



INTERNET SENZA LIMITI

SOLO ONLINE

per i nuovi clienti 38,21€ 22,90€/mese


[HOME](#) [IMPRESE](#) [MANAGEMENT](#) [FINANZIAMENTI](#) [MERCATI & FIERE](#)
 ISCRIVITI ALLE NEWSLETTER

Ricerca nel sito



## Festa di compleanno al Salone del mobile: 90 candeline per Mantellassi

di Valentina Sorci - 12 aprile 2016



Ha compiuto 90 anni l'8 aprile 2016. Da 55 anni la [Mantellassi 1926](#) è una presenza costante al Salone internazionale del mobile, che dal 12 al 17 aprile 2016 animerà il polo di Fiera Milano-Rho

Ha compiuto **90 anni l'8 aprile 2016**. Da **55 anni**, cioè dalla sua prima edizione, è una **presenza costante al salone internazionale del mobile**, che dal 12 al 17 aprile 2016 animerà il polo di Fiera Milano-Rho. Senza storia non c'è identità: lo sa bene la [Mantellassi 1926](#), azienda toscana che nel corso degli anni si è evoluta passando dalla produzione di divani e poltrone imbottiti ad arredamenti su misura per tutti gli ambienti. Oggi alla guida dell'azienda, in provincia di Pistoia, ci sono **Nicola Remo Mantellassi, quarta generazione, assieme alla moglie Roberta**. È già in arrivo in azienda anche la quinta generazione: i coniugi [Mantellassi](#), difatti, sono affiancati dai figli, i gemelli Giulio e Marco di 26 anni, che contribuiscono ad arricchire l'offerta con proposte nuove e all'avanguardia. Lusso ed eleganza, ricercatezza e attenzione al dettaglio, sinonimi del Made in Italy che è apprezzato da clienti sparsi in ogni angolo del globo, dall'Arabia Saudita alla Russia, dal Nord Europa a Pechino. **Roberta Mantellassi**, ad dell'azienda, ha spiegato a *BiMag* i segreti del successo del saper fare italiano.

90 candeline per la [Mantellassi 1926](#). Com'è nata l'azienda?

	BIMAG	TV
Garrone al Salone del mobile: l'inno allo stile classico		
Ecco il primo frigo di Dolce&Gabbana: Smeg decorato ad arte		
Dopo Wikipedia Tribeca premia Rockin'1000, evento virale del 2015		

BIMAG	SOCIAL	in	f	Twitter
-------	--------	----	---	---------

By WHOSWHO	BIMAG	CARRIERE
------------	-------	----------

«Era l'8 aprile 1926 quando il tappezziere Macario **Mantellassi**, insieme al figlio Remo e alla moglie Elisa, fondò a Quarrata, la città del mobile in provincia di Pistoia, una piccola falegnameria. Nel giro di pochi anni iniziarono a essere prodotti i primi divani e le prime poltrone, fino a quando, sul finire degli anni Trenta, quella che era una piccola falegnameria era già diventata una tappezzeria di successo».

**Oggi siamo già alla quarta generazione in azienda. E la quinta è in arrivo.**



La famiglia **Mantellassi**: Roberto, Nicola Remo con i figli Marco e Giulio

«Decennio dopo decennio, le nuove leve hanno proseguito nel cammino aziendale, orgoglio di una famiglia che prosegue unita per uno scopo comune. Negli ultimi 20 anni, poi, l'azienda ha iniziato anche a esportare nel mondo. Oggi con mio marito Nicola Remo **Mantellassi** lavoriamo insieme a un gruppo di collaboratori costruito per acquisire competenze sempre più alte in un mondo che non riguarda più solo divani e poltrone, ma collezioni che comprendono arredi total look. E alla **Mantellassi** 1926 è già **in arrivo la quinta generazione**: i nostri figli ci affiancano nel lavoro, portando nuove idee e proposte».

**La tradizione del passato continua nella modernità del design. A cosa vi ispirate per le vostre creazioni?**

«Sono due le anime portanti di **Mantellassi** 1926, all'interno delle quali prendono vita tutte le collezioni: **Donna Mantellassi e Casa Gioiello**. La prima è più classica e decorativa, un po' più Neo Baroque, la seconda più fresca e misurata, ispirata allo spirito Decor Glamour. Entrambe sono libere interpretazioni di stili, che non intendono essere coerenti ma estremamente empatiche e fortemente riconoscibili. A queste linee si affianca la capostipite **Upholstery**, l'antologia dell'imbottito per eccellenza, vocazione storica della nostra azienda».



Da 55 anni la **Mantellassi** 1926 è una presenza costante al salone internazionale del mobile

**L'artigianalità italiana si unisce, dunque, al lusso e all'eleganza.**



La produzione è affidata all'artigianalità toscana

«Per le nostre collezioni utilizziamo unicamente pelli pregiate, tessuti e broccati ricercati, legni nobili con intagli, intarsi, marmi rari, vetri colorati, cristalli extra chiari, metalli eccellenti come oro e argento e finiture fiorentine. Il tutto è mixato in una tendenza interpretativa che ricerca la preziosità. Fondere insieme tutti i materiali è parte integrante del nostro puro massimalismo, che non a caso si avvale di un laboratorio specifico all'interno del nostro ufficio ricerca e sviluppo».

**Autodromo Monza, Dell'Orto rimane presidente Sias**



Andrea Dell'Orto resta presidente dell'Autodromo...

**Toremar, Matteo Savelli nuovo amministratore delegato**



Matteo Savelli è il nuovo...

**Carmelo Papa nuovo ad di Stm...**



Il Consiglio di amministrazione di...

BIMAG

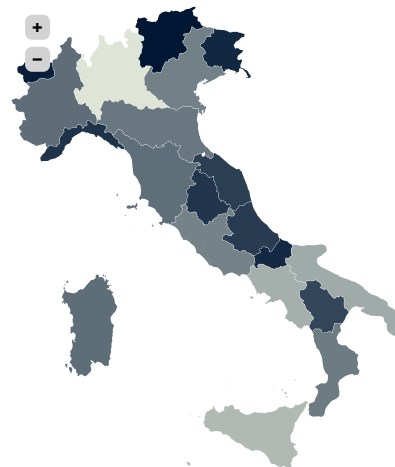
OSSERVATORIO

#tagliante #startup  
#report  
#m5s #biennalecsc  
#confindustria  
#guidi #renzi #contratti  
#imprenditorigeni

I Trend delle Imprese su Twitter a cura di Datalytics

BIMAG

BANDI PUBBLICI



### Quali sono i segreti imprenditoriali per gestire un'azienda storica come la vostra?

«Affidiamo la produzione ad autentici maestri dell'antica scuola toscana: fonditori, decoratori, cesellatori, esperti ebanisti, abili artigiani del ferro battuto e dell'arte dell'illuminazione. Mani esperte che realizzano ogni singolo pezzo con professionalità e cura di ogni minimo dettaglio, come solo i veri artigiani sanno fare. Ogni pezzo di arredamento **Mantellassi 1926** è sinonimo di quell'arredamento in stile tipico del Made in Italy. Il segreto della nostra azienda sta, dunque, nella continua dialettica fra artigianalità e industria, tra lavorazione manifatturiera e arredamento di lusso».



*Tradizione e innovazione per il Made in Italy che conquista il mondo*

### 55 anni di presenza costante al salone internazionale del mobile a Fiera Milano-Rho.

#### Quali le novità per il 2016?

«Presenteremo in anteprima la nuova collezione **Cosmopolitan**, un vintage esasperato che si percepisce già all'esterno dello spazio espositivo nell'effetto legno bruciato con striature dorate. È uno stile provocatorio, un mix di motivi contrapposti fra imbottiti e complementi d'arredo dal gusto intenzionalmente usurato e mobili dalle superfici sparkling tipiche degli anni Quaranta e Cinquanta, reinterpretati con spirito Decò e impiallaccature preziose. La collezione è stata pensata per rivolgersi in modo specifico ai mercati Usa ed europei».

### Quali sono i numeri della vostra azienda in termini di fatturato e dipendenti?

«Il 2015 ha registrato un fatturato intorno ai 4,5 milioni, più del 30% sul 2014 e quasi +3,5% del secondo semestre sul primo. Inoltre c'è stata anche l'assunzione di 12 nuove persone. In tutto oggi in azienda siamo 50 persone».

### Ci sono stati momenti difficili? Quali sono le future strategie d'impresa della vostra azienda?



«Gli anni 2007 e 2008 sono stati particolarmente duri: in quel periodo avevamo comprato lo stabilimento di Gello, in provincia di Pistoia, ex sede della Permaflex. Volevamo spostare la nostra sede in uno spazio di 18mila metri quadrati. Abbiamo avuto un momento di destabilizzazione perché le banche avevano cambiato le loro regole, ma lo abbiamo subito superato grazie anche all'appoggio costante dei nostri collaboratori, che hanno lottato con noi per portare avanti la produzione. Ora l'azienda si auto finanzia. Per quanto riguarda i progetti

futuri dell'azienda ci sono sicuramente i lavori di ristrutturazione della nostra sede con un progetto totalmente nuovo. Con la ripresa dei mercati puntiamo anche alle riaperture delle filiali negli Usa e nel nord Europa».

### L'azienda si è affermata come brand internazionale. Quali le prossime prospettive dal mercato Usa?

BIMAG LETTURA

MARZO 2016



«Gli uomini che fanno le imprese. Negli ultimi anni abbiamo assistito a una sorta di duello, da un lato il mondo dell'impresa e dall'altro della finanza.»

GRATIS PER TE

SFOGLIA LA RIVISTA ONLINE



Raggiungi  
**6 milioni di profili B2B taliani**  
grazie alla  
potenza della  
tecnologia RTB

Lead your business





La **Mantellassi 1926** ha da poco compiuto 90 anni di storia

«Le prospettive del mercato statunitense sono decisamente allettanti. Crediamo molto in questa realtà con la quale abbiamo avuto una grande storia fino al fatidico 2001. Eravamo una delle aziende che lavoravano in maniera quasi esclusiva per questo mercato. Vantiamo, quindi, una grande storia che ancora oggi ci fa ricercare dai nostri clienti, vecchi e potenziali, che possono tornare ad acquistare nel nostro Paese in virtù della moneta più favorevole. Di recente, i nostri contatti si sono moltiplicati, specialmente negli ultimi mesi. Non a caso, mio marito Nicola e nostro figlio Giulio partiranno a breve per una missione nel

mercato statunitense, al fine di concretizzare progetti importanti».

#### Come viene modulata l'offerta commerciale per la committenza estera?

«Certamente esistono differenze sostanziali fra mercato e mercato: alcuni guardano maggiormente al gusto stilistico piuttosto che al comfort. Negli anni abbiamo sviluppato un'esperienza collaudata; conosciamo molto bene la nostra clientela estera. Basando il nostro modo di essere e i nostri stili soprattutto sulla personalizzazione del prodotto riusciamo da sempre a soddisfare le esigenze più diverse».

#### Quali consigli darebbe agli imprenditori che vogliono creare un business all'estero?



Un brand internazionale sinonimo del Made in Italy nel mondo

«Abbiamo creduto nelle scelte difficili, che sono quelle che consentono lo sviluppo e la personalità. Abbiamo anche creduto nel senso di appartenenza al nostro territorio, ricco di grande artigianalità e abilità. Questo ci ha reso unici nel nostro genere: non ci siamo mai accontentati della banalità. Quindi mi sento di consigliare a coloro che vogliono creare un business all'estero di credere fino in fondo nel proprio progetto. Portando avanti il concetto di perfezione e qualità è possibile dare vita a quel Made in Italy che piace al mondo».

@82valentinas

