

SINTESI D'IDENTITÀ

È senz'altro un incontro riuscito quello tra il gruppo Novellini e il designer Marco Pellici, un equilibrio raggiunto tra creatività e rispetto dell'identità aziendale, con l'intento di guidare il marchio verso una sintesi che interessi l'intero catalogo del gruppo, per parlare un linguaggio di respiro globale.

di **Cristina Mandrini** e **Claudia Marfella**



“Il designer deve entrare nel DNA dell'azienda e guidarla in un percorso evolutivo, consapevole che al mercato vada proposta una sintesi di linguaggi”.

Marco Novellini, Amministratore Delegato di Novellini Group Spa



Oltre a coinvolgere periodicamente diversi designer per l'ideazione di specifici progetti, il gruppo Novellini ha iniziato 5 anni fa una collaborazione continuativa e programmatica con Marco Pellici, giovane progettista che con entusiasmo ha accettato la sfida, percependo questo percorso con l'azienda come una concreta opportunità di crescita comune. Convinto che il design sia un'arte fatta da persone per le persone, Marco Pellici si è trovato in linea con la visione di Novellini, azienda impegnata sul territorio con i suoi siti industriali in grado di accogliere centinaia di lavoratori ma presente anche attraverso numerose iniziative culturali che dimostrano un'idea d'impresa responsabile anche sul piano sociale. Basti pensare alle giornate di Open Day, con l'apertura dell'azienda al pubblico, alle sinergie create con enti o istituzioni locali e alla Borsa di Studio intitolata a Gianfranco Novellini, destinata ai giovani laureati in architettura e design, invitati a produr-



Marco Pellici, designer



re un progetto di Arredo Bagno, per poi partecipare a uno stage presso l'azienda.

COERENZA PER LA STANZA DA BAGNO

Quando nel 2014 è avvenuto l'incontro tra il designer e il gruppo, Novellini stava iniziando a guardare al bagno come a un ambiente coordinato, accessibile a diverse categorie di consumatori e adattabile a tutte le tasche. Con una formazione come industrial design che lo ha portato, attraverso una progettazione allargata, al prodotto e agli interni, Marco Pellici ha trovato nella collaborazione con Novellini, una piena realizzazione della propria identità di progettista. Per comprendere esigenze commerciali, target, internazionalizzazione, era necessaria un'interazione tra il progettista e tutte le funzioni aziendali: ricerca e sviluppo, produzione, area commerciale, marketing. Pellici così ha iniziato periodicamente a prendere parte alle riunioni

“La sfida di un designer del settore non è solo quella di disegnare, ma quella di approdare a un ambiente omogeneo, considerando le diverse competenze necessarie: l'artigianalità per costruire un mobile e le tecnologie dei prodotti più sofisticati”.



delle varie divisioni, osservare processi industriali e verificare direttamente le esigenze del gruppo, sviluppando un senso di appartenenza e proponendo le proprie idee, solo dopo aver compreso a fondo le esigenze di Novellini. Allargando lo sguardo verso nuovi target, Marco Pellici si è occupato in particolare della linea Young Plus, box doccia in vetro temprato, dalle linee essenziali che garantiscono il massimo dell'affidabilità, per soddisfare le esigenze delle generazioni di consumatori più giovani. "Il catalogo Novellini offre per tutti il prodotto adatto, anche per chi ha una ridotta capacità di spesa, senza condizionare la qualità dei prodotti - ha puntualizzato Marco Pellici. - Partecipando alla vita dell'azienda e conoscendo le esigenze delle varie divisioni, sono riuscito a colmare le eventuali necessità del catalogo, coordinando allo spazio doccia, gli arredi e gli accessori. La sfida, quindi, non è solo quella di disegnare, ma quella di approdare a un ambiente omogeneo, considerando le diverse competenze necessarie: l'artigianalità per costruire un mobile e le tecnologie dei prodotti più sofisticati". In questi anni di collaborazione con Novellini, l'obiettivo di Pellici è stato quindi anche quello di trasformare la percezione del bagno, contestualizzando i singoli elementi in uno spazio funzionale, destinato a un mercato che deve innanzitutto essere in grado di comprendere e recepire le proposte dell'azienda.

UN PERCORSO COMUNE CHE GUARDI AL FUTURO

Marco Novellini, Amministratore Delegato di Novellini Group Spa, ritiene che il disegno industriale sia una linfa vitale per l'azienda, parte centrale di un progetto a lun-

go termine che guardi all'immediato futuro, per coniugare elementi legati a forma, funzionalità e finiture, queste ultime sempre più importanti, soprattutto nel bagno. "Il designer deve entrare nel DNA dell'azienda e guidarla in un percorso evolutivo, consapevole che al mercato vada proposta una sintesi di linguaggi - ha chiarito Marco Novellini. - Marco Pellici ha saputo comprendere le nostre esigenze e seguire l'espansione internazionale del nostro gruppo, dimostrando una grande capacità di adattarsi, pur mantenendo intatta la propria identità". Elementi e oggetti che parlino un linguaggio il più possibile universale e che possano incontrare il gusto di società diverse, per rispondere alla costante internazionalizzazione del gruppo: questo, secondo l'azienda, è il compito di un designer. Non a caso, Marco Novellini ritiene che sia indispensabile conoscere le esigenze del mercato al quale ci si rivolge, identificando quegli elementi chiave che sintetizzano le necessità di collettività culturalmente differenti, arrivando a identificare quelle matrici comuni che possano fare da base per la progettazione. "Per realizzare un nuovo prodotto, è importante che il designer comprenda dove l'azienda intende arrivare - ha proseguito Marco Novellini. - La nostra visione nel medio termine si basa su una prospettiva quinquennale, una progettualità che contribuisca a realizzare gli obiettivi prefissati". Nei 5 anni appena passati, Novellini ha consolidato la propria presenza in alcuni mercati esteri, intervenendo sul canale distributivo nei mercati consolidati come Italia, Francia e Benelux e raggiungendo ottimi risultati anche altrove, come nel Regno Unito, dove l'azienda è distribuita da una rete di showroom trendsetter.