

## Emu: innovativa per vocazione

*Festeggia i 70 anni l'azienda umbra che esporta in tutto il mondo la cultura italiana del vivere all'aperto. E, con le novità 2021, onora un background fatto di lavorazione dei metalli, d'instancabile ricerca e qualità Made in Italy*

Manuela Di Mari | 20 Febbraio 2021

f t in p



Cannoli by Emu, Design Anton Cristell & Emanuel Gargano

Alla produzione d'arredo outdoor di design riconosciuta a livello internazionale, alla collaborazione con designer di fama mondiale e alle tecniche produttive innovative utilizzate oggi nello stabilimento di Marsciano (PG), **Emu** ci è arrivata in 70 anni di esperienza. Un percorso costruito attraverso elementi decisivi. La qualità, con un rigoroso monitoraggio di tutte le fasi del processo; la sostenibilità, partendo da una materia prima riciclabile al 100% e minimizzando gli scarti; la ricerca, talmente importante da far nascere al proprio interno il **Design&Simulation Centre**, luogo dove energia, idee e strategie prendono corpo.

Il "fattore" Made in Italy al 100% è di fatto la base incontrovertibile dell'azienda. Nonostante la dimensione sempre più internazionale, Emu rimane profondamente legata al territorio di appartenenza. Nello stabilimento di Marsciano, con i suoi oltre 100.000 mq e circa 150 dipendenti, l'azienda controlla tutte le fasi produttive. Una strategia di centralizzazione caparbiamente tenuta salda a favore di un know how che si è rafforzato e arricchito nel tempo. In controtendenza rispetto a realtà rivolte, invece, all'abbattimento dei costi tout court e alla dislocazione. Un genius loci ritenuto talmente importante da aver attivato collaborazioni con le Università, per un proficuo scambio con talenti emergenti. Neppure per le nuove collezioni 2021, l'azienda si è dimenticata del suo punto di partenza, quando nel '51 era ancora un'officina specializzata nella produzione di apparati di trasmissione a uso militare, pioniera nella lavorazione e protezione del metallo con un brevetto di massima resistenza agli agenti atmosferici.



Quella competenza tecnica diventa lampante soprattutto nella collezione **Cannolè**, disegnata da **Anton Cristelli & Emanuel Gargano**. Un sistema di divani componibile dal design deciso, che trae il nome dal mondo della maglieria, ispirandosi alla tradizione del fatto a mano nella lavorazione a coste. Lo stesso gioco infittito o allargato della lana è ricreato dalla struttura in tubolari di acciaio zincato interamente saldata che connota la collezione.

L'effetto elastico avvolgente, visivo e fisico, crea uno stile senza tempo che si inserisce, così, armoniosamente in ambienti contemporanei, country e classici. Le sedute, impreziosite da una particolare cuscineria imbottita, sono versatili e personalizzabili grazie a elementi modulari dalle molteplici composizioni e di facile assemblaggio.



*Shade Pro & Ronda XS by Emu*

Frutto del Centro di Progettazione e Ricerca di Emu sono anche **Ronda XS**, acronimo di eXtra Stylish, eXtra Strong, eXtra Simple, eXtra Sustainable per le sue caratteristiche di elevata resistenza e stabilità. E l'ombrellone **Shade Pro**, dotato di un innovativo sistema illuminante, regolabile da remoto e di un metodo di apertura e chiusura che non richiede lo spostamento di ciò che si trova al di sotto.

Ci sono poi alcuni rinnovamenti di collezione, come **Carousel**, nata dalla ormai consolidata collaborazione con il designer **Sebastian Herkner**, che si amplia: quattro versioni di poltroncina dining, tre di poltrona lounge, divano, pouf, coffee table quadrato e rettangolare, tutti caratterizzati da un particolare intreccio di corda. E una nuova edizione di **Tami**, design **Patrick Norguet**, con struttura in bambù.



*Carousel by Emu, Design Sebastian Herkner*



*Tami by Emu, Design Patrick Norguet*



ARCHITECTURAL DIGEST

GALLERIA



## Diritto di replica

Brick Vault House, progettata da Space Popular a Valencia, è un prototipo per case di periferia organizzato intorno a un sistema di griglia strutturale che permette di ottenere configurazioni sempre diverse.

«C'è geometria  
nel ronzio  
delle corde, c'è  
musica nella  
spaziatura  
delle sfere»

PITAGORA

## PAESAGGIO MEDITERRANEO

La poltrona e la lounge outdoor *Pannarea* di Pedrali, ideate da CMP Design, sono caratterizzate da un intreccio artigianale 100% Made in Italy, simbolo del rispetto della tradizione del fatto a mano. La curvatura degli schienali li rende avvolgenti, le incordature donano eleganza.



## Ecologia locale

Made in Italy e sostenibili: sono le novità di Emu per il 2021, come le collezioni textile e il sistema di sedute *Cannolè* disegnato da Anton Cristell e Emanuel Gargano, con le linee ispirate alla lavorazione a coste.



## ISPIRAZIONI: GRID

# LO SCHEMA È QUESTO

A cura di Francesca Santambrogio

Testi di Elena Dallorso e Ruben Modigliani



## Pieni e vuoti

I radiatori *Raw* di Davide Diliberto per Brem sono realizzati con tubi da 25 mm di diametro curvati, raccordati e saldati. Forme senza forma, tridimensionali ma vuote, ricordano elementi da costruzione.



## IN EQUILIBRIO

Il nome già dice tutto: *Ecosofia*®, di Paola Zani, propone prodotti a basso impatto nati dalla necessità del ripristino dell'equilibrio ambientale. Come i cuscini della collezione *Rombi*, disegnati da Federico Angi.

ENHANCED BY Google

Ponte 25 Aprile ad Assisi in Hotel a Santa Maria degli Angeli davanti alla basilica e alla Porziuncola.

**Vuoi cercare sulla Mappa? Clicca qui**

[Lastminute Italia](#)
[Lastminute Umbria](#)
[Eventi](#)
[Video Agriturismo](#)
[Dicono di noi](#)
[Registra Azienda](#)
[Registra Hotel](#)

[Accedi](#)

[Offerte Pasqua](#)
[Ponte 25 Aprile](#)
[Ponte 1° Maggio](#)
[Last Minute Maggio e Giugno](#)
[Last Minute Luglio](#)

[Offerte Agosto](#)
[Last Minute Weekend](#)
[Last Minute Centri Benessere](#)
[100 Giorni agli Esami](#)

[Home](#) > [Lastminute](#) > [Ponte 25 Aprile](#) > [Hotel & Agriturismo](#) > **Offerta PONTE 25...**

## Offerta PONTE 25 APRILE ad Assisi, hotel vicino la Basilica di Santa Maria degli Angeli e la Porziuncola.

ID:354/16209 Vicino Basilica - Hotel 3 Stelle Santa Maria degli Angeli - Città: Assisi (Perugia)

[Descrizione](#)
[Invia email](#)
[Galleria fotografica](#)
[Mappa](#)
[Prezzi](#)
[36 recensioni \(9.61/10\)](#)
[Lastminute](#)

Chiama subito: Tel. 0742-849090 - 347-8891600

[Richiedi preventivo](#)

Categoria: ★★★★★ Fascia Prezzo: Medio

Home: Hotel 3 Stelle Assisi

er famiglie con bambini

- Ristorante all'aperto, Albergo 3 stelle

- Camere su 2 p

#### Riduzioni:

Neonati da 0-3 anni = Gratis

Bambini in 3° letto = sconto del 30%

Piano famiglia = 2 adulti + 2 bambini = 3 quote adulti

**Prenota subito!** Le Disponibilità per l'accettazione del **BONUS VACANZA** stanno terminando.

[Richiedi preventivo](#)

Segnala ai tuoi amici:

[Consiglia 0](#)

[Tweet](#)

L' Hotel si trova a 200 mt dalla **Porziuncola di San Francesco** e dal **centro di Santa Maria Degli Angeli**, posizione alquanto strategica per accogliere gruppi e persone individuali.

Ha un **parcheggio privato recintato** molto grande, una **zona Giochi per bambini e angoli relax** con arredamenti **EMU** dove poter gustare un buon aperitivo e leggere il giornale.

L'esterno è dotato anche di un **Maxi schermo utilizzabile nel periodo estivo** per vedere insieme ai clienti gli eventi televisivi più significativi e i DVD.

Il nostro **Bar è aperto 24/24 ore**, per servire i nostri clienti sia all'interno che all'esterno.

La sala esterna è coperta da un gazebo (capienza massima: **100 persone circa**).

**Il Ristorante** è composto da due sale una interna e l'altra esterna.

La sala interna può accogliere **fino a 180 persone**, è **completamente climatizzata**, in stile moderno, con pavimenti e rivestimenti in legno, isola centrale, lampadari Bordeaux e satinati con tendaggi rosa pesca. Inoltre si può trasformare in **sala meeting** in quanto attrezzata con video proiettore.

I piatti che proponiamo, sono **Piatti tipici Umbri, Nazionali** e su richiesta internazionali. Usiamo **prodotti freschi** e il personale di cucina, altamente professionale propone porzioni gustose ed abbondanti con presentazione curata e decorata.

La Nostra carta dei vini è varia e si abbina perfettamente con i piatti proposti, inoltre presso il Ristorante è **possibile acquistare Olio e Vino prodotto nella zona**.

All'entrata dell'Hotel si trova il **Ricevimento con un servizio di 24/24 ore**, con personale multilingue (**inglese, Francese, Tedesco**) e professionale.



## Meno contract e più retail per l'outdoor

19 Febbraio 2021 Di Redazione



Proposta Lenti

Nei conti delle aziende specializzate in mobili da esterno pesa lo stop primaverile, che ha determinato la flessione (-7,2%) dei ricavi 2020 per i primi otto player secondo i dati di preconsuntivo raccolti da *Pambianco Design*. In classifica sventa Nardi con 47,2 milioni, davanti a Paola Lenti con 26,9 e a Emu con 26 milioni. A seguire compaiono Talenti, Roda, Ethimo, Fast e Varaschin. Al di là del risultato, il comparto dimostra vitalità e anche forte potenzialità di crescita.

### RIORGANIZZAZIONE RAPIDA

Superato lo shock iniziale, le aziende leader hanno subito intuito che la ripartenza sarebbe stata rapida e si sono organizzate per rispondere alle richieste. In Nardi Outdoor, società di Chiampo (Vicenza) che sventa anche quest'anno nella classifica per fatturato con 47,2 milioni di ricavi (-7%), la percezione è emersa già ad aprile. "I clienti mondiali riportavano un buon interesse per il prodotto outdoor in generale e per il nostro in particolare grazie anche a una fascia di mercato adeguata - racconta Anna Nardi, ceo della società con la sorella Floriana - e questa tendenza si è poi confermata, non appena le attività hanno potuto riaprire. Il nostro vantaggio è stato avere merce a stock a magazzino e una filiera produttiva integrata verticalmente che ci ha permesso di essere immediatamente reattivi per ogni nuova necessità". I numeri realizzati nell'ultimo anno permetteranno a Nardi di confermare tutti gli investimenti in termini di tecnologie e nuovi prodotti preventivati prima della pandemia e di continuare a sviluppare il programma di riciclo della plastica usata Regeneration. I prodotti più richiesti? Li descrive Floriana Nardi: "Al primo posto c'è il tavolo allungabile Rio che ha registrato un +31% rispetto al 2019. Segue il sistema modulare di poltrone Komodo e la collezione di sedute Trill. Nella nostra analisi, ha premiato certamente il fatto di essere prodotti recenti, scelte contemporanee che stanno piacendo molto ma specie per Rio e Komodo va detto che sono anche giusti al momento giusto: aiutano a creare zone di sicurezza in termini di spazio, un distanziamento sociale che purtroppo dobbiamo ricercare ma che separa e non divide". L'Italia ha registrato ottime performance grazie al retail, mentre all'estero hanno sofferto i mercati più legati al contract, ma il 2021 dovrebbe essere caratterizzato da una ripresa del secondo canale, dove molti progetti avviati si sono bloccati o hanno subito un rallentamento, e da una conferma per il primo.

#### NICCHIA FORTUNATA

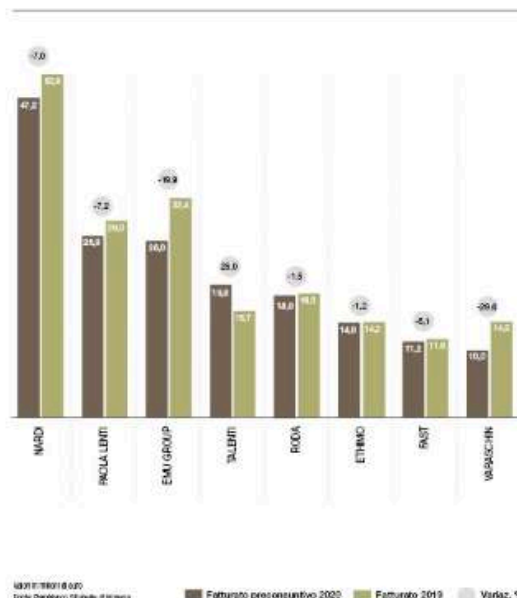
Dietro Nardi si piazza, guadagnando una posizione, Paola Lenti. L'azienda di Meda ha chiuso l'anno con un preconsuntivo di 26,9 milioni, in discesa del 7%, e Anna Lenti, AD della società, intravede buone prospettive. "Dobbiamo ammettere - afferma - che lavoriamo in una nicchia fortunata. L'impossibilità di viaggiare, di uscire, ha spostato l'attenzione delle persone sui loro luoghi di vita domestica e questo ci ha in un certo senso avvantaggiato. Certamente da quest'anno lavoriamo per crescere, anche se prevediamo che il 2021 sarà ancora un anno difficile, interlocutorio. La sensazione però, è che ci sia determinazione e voglia di riprendere". I prodotti di punta? "Premesso che Paola Lenti è conosciuta più per il concept che propone piuttosto che per i singoli prodotti, non abbiamo notato cambiamenti sostanziali nelle preferenze della clientela", precisa Anna Lenti. In termini di canali distributivi, viene evidenziato il rallentamento dell'hospitality, ma l'azienda non ha avviato particolari rivoluzioni nel suo modello: "Negli anni abbiamo costruito una solida rete di dealer e relazioni con gli studi di architettura e interior design in tutto il mondo. In questo periodo abbiamo migliorato e rafforzato le nostre piattaforme digitali e abbiamo utilizzato tutti i mezzi tecnologici per consolidare queste relazioni". Infine, Anna Lenti evidenzia il contributo dato dal posizionamento alto del brand in termini di resilienza. "Il nostro mercato di riferimento è di fascia alta e questo indubbiamente ci ha in un certo senso protetti. Gli investimenti in questo ultimo anno non si sono fermati completamente, tanto che abbiamo aperto alcuni negozi monomarca e abbiamo rafforzato la nostra presenza in molti punti vendita", conclude.

#### AL CENTRO DELLA CASA

Il podio dell'outdoor italiano è completato da Emu. L'azienda umbra ha scontato una flessione di fatturato ma ha spinto sull'ebbitda salito dall'8,6 al 12,4%. Un aumento del 40% dunque, frutto della strategia intrapresa dalla nuova compagine societaria che da 4 anni è alla guida di Emu. Importanti investimenti nel comparto produttivo a difesa del made in Italy, una vasta gamma di nuovi prodotti nati dalla collaborazione con designer internazionali e una maniacale attenzione alla qualità e alla sostenibilità, hanno generato arredi dal design responsabile e fatti per durare nel tempo. "Il risultato alla fine è soddisfacente - afferma Stefano Zajotti, design communication manager - soprattutto se confrontato con le aspettative di marzo 2020. La risposta dell'azienda è stata rapida, ci siamo riorganizzati e poi, quando tutto è ripartito, ci siamo fatti trovare pronti. Il contract si è fermato, ma i privati hanno riscoperto il piacere di vivere in casa e messo in atto tutta una serie di interventi per migliorare giardini e spazi esterni. Se il 2020 è stato l'anno dell'e-commerce, per il 2021 pensiamo di poter crescere nell'ambito dello street contract dove siamo leader, e a fine anno puntiamo a tornare ai livelli di fatturato attesi". Emu vede un mercato in espansione per il comparto. "L'ingresso dei big dell'arredo nell'outdoor - evidenzia Zajotti - ha portato una maggiore percezione della qualità, e non solo tra i consumatori più facoltosi. Questo potrà fare la differenza in termini di consumi, rafforzando la posizione di Emu sul mercato. La difesa del made in Italy e, quindi, dei posti di lavoro è per noi una priorità".

di Andrea Guolo

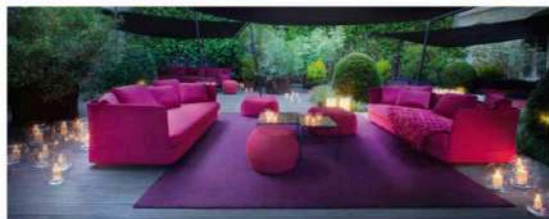
### Analisi Outdoor 2020



TAGS: ANNA LENTI, ANNA NARDI, EMU, ETHIMO, FAST, NARDI, PAOLA LENTI, BODIA, STEFANO ZAJOTTI, TALENTI, VARASCHIN



analisi



Bollata, collezione "Cannolè" di Emu tavolo "Vita Aisi" e sedile "Hill" design Raffaello Gallo per Nardi, le poltroncine modulari "Cove", i pouf "Otto" e i tavolini "Sciro" di Paola Lenti

46

FEBBRAIO/MARZO 2021 PAMBIANCO DESIGN

analisi

di Andrea Gualo

## Meno **CONTRACT** e **PIÙ RETAIL** per i leader italiani dell'outdoor

**I preconsuntivi del 2020 evidenziano una flessione del 5,8% per i primi cinque gruppi del settore mobili da esterno. La riduzione degli introiti è stata causata dai progetti bloccati o rinviati a causa della pandemia, destinati però a ripartire durante l'anno in corso. E l'outlook risulta positivo.**

**N**ei conti delle aziende specializzate in mobili da esterno pesa lo stop primaverile, che ha determinato la flessione (-7,2%) dei ricavi 2020 per i primi otto player secondo i dati di preconsuntivo raccolti da *Pambianco Design*. In classifica svetta Nardi con 47,2 milioni, davanti a Paola Lenti con 26,9 e a Emu con 26 milioni. A seguire compaiono Talenti, Roda, Edimmo, Fast e Varaschin. Al di là del risultato, il comparto dimostra vitalità e anche forte potenzialità di crescita.

### RIORGANIZZAZIONE RAPIDA

Superato lo shock iniziale, le aziende leader hanno subito intuito che la ripartenza sarebbe stata rapida e si sono organizzate per rispondere alle richieste. In Nardi Outdoor, società di Chiampo (Vicenza) che svetta anche quest'anno nella classifica per fatturato con 47,2 milioni di ricavi (-7%), la percezione è emersa già ad aprile: "I clienti mondiali riportavano un buon interesse per il prodotto outdoor in generale e per il nostro in particolare grazie anche a una fascia di mercato adeguata - racconta Anna Nardi, ceo della società con la sorella Floriana - e questa tendenza si è poi confermata, non appena le attività hanno potuto riaprire. Il nostro vantaggio è stato avere merce a stock a magazzino e una filiera produttiva integrata verticalmente che ci ha permesso di essere immediatamente reattivi per ogni nuova necessità". I numeri realizzati nell'ultimo anno permetteranno a Nardi di confermare tutti gli investimenti in termini di tecnologie e nuovi prodotti preventivati prima della pandemia e di continuare a sviluppare il programma di riciclo della plastica usata *Regeneration*. I prodotti più richiesti? La describe Floriana Nardi: "Al primo posto c'è il tavolo allungabile Rio che ha registrato un +31% rispetto al 2019. Segue il sistema modulare di poltrone Kamodo e la collezione di sedute 'Hill'. Nella nostra analisi, ha premiato certamente il fatto

FEBBRAIO/MARZO 2021 PAMBIANCO DESIGN

47

analisi

di essere prodotti recenti, scelte contemporanee che stanno piacendo molto ma specie per Rio e Kamodo vi dico che sono anche giusti al momento giusto: aiutano a creare zone di sicurezza in termini di spazio, un distanziamento sociale che purtroppo dobbiamo ricordare ma che separa e non divide". L'Italia ha registrato ottime performance grazie al retail, mentre all'estero hanno sofferto i mercati più legati al contract, ma il 2021 dovrebbe essere caratterizzato da una ripresa del secondo canale, dove molti progetti avviati si sono bloccati o hanno subito un rallentamento, e da una conferma per il primo.

### NICCHIA FORTUNATA

Dietro Nardi si piazza, guadagnando una posizione Paola Lenti. L'azienda di Meda ha chiuso l'anno con un preconsuntivo di 26,9 milioni, in discesa del 7%, e Anna Lenti, Ad della società, intravede buone prospettive. "Dobbiamo ammettere - afferma - che lavoriamo in una nicchia fortunata. L'impossibilità di viaggiare, di uscire, ha spostato l'attenzione delle persone sui loro luoghi di vita domestica e questo ci ha in un certo senso avvantaggiato. Certamente da quest'anno lavoriamo per crescere, anche se prevediamo che il 2021 sarà ancora un anno difficile, interlocutorio. La sensazione però, è che ci sia determinazione e voglia di riprendere". I prodotti di punta? "Premesso che Paola Lenti è conosciuta più per il concept che propone piuttosto che per i singoli prodotti, non abbiamo notato cambiamenti sostanziali nelle preferenze della clientela", precisa Anna Lenti. In termini di canali distributivi, viene evidenziato il rallentamento dell'hospitality, ma l'azienda non ha avviato particolari rivoluzioni nel suo modello: "Negli anni abbiamo costruito una solida rete di dealer e relazioni con gli studi di architettura e interior design in tutto il mondo. In questo periodo abbiamo migliorato e rafforzato le nostre piattaforme digitali e abbiamo utilizzato tutti i mezzi tecnologici per consolidare queste relazioni". Infine, Anna Lenti evidenzia il contributo dato dal posizionamento alto del brand in termini di resilienza: "Il nostro mercato di riferimento è di fascia alta e questo indubbiamente ci ha in un certo senso protetti. Gli investimenti in questo ultimo anno non si sono fermati completamente, tanto che abbiamo aperto alcuni negozi monomarca e abbiamo rafforzato la nostra presenza in molti punti vendita", conclude.

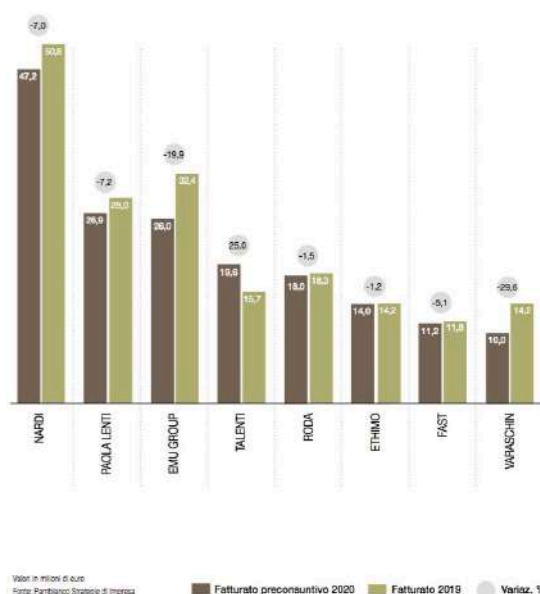
### AL CENTRO DELLA CASA

Il podio dell'outdoor italiano è completato da Emu. L'azienda umbra ha scontato una flessione di fatturato ma ha spinto sull'ebdita salito dall'8,6 al 12,4%. Un aumento del 40% dunque, frutto della strategia intrapresa dalla nuova compagine societaria che da 4 anni è alla guida di Emu. Importanti investimenti nel comparto produttivo a difesa del made in Italy, una vasta gamma di nuovi prodotti nati dalla collaborazione con designer internazionali e una maniacale attenzione alla qualità e alla sostenibilità, hanno generato arredi dal design responsabile e fatti per durare nel tempo. Il risultato alla fine è soddisfacente - afferma Stefano Zajotti, design communication manager - soprattutto se confrontato con le aspettative di marzo 2020. La risposta dell'azienda è stata rapida, ci siamo riorganizzati e poi, quando tutto è ripartito, ci siamo fatti trovare pronti. Il contract si è fermato, ma i privati hanno riscoperto il piacere di vivere in casa e messo in atto tutta una serie di interventi per migliorare giardini e spazi esterni. Se il 2020 è stato l'anno dell'e-commerce, per il 2021 pensiamo di poter crescere nell'ambito dello street contract dove siamo leader, e a fine anno puntiamo a tornare ai livelli di fatturato attesi. Emu vede un mercato in espansione per il comparto. "L'ingresso dei big dell'arredo nell'outdoor - evidenzia Zajotti - ha portato una maggiore percezione della qualità, e non solo tra i consumatori più facoltosi. Questo potrà fare la differenza in termini di consumi, rafforzando la posizione di Emu sul mercato. La difesa del made in Italy e, quindi, dei posti di lavoro è per noi una priorità".

48

FEBBRAIO/MARZO 2021 PAMBIANCO DESIGN

## Analisi Outdoor 2020



FEBBRAIO/MARZO 2021 PAMBIANCO DESIGN

49



HOME DESIGN ARCHITETTURA NEWS

19

FEB

## Meno contract e più retail per l'outdoor

19 Febbraio 2021 di Redazione



Proposta Lenti

*I preconsuntivi del 2020 evidenziano una flessione del 5,8% per i primi cinque gruppi del settore mobili da esterno. La riduzione degli introiti è stata causata dai progetti bloccati o rinviati a causa della pandemia, destinati però a ripartire durante l'anno in corso. E l'outlook risulta positivo.*

Nei conti delle aziende specializzate in mobili da esterno pesa lo stop primaverile, che ha determinato la flessione (-7,2%) dei ricavi 2020 per i primi otto player secondo i dati di preconsuntivo raccolti da *Pambianco Design*. In classifica sventa **Nardi** con 47,2 milioni, davanti a **Paola Lenti** con 26,9 e a **Emu** con 26 milioni. A seguire compaiono **Talenti**, **Roda**, **Ethimo**, **Fast** e **Varaschin**. Al di là del risultato, il comparto dimostra vitalità e anche forte potenzialità di crescita.

### RIORGANIZZAZIONE RAPIDA

Superato lo shock iniziale, le aziende leader hanno subito intuito che la ripartenza sarebbe stata rapida e si sono organizzate per rispondere alle richieste. In **Nardi Outdoor**, società di Chiampo (Vicenza) che sventa anche quest'anno nella classifica per fatturato con 47,2 milioni di ricavi (-7%), la percezione è emersa già ad aprile. "I clienti mondiali riportavano un buon interesse per il prodotto outdoor in generale e per il nostro in particolare grazie anche a una fascia di mercato adeguata - racconta **Anna Nardi**, ceo della società con la sorella **Floriana** - e questa tendenza si è poi confermata, non appena le attività hanno potuto riaprire. Il nostro vantaggio è stato avere merce a stock a magazzino e una filiera produttiva integrata verticalmente che ci ha permesso di essere immediatamente reattivi per ogni nuova necessità". I numeri realizzati nell'ultimo anno permetteranno a **Nardi** di confermare tutti gli investimenti in termini di tecnologie e nuovi prodotti preventivati prima della pandemia e di continuare a sviluppare il programma di riciclo della plastica usata *Regeneration*. I prodotti più richiesti? Li descrive **Floriana Nardi**: "Al primo posto c'è il tavolo allungabile **Rio** che ha registrato un +31% rispetto al 2019. Segue il sistema modulare di poltrone **Komodo** e la collezione di sedute **Trill**. Nella nostra analisi, ha premiato certamente il fatto di essere prodotti recenti, scelte contemporanee che stanno piacendo molto ma specie per **Rio** e **Komodo** va detto che sono anche giusti al momento giusto: aiutano a creare zone di sicurezza in termini di spazio, un distanziamento sociale che purtroppo dobbiamo ricercare ma che separa e non divide". L'Italia ha registrato ottime performance grazie al retail, mentre all'estero hanno sofferto i mercati più legati al contract, ma il 2021 dovrebbe essere caratterizzato da una ripresa del secondo canale, dove molti progetti avviati si sono bloccati o hanno subito un rallentamento, e da una conferma per il primo.



#### NICCHIA FORTUNATA

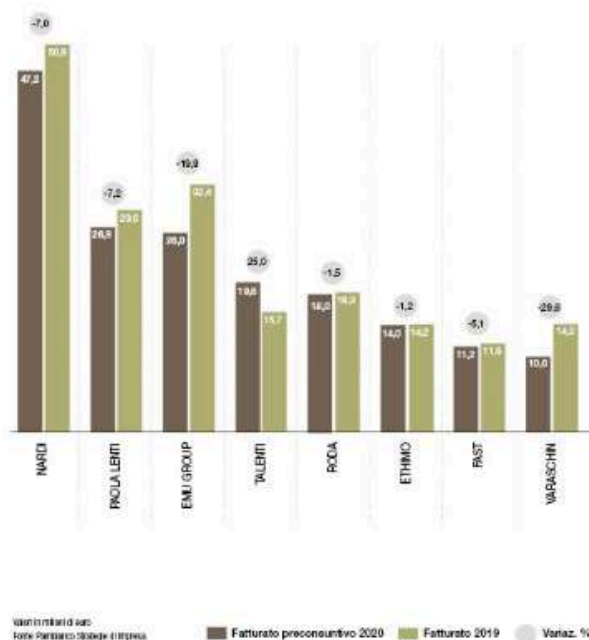
Dietro Nardi si piazza, guadagnando una posizione, Paola Lenti. L'azienda di Meda ha chiuso l'anno con un preconsuntivo di 26,9 milioni, in discesa del 7%, e Anna Lenti, AD della società, intravede buone prospettive. "Dobbiamo ammettere - afferma - che lavoriamo in una nicchia fortunata. L'impossibilità di viaggiare, di uscire, ha spostato l'attenzione delle persone sui loro luoghi di vita domestica e questo ci ha in un certo senso avvantaggiato. Certamente da quest'anno lavoriamo per crescere, anche se prevediamo che il 2021 sarà ancora un anno difficile, interlocutorio. La sensazione però, è che ci sia determinazione e voglia di riprendere". I prodotti di punta? "Premesso che Paola Lenti è conosciuta più per il concept che propone piuttosto che per i singoli prodotti, non abbiamo notato cambiamenti sostanziali nelle preferenze della clientela", precisa Anna Lenti. In termini di canali distributivi, viene evidenziato il rallentamento dell'hospitality, ma l'azienda non ha avviato particolari rivoluzioni nel suo modello: "Negli anni abbiamo costruito una solida rete di dealer e relazioni con gli studi di architettura e interior design in tutto il mondo. In questo periodo abbiamo migliorato e rafforzato le nostre piattaforme digitali e abbiamo utilizzato tutti i mezzi tecnologici per consolidare queste relazioni". Infine, Anna Lenti evidenzia il contributo dato dal posizionamento alto del brand in termini di resilienza. "Il nostro mercato di riferimento è di fascia alta e questo indubbiamente ci ha in un certo senso protetti. Gli investimenti in questo ultimo anno non si sono fermati completamente, tanto che abbiamo aperto alcuni negozi monomarca e abbiamo rafforzato la nostra presenza in molti punti vendita", conclude.

#### AL CENTRO DELLA CASA

Il podio dell'outdoor italiano è completato da Emu. L'azienda umbra ha scontato una flessione di fatturato ma ha spinto sull'ebitda salito dall'8,6 al 12,4%. Un aumento del 40% dunque, frutto della strategia intrapresa dalla nuova compagine societaria che da 4 anni è alla guida di Emu. Importanti investimenti nel comparto produttivo a difesa del made in Italy, una vasta gamma di nuovi prodotti nati dalla collaborazione con designer internazionali e una maniacale attenzione alla qualità e alla sostenibilità, hanno generato arredi dal design responsabile e fatti per durare nel tempo. "Il risultato alla fine è soddisfacente - afferma Stefano Zajotti, design communication manager - soprattutto se confrontato con le aspettative di marzo 2020. La risposta dell'azienda è stata rapida, ci siamo riorganizzati e poi, quando tutto è ripartito, ci siamo fatti trovare pronti. Il contract si è fermato, ma i privati hanno riscoperto il piacere di vivere in casa e messo in atto tutta una serie di interventi per migliorare giardini e spazi esterni. Se il 2020 è stato l'anno dell'e-commerce, per il 2021 pensiamo di poter crescere nell'ambito dello street contract dove siamo leader, e a fine anno puntiamo a tornare ai livelli di fatturato attesi". Emu vede un mercato in espansione per il comparto. "L'ingresso del big dell'arredo nell'outdoor - evidenzia Zajotti - ha portato una maggiore percezione della qualità, e non solo tra i consumatori più facoltosi. Questo potrà fare la differenza in termini di consumi, rafforzando la posizione di Emu sul mercato. La difesa del made in Italy e, quindi, dei posti di lavoro è per noi una priorità".

di Andrea Guolo

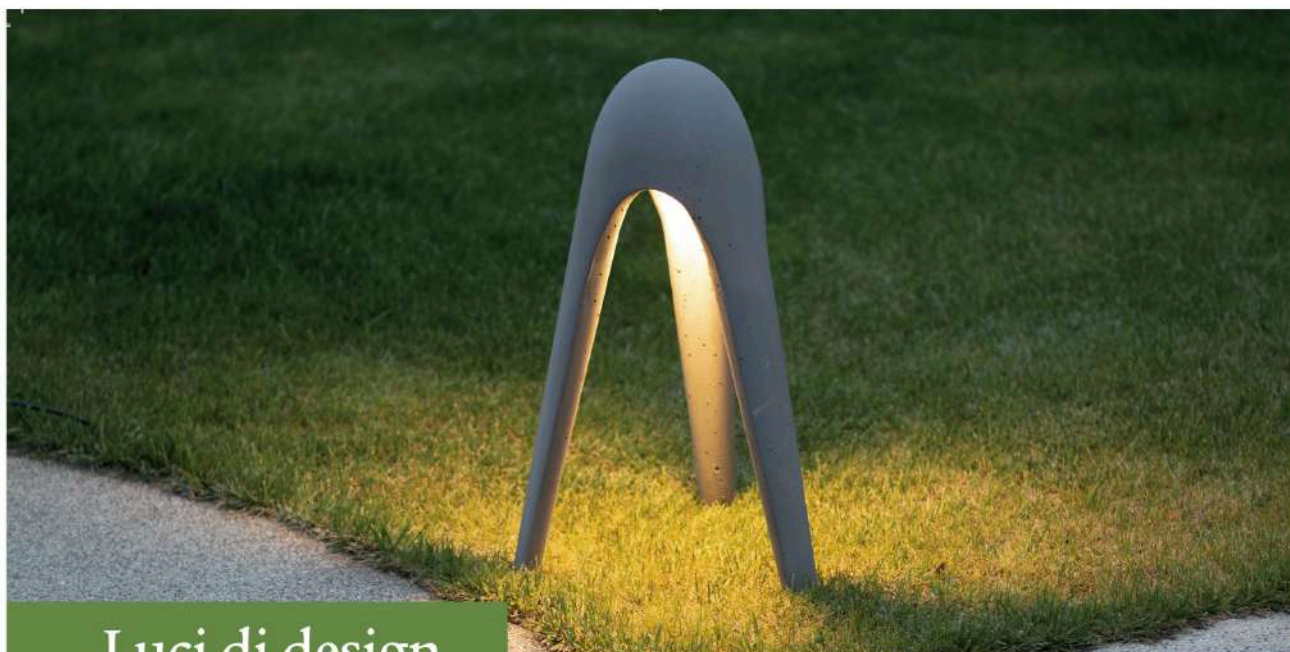
### Analisi Outdoor 2020



Fonte: <https://design.pambianconews.com/meno-contract-e-piu-retail-per-loutdoor/>

Condividi:





## Luci di design per gli esterni

*Un'illuminazione che arreda  
giardini, terrazzi e verande*

Look futurista per **Cyborg** di **Martinelli Luce**, che con la sua luce led indiretta genera scenografici effetti di ombre. Disponibile in cemento grigio o giallo ocra. Diametro cm 40 e altezza cm 61 (€ 607,56).

Eterea e delicata, **Luciole** di **Emu**. In materiale plastico per esterni, si ricarica tramite USB e si accende con un lieve tocco del tasto on-off alla sua sommità. In tre altezze (cm 53, cm 83 e cm 133), a partire da € 172,00.



6 Vivere la Casa

La lanterna solare **Milk** di **Ethimo** ricorda nel nome e nel design il tradizionale contenitore del latte. In vetro soffiato acidato, ha una maniglia in cuoio e il tappo in teak con pannello fotovoltaico (€ 490,00).



Nella lampada segna-percorso **Otto** di **Oluce** l'inclinazione regolabile della testa, a forma di semisfera, permette di orientare il fascio luminoso in diverse direzioni. In metallo color indian bronze, è alta cm 66 e costa € 866,00.

Indirizzi a pag. 112