



maggio 2021 - e-duesse.it

ab

ABITARE
il BAGNO

INCHIESTA
RISTRUTTURAZIONI
E AGEVOLAZIONI FISCALI
FACCIAMO IL PUNTO

SPECIALE
FLAGSHIP STORE
TEATRO DELLA BRAND
EXPERIENCE

FOCUS ON
LA NUOVA LAVANDERIA
DI DESIGN

NUOVI TRAGUARDI

LUCA PIVA, ART DIRECTOR DI ARBI ARREDOBAGNO

12 NEWS
Cosa succede nel mercato

22 INCHIESTA
Ristrutturazioni e agevolazioni fiscali
Facciamo il punto

RETAIL
28 Bagni e Pavimenti
Il nuovo format di Orsolini

30 Ruggeri: "Chi viene da noi si innamora del prodotto"



16 COVER STORY
Nuovi traguardi
Intervista a Luca Piva, art director di Arbi Arredobagno

Una nuova visione e importanti progetti caratterizzano il presente, ma soprattutto il futuro, di Arbi Arredobagno. Artefice, Luca Piva, art director, che ci racconta il percorso di rinnovamento intrapreso e gli obiettivi da raggiungere, primo fra tutti rafforzare le partnership con i clienti e collaborare col mondo del progetto.



ARBI

BATHROOM

WWW.ARBIAARREDOBAGNO.IT

SHOWROOM MILANO
C.SO MONFORTE - ANG. VIA S. DAMIANO

NUOVI TRAGUARDI

UNA NUOVA VISIONE E IMPORTANTI PROGETTI CARATTERIZZANO IL PRESENTE, MA SOPRATTUTTO IL FUTURO, DI ARBI ARREDOBAGNO, UNA FRA LE PIÙ NOTE AZIENDE DEL SETTORE CON SEDE A MARON DI BRUGNERA (PN). ARTEFICE, LUCA PIVA, ART DIRECTOR DELL'AZIENDA, CHE CI RACCONTA IL PERCORSO DI RINNOVAMENTO INTRAPRESO E GLI OBIETTIVI DA RAGGIUNGERE, PRIMO FRA TUTTI RAFFORZARE LE PARTNERSHIP CON I CLIENTI E COLLABORARE COL MONDO DEL PROGETTO

di Arianna Sorbara

34 anni di storia, artigianalità e innovazione caratterizzano il percorso di Arbi Arredobagno, una fra le più note aziende del settore con sede a Maron di Brugnera (PN), riconosciuta dal mercato per essere una realtà solida e di successo. Negli ultimi anni, grazie alla visione di Luca Piva, art director dell'azienda e figlio del fondatore Osvaldo, l'azienda ha intrapreso un nuovo percorso volto a valorizzare il brand, la reputation e l'offerta commerciale completa. Tra gli obiettivi, rafforzare le partnership con i clienti storici e lavorare col mondo del progetto, grazie a nuove collaborazioni con designer e studi di architettura. Ma partiamo dalle origini...

Quest'anno festeggiate 34 anni di storia. Come nasce Arbi Arredobagno?

La storia di Arbi Arredobagno inizia nel 1987 all'interno del gruppo Atma. Il trovarci consociati con il più grande e solido gruppo di arredamento in Italia ci ha permesso di diventare immediatamente punto di riferimento nel settore.

La strategia adottata fin da subito, volta alla completa autonomia produttiva, altamente meccanizzata, si è rivelata vincente e ci ha consentito di raggiungere oggi la posizione di preminenza che abbiamo nell'arredo bagno. È pur vero che la storia del brand si racconta attraverso i mobili - sintesi perfetta tra esperienza artigianale e avanzata tecnologia produttiva - che negli anni hanno saputo evolversi in collezioni all'avanguardia, assecondando i gusti e le esigenze del mercato.

La nostra forza è, infatti, sempre stata quella di riuscire a garantire standard qualitativi elevati, implementando continuamente le tecnologie, con macchinari sempre più innovativi, al fine di snellire i processi produttivi senza perdere di vista la qualità dei prodotti e il servizio da garantire al cliente.

Che realtà è oggi Arbi?

Attraverso un percorso strutturato - animato dalla passione per il design e da una forte carica innovativa - che negli anni ha sempre posto l'attenzione su tecnologia, funzionalità, ricerca estetica, oggi è il momento giusto per allineare la reputazione del brand alla crescita progettuale con nuove collezioni, create sia per una fascia più ampia del mercato sia per un pubblico più esigente, consolidando i plus riconosciuti da chi sceglie Arbi: qualità italiana, ampiezza di gamma, design - anche a prezzi accessibili - e personalizzazione.

Facendo leva su nuove idee e progetti in linea con le attuali caratteristiche del mercato, proponiamo un'offerta di prodotti ampia e versatile, per incontrare sempre più le richieste di un pubblico vasto e diversificato.

Usciamo da un anno molto duro e complesso che ha cambiato la nostra quotidianità. Come lo avete affrontato?

L'Azienda non si è mai fermata. Fin dalle prime restrizioni governative, ci siamo attivati per garantire il proseguo dell'attività, rispettando i protocolli di tutela della sicurezza e della salute dei lavoratori. L'approccio dinamico che ci contraddistingue ci ha spinto a cogliere questa fase di cambiamento per mettere a punto idee, iniziative e risorse digitali per accorciare le distanze, proseguendo e definendo tutti i lavori già avviati, come anche l'elaborazione del nuovo listino prezzi e la realizzazione di ben 6 cataloghi fotografici delle prossime collezioni. Oggi comfort, funzionalità, qualità ed estetica non sono mai stati così importanti e lo scenario futuro rafforza la strategia che stiamo portando avanti già da tempo, rendendo la nostra proposta di arredo sempre più completa, coordinata e custom-made.



La costante ricerca e l'innovazione tecnologica rivestono da sempre un ruolo centrale nella filosofia aziendale di Arbi; la nostra finalità non è seguire l'evoluzione delle tendenze, bensì di anticiparle.

Come è iniziato, invece, il 2021?

Abbiamo registrato un trend positivo che conferma il percorso di crescita dell'azienda, trainato in particolar modo dal forte e consolidato posizionamento sul mercato italiano.

... quali gli obiettivi primari che vi siete prefissati di raggiungere a medio/lungo termine?

L'obiettivo, per il futuro, resta quello di continuare a rafforzare la preminenza in Italia e, con la ripartenza delle fiere internazionali, di aumentare la quota export, andando a intercettare gli operatori e i professionisti del settore, con lo scopo di ampliare e consolidare la nostra presenza sui mercati europei.

Qual è l'attuale posizionamento e la penetrazione del marchio Arbi nel canale?

Arbi è un brand molto radicato sul territorio italiano ed è proprio la distribuzione nazionale ad assicurare il 91% del fatturato. Questo risultato è sostenuto dai costanti investimenti dedicati alla ricerca e all'innovazione, oltre che dall'impegno che dedichiamo al consolidamento della rete distributiva. Il continuo dialogo con i nostri clienti ci permette, infatti, di rafforzare il rapporto di fiducia tra noi e loro; incisivo è anche il lavoro che viene effettuato continuamente sulle collezioni poiché la qualità della

nostra produzione e il design italiano sono le caratteristiche maggiormente riconosciute e apprezzate dai nostri partner. Il nostro obiettivo resta quello di tutelare e consolidare la già significativa presenza nel canale arredo bagno.

Passando al retail, qual è il sentiment che si percepisce oggi all'interno del mercato?

A mio parere il canale dell'arredobagno riveste sempre un ruolo primario ma, per mantenere il suo valore e la sua identità, è importante che non rimanga statico e sappia evolversi per cercare di assecondare il consumatore finale nelle scelte d'arredo.

Quali sono i punti di forza e le criticità della distribuzione?

Crediamo molto nell'importanza di assicurare al cliente finale una shopping experience che abbia le caratteristiche dell'unicità e dell'esclusività, dedicandogli una puntuale ed esaustiva consulenza. Mentre le criticità per un punto vendita possono essere la poca cura della sala mostra, la scarsa attenzione agli allestimenti, la non sufficiente professionalità degli addetti, perché è fondamentale proporre uno standard qualitativo elevato per distinguersi dalla concorrenza.

Che caratteristiche deve avere un retailer per diventare un vostro partner?

Il nostro partner ideale deve essere in grado di fornire un valore aggiunto al consumatore nell'esperienza d'acquisto, offrendo una serie di servizi da affiancare alla vendita: progettazione, consulenza, montaggio, post-vendita, informazioni tecniche e per questo investiamo molto nella formazione.

Oggi si parla sempre di più di come migliorare la proposizione di valore. Come lavorate in tal senso?

La costante ricerca e l'innovazione tecnologica rivestono da sempre un ruolo centrale nella filosofia aziendale; la nostra finalità non è seguire l'evoluzione delle tendenze, bensì di anticiparle. Selezioniamo con attenzione i nostri partner in modo da instaurare legami profondi e fidelizzati, la stima reciproca è un aspetto da non sottovalutare, anche sotto il profilo commerciale. Inoltre, in un'ottica di perfezionamento continuo dei nostri prodotti e dell'organizzazione aziendale, implementiamo costantemente la capacità produttiva con macchinari sempre più innovativi che garantiscono una maggiore flessibilità. I sistemi software di cui l'azienda dispone rendono possibile il monitoraggio completo dell'intero ciclo produttivo dall'ordine alla consegna, caratteristica sostanziale per il controllo qualità.

Come si cresce all'interno di un punto vendita? Perché è vero che siete tra le aziende che spiccano maggiormente e lavorate mediamente con le insegne più importanti, ma la concorrenza è molto elevata, soprattutto ultimamente...

Lavoriamo ogni giorno per consolidare il lavoro e le buone relazioni con i nostri clienti che apprezzano la qualità e l'eccellenza delle collezioni Arbi e soprattutto la flessibilità



Absolute



Sky

dell'azienda nel cercare di assecondare le diverse esigenze. Per crescere nel mercato, infatti, è molto importante creare partnership solide e durature; la fiducia rinnovata ogni anno è frutto di un grande impegno nel porre le necessità del cliente al centro del nostro business, con una maggiore sensibilità verso organizzazione, velocità nei tempi di consegna e totale attenzione nella gestione del post-vendita.

L'ottimizzazione di tempi e costi, il costante miglioramento degli

“Per crescere nel mercato è molto importante creare partnership solide e durature; la fiducia rinnovata ogni anno è frutto di un grande impegno nel porre le necessità del cliente al centro del nostro business, con una maggiore sensibilità verso organizzazione, velocità nei tempi di consegna e totale attenzione nella gestione del post-vendita.”

standard qualitativi e l'ottimo rapporto qualità-prezzo dei prodotti sono ulteriori valori, assolutamente apprezzati dai nostri partner. Inoltre, l'ampliamento della produzione con la possibilità di una customizzazione completa, dal mobile all'accessorio, fino al box doccia, è particolarmente gradita dalla nostra clientela storica, showroom e boutique del bagno che possono proporre un arredo completo personalizzato e di alto livello, interessante anche per architetti e progettisti.

Per quanto riguarda il catalogo, mi ha dichiarato che il vostro obiettivo è offrire una proposta sempre più completa, coordinata e custom-made. Su quali prodotti vi state concentrando maggiormente?

In questo momento desideriamo spingere non un prodotto, ma una proposta di arredo bagno total look, offrendo ai clienti la possibilità di avere una soluzione d'arredo custom-made, completamente coordinata, rivolgendosi ad un unico interlocutore. Per questo, abbiamo affiancato a tutte le linee di arredo bagno Arbi il programma Ibra che comprende piatti doccia, pannelli rivestimento, vasche da bagno, termoarredo e da quest'anno, anche nuovi box doccia e accessori di design.

La versatilità del progetto Ibra è rappresentata anche dalla possibilità di poter scegliere materiali sempre più all'avanguardia -



Fusion

“In questo momento desideriamo spingere non un prodotto, ma una proposta di arredo bagno total look, offrendo ai clienti la possibilità di avere una soluzione d’arredo custom-made, completamente coordinata, rivolgendosi ad un unico interlocutore.”

Geacril®, Tekorstone®, Tekno Resina®, Tekno Deimos, Laminam o Gres – con colori di tendenza e disponibili in differenti dimensioni.

Da anni ormai lavorate in sinergia con i designer. Nel 2021 procederà la consolidata collaborazione con Meneghello Paoletti Associati, ma sono in fase di lancio nuovi progetti firmati da Garcia Cumini e Calvi Brambilla, ce li racconta?

Un designer trova in Arbi gli strumenti per esprimere le sue capacità: alta tecnologia produttiva, artigianalità storica, profonda conoscenza dei materiali. Crediamo e investiamo molto nelle sinergie creative per lo sviluppo di nuovi progetti che possano coniugare praticità e qualità estetica, contribuendo a dare ad Arbi un’identità stilistica distintiva sul mercato.

Cinque anni fa è stata avviata la collaborazione, che prosegue tutt’oggi, con lo studio Meneghello Paoletti Associati e, più di recente, con i designer Garcia Cumini, con i quali stiamo mettendo a punto una serie di progetti pensati per architetti e progettisti. Da qualche mese è stata, inoltre, ufficializzata anche la collaborazione con lo studio Calvi Brambilla, firma importante del mondo del design e dell’architettura, a cui è stato affidato il restyling del nostro showroom di Milano, in corso Monforte, che prevediamo essere pronto nel secondo semestre.

Anche la formazione riveste per voi un ruolo importante. A tal proposito avete dato vita ad ArbiLab...

ArbiLab è il nuovo spazio realizzato all’interno dello stabilimento di Maron di Brugnera, interamente dedicato alla formazione, con l’obiettivo di potenziare le competenze e le conoscenze di base di ogni nostro interlocutore. Gli incontri proposti sono rivolti a rivenditori, installatori, partner, agenzie, progettisti, interior designer e studi di architettura con diversi argomenti e specificità: raccontare il mondo Arbi da un punto di vista estetico, evidenziandone le caratteristiche di varietà e flessibilità, in modo da proporre alla propria clientela le soluzioni più aggiornate e innovative; esaminare le strategie commerciali di vendita attraverso una corretta lettura del listino; approfondire le problematiche legate al post-vendita oppure moduli più tecnici, con nozioni di approfondimento orientati alle tematiche di interesse per idraulici o installatori. Inoltre, tutti gli installatori che parteciperanno ai corsi di formazione entreranno a far parte di una rete esclusiva messa a disposizione dei clienti Arbi.



Street

Come è cambiata la comunicazione Arbi negli ultimi anni?

In questo particolare momento storico, crediamo che la strategia vincente - più forte e completa - sia la perfetta integrazione tra mezzi on e offline ed è in questa direzione che orientiamo la nostra comunicazione; siamo convinti che l'approccio omnicanale sia decisamente importante per aumentare visibilità e autorevolezza, oltre ad ottenere risultati interessanti in termini di percezione del brand. Riserviamo una particolare attenzione alla componente emozionale, indispensabile nel modo di raccontare le collezioni Arbi, enfatizzando sia la dimensione del benessere che la valorizzazione estetica per interpretare lo stile di vita di ogni persona.

... e i social? Oggi sono sempre più uno strumento essenziale per dialogare con il consumatore...

Utilizziamo i nostri canali social per attività di branding e advertising con lo scopo di intercettare e fidelizzare il nostro pubblico, incrementando la nostra brand awareness e favorendo un costante dialogo interattivo.

Quali sono le sfide che un Gruppo come il vostro deve affrontare per diventare la prima scelta del consumatore?

Integrare strumenti di marketing e comunicazione on e offline ci consente di cogliere pienamente il ventaglio di opportunità che

il settore offre al giorno d'oggi, lasciando che sia il cliente a decidere come preferisce fruire i contenuti, fornendogli il prodotto che sta cercando, quando lo sta cercando, dove lo sta cercando, in modo sinergico ed integrato, così da costruire con lui una relazione coerente e fluida tra online e offline.

Per le attività future sarà importante rivedere i tradizionali modelli di interazione e relazione con il consumatore; l'integrazione tra il mondo fisico e la dimensione digitale ricoprirà un ruolo centrale, tenendo conto delle necessità di un consumatore sempre più esigente, iperconnesso e che cerca di appagare i propri bisogni attraverso più piattaforme.

Siamo arrivati alla fine della nostra chiacchierata... Dove vi vedete tra 10 anni?

La casa avrà acquisito una centralità totale e sarà evidente il desiderio di avere un ambiente bagno sempre più integrato con la propria dimensione psicofisica e il proprio lifestyle. Arbi, grazie alla costante ricerca, allo sviluppo e all'innovazione, sarà in grado di soddisfare questa nuova sensibilità con una proposta d'arredo ampia e coordinata, attraverso il giusto equilibrio tra un'estetica curata e una fruibilità funzionale. Dal punto di vista del mercato, ci vediamo ancora più presenti all'interno della comunità degli architetti e interior designer, in ambito residenziale e contract. ❖



ARBI

PERFETTA ZONA LAUNDRY

Bolle è il progetto che offre la possibilità di creare un ambiente lavanderia all'insegna dell'ottimizzazione di spazi e funzioni. Un programma dall'estetica pulita ed essenziale, in cui armonia stilistica, innovazione e massima funzionalità contribuiscono a ridefinire completamente lo spazio dedicato alla cura del bucato. È proposto in diverse alternative, come questa caratterizzata da un decoro effervescente con la base portalavabo in laccato bianco opaco dotata di presa maniglia integrata, affiancata a pensili con apertura push-pull in finitura laccato polline lucido.