

l'esperienza fisica dei prodotti, di campioni tessili e materiali con quella virtuale. E, mentre alcuni brand del Gruppo quali Flos e Louis Poulsen sono già attivi con i propri e-commerce, da febbraio 2022 anche B&B Italia ha avviato il proprio, partendo dal mercato statunitense.

Con un +3% rispetto al 2019, gli Stati Uniti rappresentano circa il 20% del fatturato export di Italian Design Brands (IDB), il polo a cui fanno riferimento diversi marchi del design italiano. La presenza del Gruppo nell'intero continente nordamericano è anche coadiuvata da punti di presidio diretto: le tre filiali di Axolight, Modar e Flexalighting, quest'ultima anche con uno stabilimento produttivo. Meridiani è presente a Miami con uno store monomarca, l'unico del Gruppo negli Usa. "L'incremento", spiega Giorgio

scarsa reperibilità di mobili e oggettistica di design nelle zone lontane dai grandi centri abitati".

Il Nord America rappresenta circa il 10% del fatturato Pedrali. Un dato in crescita perché, secondo Monica Pedrali, ceo di Pedrali, "gli americani riconoscono il valore del made in Italy e la qualità dei suoi arredi. E quindi aziende come la nostra, con la produzione 100% italiana, rispondono pienamente alle loro aspettative. Sono poi cresciuti l'interesse e la domanda di arredi per outdoor, mondo che Pedrali conosce bene, affondandovi le radici dagli inizi degli anni Sessanta. Per ambienti outdoor, come i roof-garden degli hotel o le aree comuni dei grandi uffici, gli americani stanno sostenendo investimenti ad hoc per arredi di qualità e



Gobbi, managing director di Italian Design Brands, "è stato accompagnato dalla tendenza a 'fuggire' dai grandi centri abitati, che ha significato per molti o l'acquisto di nuovi spazi o il ritorno alle seconde case, con la necessità di provvedere alla riorganizzazione degli ambienti. Inoltre, dal momento che in molti Stati americani i provvedimenti di chiusura non sono stati molto prolungati, non abbiamo assistito a un vero e proprio fermo dei cantieri, i quali hanno così contribuito alla crescita del peso percentuale del fatturato statunitense delle nostre aziende. Dopo l'inaugurazione a inizio 2020 di una prima filiale in Cina e nel 2021 di una nuova sede a Londra, vogliamo aprire una sede IDB negli Stati Uniti, a supporto di tutti i brand in questo importante mercato. A livello di vendita online, alcuni nostri marchi come Axolight contano su una presenza in crescita nelle piattaforme e-commerce americane. L'online è uno strumento di importante penetrazione nel mercato Usa (tasso del 13%, secondo uno studio di Pambianco del 2019), che dipende dalla vastità di quel mercato e dalla

durevoli, facili da sanificare e mantenere. Nel 2021 abbiamo inaugurato uno showroom a Chicago all'interno del The Merchandise Mart. Non abbiamo aperto un canale di vendita e-commerce, scegliendo di affidarci alla nostra rete vendita, perché crediamo che il prodotto debba essere promosso da professionisti preparati. Vendiamo negli Usa da oltre 40 anni attraverso una rete capillare di distributori che già sono multichannel". Conta sui punti vendita fisici anche Scavolini: sono dislocati strategicamente in molteplici aree degli Stati Uniti, tra cui Las Vegas, Chicago, Houston, Miami, Los Angeles e la Scavolini Soho Gallery a New York, a oggi il più grande showroom di cucine di Manhattan. "Il processo di sviluppo", spiega Fabiana Scavolini, ceo dell'azienda, "è legato in primo luogo al segmento residenziale: l'esperienza vissuta negli ultimi due anni ha imposto un cambio di paradigma nel modo di concepire e vivere la casa, generando un maggiore interesse verso ambienti più funzionali e che si trasformano per adattarsi ad attività

Da sinistra: la lampada a sospensione Moon di **Davide Groppi** (marchio di Italian Design Brands) e la poltrona Ila, design Patrick Jouin per **Pedrali** (foto Andrea Garuti), tra i best seller delle due aziende sul mercato americano, una composizione della cucina Mia by Carlo Cracco di **Scavolini**