

PAMBIANCO MAGAZINE

# DESIGN

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DELL'ARREDO E DELL'ARCHITETTURA

**TENDENZE**

Il boom degli Nft

**INTERVISTA**

Elia Bonacina

**MONDO**

Dubai, obiettivo smart city



Prade Italiae - In caso di mancato recapito rivolgersi a: PAMBIANCO, Piacenza per la restituzione della rivista la prima settimana di maggio - AMIDA s.p.a. viale dell'Industria 20/22 - 29022 PAVIA

**BREXIT? SI TEMEVA  
UN TERREMOTO, MA È GIÀ  
UNA NUOVA NORMALITÀ**

COVER BY KAZUHIDE YAMAZAKI

## contract

luppo online, anche il retail fisico sta vivendo un momento di crescita e perfino Amazon è in procinto di partire con un progetto di negozi offline dedicati alla vendita. Quella del contatto fisico è un'esigenza tuttora sentita dai consumatori". Il recupero dei livelli 2019, secondo del Vecchio, è oramai quasi ultimato in termini di ordinativi mentre come fatturato c'è ancora da attendere, ma in questo caso non dipende dal rallentamento della progettazione bensì dai ritardi nelle consegne di materie prime per l'arredo. Ed è proprio nelle forniture che il CEO di Giorgetti individua le principali sfide per il futuro della progettazione, che ragiona a lungo termine e non può essere sottoposta a pressioni costanti in termini di prezzo. "Il modello industriale deve essere ripensato. Ci troveremo a operare con un livello più basso di scorte di magazzino, per ragioni di reperibilità delle stesse, e dovremo studiare soluzioni in grado di arrivare a un utilizzo più efficiente delle risorse, al recupero degli scarti che devono essere trasformati in materiale prezioso e, infine, alla sostituzione dei materiali troppo costosi o difficilmente reperibili con altri materiali, compresi quelli di recupero. I problemi emersi per le commodities ci spingono a riflessioni piuttosto serie. E, più in generale, ci saranno tanti temi in via di sviluppo che le aziende dovranno saper cogliere o, ancor meglio, anticipare".

### IL RETAIL DELLE MERAVIGLIE

IDB-Italian Design Brands opera nel contract attraverso due società specializzate Modar e Cenacchi, dedicate al retail come fornitori di soluzioni custom per le boutique dei gruppi del lusso. C'è poi tutto il mondo soft-contract, dove IDB opera con le sue aziende presenti nel canale residenziale ma con un consistente filone progettuale: Gervasoni, Meridiani e Saba Italia nell'arredo, a cui si aggiungono Davide Groppi nell'illuminazione decorativa e Flexalighting nell'ambito dell'illuminazione tecnico-architettonica. "Il 2020 – racconta **Alessandra Barbetta**, business development manager di IDB – è stato certamente un anno difficile per tutti gli ambiti del contract, mentre nel 2021 per il soft contract i dati sono in aumento addirittura rispetto al 2019. A far da traino è stata l'azienda Gervasoni, che nei primi 10 mesi ha complessivamente fatturato quanto l'intero anno 2019 con un contributo di circa un terzo dal canale contract. E oggi Gervasoni è fortemente impegnata nell'ambito dell'horeca e delle forniture a grandi navi". Le prospettive nel progetto? "In pancia abbiamo ordini superiori al livello pre-pandemia. E questi ordinativi non tengono conto di Modar e Cenacchi, che stanno ultimando il loro percorso di recupero". Va precisato che per entrambe le aziende il 2019 ha rappresentato il loro massimo storico di vendite. Le prospettive anche nell'ambito retail rimangono comunque interessanti. "La pandemia – evidenzia Barbetta – ha determinato un significativo cambiamento di fruizione del negozio, con la trasformazione da punto vendita a punto di esperienza e di contatto fisico con il prodotto e con il brand. I nuovi progetti stanno trasformando gli store in una sorta di club, salotti esclusivi dove chi acquista un prodotto lo fa vivendo un'esperienza peculiare e straordinaria e ottenendo quel trattamento di cura personalizzata che l'online non potrà mai offrire. Il negozio diventerà una galleria delle meraviglie. E questa trasformazione offre ampie possibilità di crescita per un gruppo come IDB, grazie alla nostra capacità di realizzare ambienti home particolarmente sofisticati". Un altro punto di forza, nell'analisi di Barbetta, è rappresentato dalle dimensioni di IDB. "Nel contract, le commesse si prolungano anche per diversi anni e occorrono spalle larghe, e il fatto di essere un gruppo finanziariamente solido ci rende un interlocutore affidabile a monte e a valle della filiera. Un altro vantaggio è l'integrazione nel gruppo tra le aziende che lo compongono e che operano dalla realizzazione su misura fino al prodotto di design da catalogo con possibilità di customizzazione". Un aspetto, quest'ultimo, particolarmente apprezzato dall'hotellerie, dove IDB ha acquisito tra i