

PRIMO PIANO

I PRIMI 20 ANNI DI ARBLU

Dalle cabine doccia al bagno 'total look', termoarredo inclusi. Le tappe di un percorso contrassegnato da una crescita costante, sia in termini di fatturato che di prodotto. E oggi? L'azienda ha le idee chiare e veleggia con il timone ben orientato verso nuovi obiettivi.

text by **Cristina Mandrini**
e **Alba Feruli**



Il giorno 15 ottobre presso la sua sede di Fontanafredda (PN), Arblu ha festeggiato i 20 anni dell'azienda insieme a dipendenti e collaboratori.

Giuseppe Presotto, titolare di Arblu, racconta in questa intervista le principali tappe dello sviluppo e del successo dell'azienda che gestisce insieme al padre Pier Giorgio e ai fratelli Diada e Giovanni. Piano piano, mattone su mattone, migliorando, ampliando e facendo tesoro degli inevitabili errori, che comunque sono parte di una storia tutta in positivo. Negli anni, le proposte di Arblu hanno raggiunto una cifra stilistica matura, un'identità precisa, moderna ed elegante. "Cerchiamo di esprimere un life-style sobrio e di vera utilità - afferma Presotto - perché ci piacciono i prodotti belli, funzionali e ben funzionanti."

Arblu è giunta quest'anno al suo ventesimo compleanno. Come lo ha festeggiato?

"Abbiamo organizzato una festa con i nostri collaboratori e i loro famigliari, insieme anche ad agenti, fornitori e alcuni dei più affezionati clienti. Siamo consapevoli di es-

sere riusciti nella difficile impresa di una continua crescita, soprattutto e nonostante gli ultimi lunghi anni di crisi. Questa festa è stata anche l'occasione per inaugurare il nuovo showroom aziendale."

Qual è stato il trend di crescita di Arblu negli ultimi anni, quali le tappe più importanti della sua storia?

"Partiamo dicendo che solo negli ultimi cinque anni il fatturato è raddoppiato. Abbiamo raccolto il risultato di un lavoro e di un processo che ha visto crescere costantemente l'azienda, in funzione di un progetto molto preciso. La prima tappa di questo percorso risale a dieci anni fa, quando mio padre ha deciso di concentrare, intuendo che il mondo delle docce potesse rappresentare un buon business, sforzi e famiglia.

Da quel momento siamo cresciuti, soprattutto attraverso la continua realizzazione di nuovi modelli di cabine doccia, che era e resta il nostro core business. Poi, al

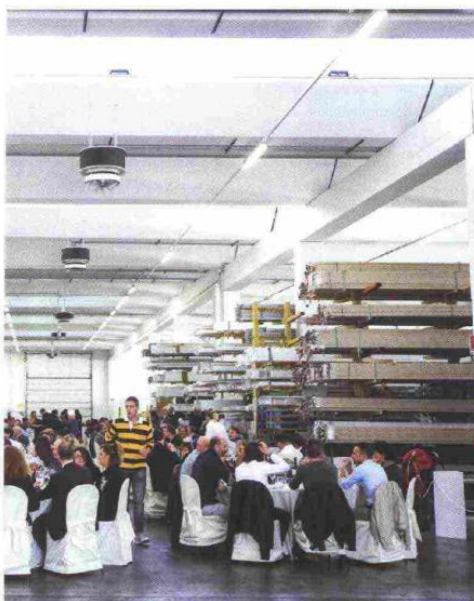
LA CRESCITA IN NUMERI

Arblu ha 90 dipendenti e nel 2016 supererà i 25 milioni di euro di fatturato, per l'80% realizzato in Italia, con un trend di crescita del 100% negli ultimi cinque anni. Lo stabilimento si estende su una superficie coperta di 17.000 mq su 30.000 mq complessivi. Circa 1500 mq sono dedicati ad uffici, mentre il nuovo showroom occupa 500 mq.



Salone del Bagno del 2012 abbiamo presentato i piatti doccia, un comparto che è cresciuto bene nel tempo, a seguire abbiamo lanciato i pannelli di rivestimento a parete per l'area doccia e nel 2014 le nuove linee di mobili per il bagno. Al Cersaie, quest'anno, ci siamo proposti ai nostri clienti e al consumatore finale con nuove soluzio-

tendiamo mantenere la leadership nel comparto delle cabine doccia, consolidare il mercato dei piatti, dove oramai siamo presenti in maniera piuttosto importante e, nel contempo, accrescere in modo organico l'area mobili da bagno che da un paio d'anni abbiamo iniziato a sviluppare. E per i 20 anni di attività ci siamo anche



In occasione dei festeggiamenti per il suo 20esimo anniversario, Arblu ha inaugurato il nuovo showroom aziendale: circa 500 mq in cui sono esposte le nuove collezioni 2016. Nella foto in fratelli Presotto, titolari dell'azienda, al taglio del nastro.

ni, e la possibilità di creare un bagno total-look, con tutti gli elementi della nostra produzione coordinati tra loro per texture e colori. La nuova proposta include anche i termoarredo, texturizzati nelle stesse finiture del piatto doccia e del top del mobile."

Per i 20 anni vi siete regalati un nuovo showroom aziendale.

Quale obiettivo sta alla base del progetto?

"L'intento è quello di fare percepire subito che siamo in grado di offrire un bagno completo e stilisticamente coordinato, ponendo comunque in primo piano la qualità delle nostre cabine doccia che restano il fulcro dell'attività industriale di Arblu."

Quali sono i vostri progetti futuri e che tipo di percorso avete già pianificato?

"Abbiamo le idee piuttosto chiare. Nei prossimi anni in-

regalati una start-up con buone potenzialità nel mondo dei termoarredi.

Per quanto riguarda i mercati, vorremo riuscire a ottenere una maggiore penetrazione nei Paesi esteri. Oggi il peso dell'export è del 20%, nei prossimi anni 4-5 anni vogliamo arrivare al 50%-60%.

Può definire in sole tre parole il valore di Arblu, attuale e futuro?

"Dovendo sintetizzare, il primo valore è senz'altro la serietà, insieme alla puntualità e al servizio ai nostri clienti. Questi sono i tre valori più importanti per noi."

E il valore in relazione a collaboratori e dipendenti?

"Sono le persone che fanno l'azienda. Devono avere passione per il proprio mestiere, metterci impegno e, soprattutto, condividere pienamente gli stessi obiettivi."