIGN Febbraio/Marzo 2019

March/2019

anno completo sotto la nuova proprietà, con un balzo a doppia cifra (+10%) in termini di ricavi, pari a 30 milioni di euro, e ora punta a confermare il tasso di crescita stringendo ulteriormente i rapporti con il suo canale distributivo di riferimento ovvero con il wholesale. E l'obiettivo del 2019 è aumentare il fatturato di un altro 10 percento.

COSTI E BENEFICI

emu

Sintetizzando i punti salienti delle strategie possiamo identificarli in: a) 100% made in Italy; b) scelta "talebana" di produrre tutto al proprio interno, compresa la fase strategica (per l'industria del mobile da esterno) dei trattamenti di finitura per proteggere i manufatti dagli agenti atmosferici; c) collaborazioni con designer di fama internazionale con nomi come Patricia Urquiola, Jean Marie Massaud, Rodolfo Dordoni e molti altri ancora. "Le prime realizzazioni di questo tipo – ricorda Zajotti - risalgono ai primi anni del Duemila, e non fu per niente banale perché all'epoca non c'erano precedenti. Questo ci ha permesso di offrire al mercato non solo un prodotto tecnicamente perfetto, ma anche stilisticamente evoluto". Quanto alla tecnica, in rivendicano la bontà della scelta 'in-house' perché, continua Zajotti: "Spesso i concorrenti si limitano a importare un prodotto finito, perdendo il controllo delle fasi produttive sulle quali, pertanto, è difficile offrire precise garanzie. Noi invece arriviamo a mettere a punto, internamente, gli stessi macchinari con cui lavoriamo il metallo. I trattamenti di cataforesi e verniciatura, che sono le parti cruciali del ciclo, sono tutti gestiti da noi. Abbiamo alcuni terzisti, ma si tratta di officine alle quali affidiamo parti di lavorazione su attrezzature realizzate da noi e comunque sottoposte a controllo finale interno".

Tutto questo ha naturalmente un prezzo, perché la produzione in Italia costa di più. Per contenere il differenziale, investe costantemente in macchinari ad alta tecnologia e in automazione, e il contributo del piano nazionale di Industria 4.0 è stato importante per accompagnare gli ultimi sviluppi sulla robotizzazione delle linee di ingente produzione. "Noi - racconta

Zajotti – vogliamo essere quel che siamo, un'azienda industriale e non commerciale. La mission sociale di è offrire sviluppo al territorio dove opera e con la nostra attività abbiamo anche contribuito alla creazione di una cultura della lavorazione del ferro nella media valle del Tevere. Nel nostro stabilimento conviene muoversi in bicicletta, perché sono 55 mila metri di superficie coperta". Subito dopo l'acquisizione, i soci hanno messo sul piatto tre milioni di euro per rinnovare ed ottimizzare le linee ad alta produzione oltre che per realizzare un designer simulation center da mille metri. Si tratta di un polo ideato per lo sviluppo dei nuovi prodotti con tanto di simulazione d'uso prima dell'industrializzazione degli stessi. "È stato un segnale di fiducia per il futuro. I risultati sono in linea con le aspettative".

DURATA NEL TEMPO

In quasi 70 anni di attività, ha visto nascere diversi concorrenti e nell'ultima fase ha assistito anche all'ingresso dei brand indoor nell'ambito outdoor, ma quest'ultimo fatto non sembra preoccupare il suo management. "Si tratta – spiega



A lato, collezione in acciaio disegnata da Florent Coirier

In apertura, Design&Simulation Centre di (PG) e un ritratto di Stefano Zaiotti

Febbraio/Marzo 2019 PAMBIANCO DESIGN 63





Riedizione della serie Cross, disegnata da Rodolfo Dordoni

Zajotti – di una normale conseguenza della voglia di vivere all'aria aperta e delle maggiori possibilità di spesa, che hanno fatto aumentare la domanda di mobili da esterno. Gli specialisti dell'indoor propongono collezioni sicuramente attraenti, ma c'è una differenza sostanziale tra noi e loro, perché noi siamo nati in questo mondo e loro no. Ciò determina una modalità di approccio totalmente diversa, come quella di chi è abituato ad andare in montagna d'inverno e pertanto si veste in maniera adeguata. Ecco, noi siamo quelli della montagna, forti del know how necessario per realizzare prodotti che saranno esposti alle intemperie e che il cliente si aspetta debbano durare a lungo termine. Il tempo dirà la sua verità". E nel breve che conseguenze potrebbero esserci? "La concorrenza è positiva – sottolinea perché contribuisce alla diffusione di una cultura del prodotto outdoor e nel confronto tra i brand, siamo piuttosto sicuri che il nostro prodotto sia in grado di distinguersi agli occhi del cliente e dei consumatori". Ciò vale anche per il canale contract, da cui ormai dipende quasi il 70% del fatturato e che vede ora impegnata in una commessa destinata a Costa Crociere particolarmente importante per numero di pezzi: sono ben 7mila, per un corrispettivo di 40 bilici da consegnare ai cantieri navali in Finlandia che si stanno occupando della realizzazione di due mega navi. La produzione è iniziata a gennaio e si protrarrà per buona parte del 2019.

OBIETTIVO RADDOPPIO

per il futuro è legata La fiducia di anche alla consapevolezza che un'azienda di mobili da outdoor di alto livello e con produzione made in Italy non si crea dalla sera alla mattina. E questo, soprattutto in un mercato che richiede tempi brevi di consegna e alto livello di servizio, determina una sorta di barriera all'ingresso, rafforzata dal carattere stagionale del business e dalla necessità di dover spingere la produzione nei mesi cruciali, quelli primaverili. Il tutto accade un contesto nel quale nessun cliente intende accumulare stock, esposti al rischio di invenduto, e pertanto è il fornitore a dover fare magazzino di materie prime e semilavorati pronti per essere assemblati contraendo il ciclo produttivo da 60 a 20 giorni, assicurando ampia scelta (350 articoli a catalogo) e potendo garantire consegne di pochi pezzi. Pur in presenza di una domanda crescente, sostiene Zajotti, è ben difficile che possa entrare nel mercato ex novo un'azienda produttrice made in Italy, perché la decisione richiederebbe investimenti troppo elevati e ad alto rischio. Ai gruppi del mobile ancora non inseriti nel business dell'outdoor, e che vogliono entrare, conviene affidarsi ai terzisti o, in alternativa, acquisire una realtà già avviata. "Crediamo nello sviluppo e faremo crescere l'azienda, fino ad arrivare al raddoppio e anche oltre. Ci crediamo perché siamo convinti di fare cose uniche, che durano nel tempo", conclude.

64 PAMBIANCO DESIGN Febbraio/Marzo 2019

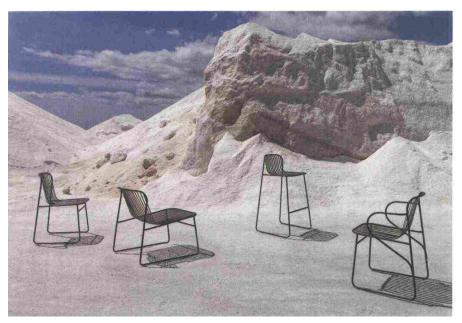
ARREDO DA ESTERNI, I PRIMI CINQUE SPECIALISTI (ANNO 2017)

Azienda	Fatturato	Ebitda	Ebitda/Fatturato %
NARDI	45,3	12,1	27
GROUP	28,4	2,4	9
PAOLA LENTI	27,6	2,7	10
RODA	16,2	0,9	6
TALENTI	10,4	0,6	6

Fonte: Pambianco Strategie di Impresa Valori in milioni di euro

di redditività: l'ebitda è stato di oltre 12 milioni, con un incidenza del 27% sulle vendite totali. Nardi precede in classifica Group, a 28,4 milioni di euro, e **Paola Lenti**, terza a 27,6 milioni. A seguire, nelle prime posizioni della graduatoria, compaiono Roda con 16,2 milioni e **Talenti** con 10,4, subito seguito da **Ethimo** con 10,3 e poi a chiudere **Fast** (9,9 milioni) e **Fiam** (6,4). E se nel 2016 le prime cinque realtà specializzate nell'outdoor fatturavano complessivamente 112 milioni di euro, la cifra nel 2017 è aumentata fino a sfiorare quota 128 milioni, con un incremento di quasi il 15% anno su anno. La crescita più importante, in termini percentuali, è proprio quella del primo in classifica. "I risultati degli ultimi anni sostiene Anna Nardi, CEO dell'azienda con sede a Chiampo (Vicenza) – sono frutto di una strategia a medio-lungo termine attuata con scelte spesso difficili e non scontate. Cito fra tutte la coerenza nel mantenere la nostra produzione interamente in Italia e nel nostro caso a km zero. Inoltre, abbiamo investito nell'innalzamento di design e qualità e nell'ampliamento di gamma dei nostri prodotti, in momenti in cui sarebbe stato più semplice scegliere altre soluzioni". Queste scelte hanno comportato un

cambio di target, con conseguente ristrutturazione della rete vendita e un forte innalzamento del servizio al cliente, rafforzando il magazzino con ampia gamma di prodotti in pronta consegna. "Tutto questo - continua Nardi – è stato affiancato a un preciso piano di comunicazione e marketing che ha puntato a trasformare la percezione del nostro marchio, raccontarne i mutamenti e i valori diffondendone la brand awareness con investimenti trasversali in tutti i settori". L'azienda veneta non sottovaluta l'aumento della concorrenza per effetto dei nuovi ingressi nell'ambito outdoor, ma preferisce evidenziare le opportunità rispetto ai rischi. "Ritengo che questi nuovi player possano aumentare la qualità, lo stile e il livello generale del settore. Dal canto nostro, rimaniamo forti e continuiamo ad investire nella nostra expertise nella produzione di arredi per l'esterno, specializzazione ed esperienza aumentate negli anni e che il mercato ci riconosce". conclude Nardi, stimando in un +5% il risultato del 2018 e fissando per l'anno in corso l'obiettivo dei 50 milioni di ricavi. "Un traguardo ampiamente alla nostra portata, perché si stanno concretizzando progetti sui quali stiamo lavorando da tempo", conclude la CEO.



Sopra, le montagne di sale delle Saline Conti Vecchi, vicino a Cagliari, proprietà del Fai, In foto collezione *Riviera* dal segno grafico minimale, design Lucidi-Pevere per

Valori condivisi

Il comfort del vivere all'aperto si unisce alla tutela del paesaggio.

«La partnership tra e il Fai
(Fondo Ambiente Italiano) è l'approdo
naturale delle politiche aziendali che
hanno portato il brand, da sempre, a
supportare iniziative a tutela dell'ambiente, dell'arte e della natura». Ideatrice dell'iniziativa Floriana Micheloni,
responsabile della comunicazione di
un'azienda che ha da sempre
creato soluzioni nell'arredo outdoor
all'insegna del design, dell'innovazione e di un alto livello di qualità. A.L.









Headline: ELLE Decor Feature: Miky Country: Italy

Date:

March/2019



y March/2019





Headline:

Pambianco Design

Feature: Citazione

Country: Italy

Date: March/2019

PAMBIANCONEWS







PAMBIANCO (1

HOME **NEWS** SUMMIT APPROFONDIMENTI **IOBS EDITORIALI** MAGAZINE

E-ACADEMY

Costa Crociere punta sul turismo cinese



Costa Venezia

Per Costa Crociere è arrivato il momento del rilancio. A sette anni dal naufragio della Concordia avvenuto all'isola del Giglio, la compagnia genovese appare in piena attività e sta concretizzando gli investimenti lanciati per potenziare la flotta, con quattro nuove imbarcazioni che entreranno in servizio da qui a 2021 e altre tre entro il 2023, per un totale investito di oltre sei miliardi.

La prima nave da crociera, Costa Venezia, è stata consegnata il 28 febbraio nello stabilimento Fincantieri di Monfalcone (Gorizia) con successiva cerimonia di battesimo, l'1 marzo, a Trieste. Si tratta di una nave progettata per il mercato cinese e proprio verso l'Asia è diretta la Costa Venezia per il suo viaggio inaugurale, con arrivo a Tokyo. Dopodiché la Venezia, così chiamata perché ispirata allo stile e alla cultura della Serenissima, sarà dedicata esclusivamente agli ospiti cinesi, offrendo crociere in Asia con partenza da Shanghai.

È invece prevista per ottobre l'entrata in servizio di Costa Smeralda, la prima nave da crociera per il mercato mondiale alimentata a lng (gas naturale liquefatto, considerato il combustibile fossile più green del mondo), costruita dai cantieri Meyer a Turku (Finlandia). In questo progetto sono coinvolte diverse aziende italiane di design tra cui, per la parte outdoor, compaiono Roda (con una commessa superiore al milione di euro) ed

Sono già in costruzione altre due navi. Si tratta della gemella di Costa Venezia, sempre affidata a Fincantieri e in piena attività nel bacino di Porto Marghera, anch'essa progettata esclusivamente per il mercato cinese, il cui completamento

PAMBIANCO DESIGN



IN QUESTO NUMERO: GREEN INTERIORS

OUTDOOR Business in pieno sole

FINANZA Le alternative alle banche

REPORTAGE Il tessuto piace tecnico

ACQUISIZIONI

PDF | SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY

EDITORIALI

DI DAVID PAMBIANCO

In Cina, giochi ancora aperti per il design accessibile

I dati confermano che la Cina è entrata in una fase di consumo più domestico e anche più...



DESIGN TV



Ernestomeda-De Lucchi, cucina in esclusiva per Horti Milano



Devon&Devon spinge sulle superfici da architettura



Wall&Decò a Cersaie con Agape e Matteo Brioni



Feature: Riviera Country: Italy

Date: March/2019



un ricercato mix di materiali tecnici ed essenze naturali



1 LIVING DIVANI
Sale è un lettino prendisole con struttura in tubolare metallico e rivestimento in tessuto tecnico bianco. Il prodotto è caratterizzato da forme rigorosamente geometriche ed è dotato di ruote posteriori che facilitano gli spostamenti.

Riviera è una collezione
di sedute in acciaio con
struttura in tubolare di metallo,
progettata da Lucidi e Pevere.
La serie comprende sedia,
poltroncina, lounge
e sgabello, disponibili in
un'ampia gamma di colori.



Headline:

Pambianco Design

Feature: Mom

Country:

Date: March/2019

Italy

ABOUT

PAMBIANCONEWS

BEAUTY



PAMBIANCO

HOME **NEWS** SUMMIT APPROFONDIMENTI **JOBS EDITORIALI** MAGAZINE

E-ACADEMY

arreda con il colore



Tra le novità di quest'anno, ____ presenta la **collezione** Riviera di Lucidi/Pevere, composta da sedia, poltroncina, lounge e sgabello,

dallo stile retrò reso attuale dall'uso di materiali e tecniche di lavorazione moderne.

La collezione Tami, di Patrick Norguet, è pensata per soddisfare molteplici esigenze d'uso e adattarsi alle diverse situazioni modulandone la base. Inoltre, il materiale ecologico innovativo permette all'arredo di integrarsi n ambienti indoor e outdoor.

Minimaliste ma di grande personalità le collezioni in acciaio disegnate da Florent Coirier per Miky si ispira alle sedie bistrot rivisitate in chiave moderna, con linee nette e pulite e forme generose, mentre Mom, vivace e colorata, è caratterizzata da una struttura morbida ed avvolgente. Robuste ed impilabili, Miky e Mom sono pensate per un arredo giovane e dinamico che si adatti, senza sforzo, a diverse situazioni di impiego.



PAMBIANCO DESIGN



IN QUESTO NUMERO: GREEN INTERIORS

OUTDOOR Business in pieno sole

FINANZA Le alternative alle banche

REPORTAGE Il tessuto piace tecnico

ACQUISIZIONI Boffi va in porta con Adl

PDF | SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY

EDITORIALI

In Cina, giochi ancora aperti per il design accessibile



I dati confermano che la Cina è entrata in una fase di consumo più domestico e anche più...

DESIGN TV



Ernestomeda-De Lucchi, cucina in esclusiva per Horti Milano



Devon&Devon spinge sulle superfici da architettura



Wall&Decò a Cersaie con Agape e Matteo Brioni