



KETTAL



PAOLA LENTI

KETTAL VIMINI Collezione disegnata dall'architetto Patricia Urquiola, realizzata in legno (con una tramatura molto spaziosa) dalla forma a canestro della seduta e dello schienale che ben accolgono i cuscini.



PRATIC

PAOLA LENTI ORBITRY Disegnata da Victor Carrasco questa seduta in acciaio inox, rivestita con corda piatta in filato rope, è disponibile anche nella versione sospesa tramite cavi in acciaio.

PRATIC OPERA Struttura in lame orientabili fino a 140° e chiusure perimetrali vetrate che rendono questa pergola uno spazio fruibile durante tutto l'anno con possibilità di inserire corpi illuminati a led.



Collezione Komodo di Nardi

BUSINESS in pieno sole

di *Andrea Guolo*

**FATTURATI IN CRESCITA
E MARGINALITÀ
SODDISFACENTI
PER I PRODUTTORI
DEI MOBILI DA
ESTERNI. L'OUTDOOR
FA GOLA ANCHE
AGLI SPECIALISTI
DELL'INDOOR, MA LA
SPECIALIZZAZIONE
PREMIA CHI CE L'HA**

Vivere all'aria aperta fa bene non solo allo spirito di chi arreda il proprio giardino, o le sempre più ricercate terrazze abitabili nei condomini in città, ma anche a chi produce gli **arredi per outdoor**. A confermarlo è lo studio di *Pambianco Strategie di Impresa* sui bilanci delle aziende specializzate, in un ambito che sta sempre più attraendo i produttori di mobili per l'interno delle case; un segno, quest'ultimo, che conferma la percezione di un andamento crescente del business, tale da spingere i marchi più prestigiosi del made in Italy – da B&B Italia a Giorgetti fino a Minotti, per citarne alcuni – a inserire collezioni dedicate agli spazi esterni. Una concorrenza, quella dei produttori da indoor, che finirà per essere particolarmente stimolante perché, secondo la visione degli specialisti dell'outdoor, punterà ancor di più i riflettori sui mobili da esterno, trainando la domanda e portando i consumatori più sofisticati a scegliere chi è in grado di offrire garanzie aggiuntive ovvero coloro che hanno l'outdoor nel proprio dna.

NARDI A KM ZERO

Il leader italiano dei mobili da esterno è **Nardi**, azienda vicentina protagonista nel 2017 di un forte incremento del fatturato, salito da 37 a 45 milioni di euro, e soprattutto di un eccellente risultato in termini

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

Azienda	Fatturato	Ebitda	Ebitda/Fatturato %
NARDI	45,3	12,1	27
EMU 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 **Emu 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.