

<https://lombardiaeconomy.it/outdoor-segnali-di-successo/>

# Outdoor, segnali di successo



Roberto Gatti, direttore esecutivo  
Fiam

## INTERVISTA A Roberto Gatti – direttore esecutivo Fiam

**Dall'iconica sdraio *Spaghetti*, la poltrona relax da esterno dell'azienda di Ghedi (Brescia) divenuto un successo dei mitici anni '60 (ed esposta anche al MOMA di New York), ai nuovi modelli che proiettano l'azienda lombarda verso nuovi mercati stranieri: con il direttore esecutivo di Fiam, Roberto Gatti, ecco come l'arredo outdoor svela nuove tendenze nell'era post-Covid.**

### Come sono andati gli ultimi due anni?

«Nel 2020, nonostante il fermo dovuto al Covid, siamo riusciti a recuperare qualche punto sul fatturato del 2019 e il 2021 è decisamente in crescita».

### Quale linea di prodotto ha conquistato maggiormente la stagione estiva 2021 e secondo lei perché?

«Nelle ultime due stagioni i nostri evergreen Fiesta, Samba, Movida e Amigo sono stati particolarmente apprezzati. Complice l'esigenza di vivere appieno gli spazi domestici, la facilità di trasporto e l'ottimo rapporto qualità prezzo dei nostri prodotti hanno aiutato il consumatore a godere del comfort del proprio giardino. Da segnalare il grande successo della nostra poltrona Spaghetti grazie alla collaborazione nata due anni fa con il Moma Design Store di New York: il pezzo iconico presente da sempre nella nostra collezione, intrecciato a mano in quantità limitata, è ora richiestissimo. Già disponibile in undici varianti colore, quest'anno il Moma Design Store ha accolto con favore le nostre proposte multicolore "Pop", nonché versioni senza poggiatesta chiamate "Spaghetti beach chair».

<https://lombardiaeconomy.it/outdoor-segnali-di-successo/>

## **Ci sono numeri che svelano una nuova tendenza? Ovvero, la pandemia ha inciso sulla produzione e la richiesta di sedie per vivere l'outdoor in modo diverso dal passato?**

«La pandemia ci ha decisamente spinti riscoprire e rivalutare gli spazi domestici: giardini, balconi e terrazzi sono diventati zone preziose delle nostre abitazioni. Abbiamo notato che anche chi non ha mai vissuto il proprio giardino, abituato magari a trascorrere il tempo libero fuori casa, durante la pandemia ha colto l'occasione per trasformarlo in uno spazio rigenerante. Il nostro prodotto nasce proprio per realizzare quest'esigenza in maniera pratica e funzionale, senza sacrificare l'estetica. La facilità con cui i nostri arredi possono venire trasportati ha permesso ai nostri clienti di venderli on line a negozi chiusi, quindi di recapitarli anche durante la pandemia. La qualità e la cura con cui realizziamo prodotti originali da oltre 45 anni hanno reso il nostro marchio noto nel settore, contribuendo a incrementare una forte domanda di prodotto sia per il mercato nazionale che per quello estero. Da un confronto anche con altri produttori, sostanzialmente emerge dai dati in nostre mani che il consumatore ha privilegiato prodotti di qualità e provenienza europea per arredare la propria abitazione».



L'iconica sdraio Spaghetti dell'azienda di Ghedi

## **La domanda sta cambiando la vostra produzione?**

«In realtà lavoriamo da tempo con soddisfazione in questo settore, consolidando mercati e clientela. Il prodotto è già presente sul territorio e offriamo ai nostri clienti l'opzione dell'imballo singolo per vendita on line già da anni; insieme alla scelta di non fornire direttamente i grandi marketplaces i nostri clienti sanno di vendere un prodotto ben posizionato e apprezzato. Resta sempre un limite l'estrema stagionalità del nostro mestiere, acuita dai fermi di produzione dello scorso anno, dall'estrema complessità di gestione del personale per via delle restrizioni e dalla scarsità di materie prime che da qualche mese a questa parte affligge non solo la nostra filiera».

<https://lombardiaeconomy.it/outdoor-segnali-di-successo/>

## Quali sono gli obiettivi per il 2021-2022?

«Rendere il prodotto sempre più green: già la sua lunga durata lo rende naturalmente sostenibile; le materie prime che utilizziamo sono prevalentemente riciclabili o riciclate, prodotte in Europa secondo le normative ambientali vigenti. Noi stessi produciamo e utilizziamo energia pulita e privilegiamo il trasporto su rotaia, ove possibile. Stiamo migliorando i processi produttivi e la pianificazione, compatibilmente con la trasformazione del mercato delle materie prime che sta avvenendo. Stiamo anche affrontando grossi investimenti per ammodernare l'impianto produttivo, con conseguente formazione del personale coinvolto, nell'ottica di rispondere meglio alle nuove sfide del mercato. Abbiamo inoltre recentemente acquisito un paio di distributori su nuovi mercati e il 2021-22 vedrà i probabili frutti di queste collaborazioni. Migliorare il servizio, quindi, con l'obiettivo di tornare a soddisfare puntualmente il mercato: la grande sfida è sicuramente quella di condividere con i nostri clienti pianificazione di largo respiro, dato che il prodotto ha dimostrato di resistere anche in tempo di pandemia. Amplieremo infine la collezione di prodotti destinati al mercato Ho.Re.Ca., che tanto ha sofferto nel biennio Covid».



Le materie prime utilizzate sono prevalentemente riciclabili o riciclate

## Qual è il mercato su cui punterete maggiormente nei prossimi due anni?

«Sicuramente l'Italia ha parecchio potenziale ed è pur sempre il nostro mercato d'origine. Anche i nostri distributori storici europei meritano attenzione e impegno. Compatibilmente con gli spazi che riusciremo a riservare, cercheremo di crescere nei mercati di recente approccio quali Stati Uniti, Corea, Nord Africa e Giappone».

**La pandemia ha decisamente spinto a riscoprire e rivalutare gli spazi domestici: giardini, balconi e terrazzi sono diventati zone preziose delle nostre abitazioni. I prodotti Fiam nascono proprio per soddisfare questa esigenza**