

PICCOLE GRANDI IMPRESE

# Brevetti, export e territorio: così vince Natisa

DA CONTOTERZISTI A PRODUTTORI CON UN MARCHIO PROPRIO. LA STORIA DI QUESTA IMPRESA SI SVOLGE NEL CELEBRE "TRIANGOLO DELLA SEDIA", IN PROVINCIA DI UDINE. SEMILAVORATI E COMPETENZE RIGOROSAMENTE LOCALI, STRATEGIA E SGUARDO RIVOLTI ALL'ESTERO. PARLA IL CO-FONDATORE **MAURO BUSOLINI**

Natisa è un'azienda in forte crescita: chiude il 2021 con un fatturato aumentato di oltre il 20% rispetto all'anno 2020, pari a 6,3 milioni, con un obiettivo di otto milioni da raggiungere nel 2025. I 33 dipendenti lavorano su una superficie di 7mila metri quadrati a Moimacco, nei pressi di Cividale del Friuli, patrimonio dell'Unesco nonché zona simbolo del "triangolo della sedia". Le forti radici nel territorio del Triveneto non gli impediscono di esportare il bello e ben fatto in oltre 50 paesi nel mondo. Mauro Busolini, imprenditore e fondatore, ci racconta i traguardi raggiunti e il futuro di Natisa.

## Ci racconti la storia di Natisa.

L'azienda nasce nel 2011 da un'idea mia e del mio socio Roberto Iacuzzi, forti della grande esperienza acquisita sul territorio con Legnotecnica dal 1994. Fino al 2017 l'attività prevalente è una produzione per conto terzi, che fa dell'azienda una delle più grandi in Europa per la produzione di tavoli. Poi siamo stati obbligati alla svolta: produrre a marchio Natisa e sviluppare una nostra rete di vendita, attraverso negozi di fascia alta, e ampliando la produzione ad altri complementi di arredo come sedie, sgabelli, madie. Questa scelta ci ha dato ragione. Il nostro fatturato è in crescita del 20% sull'anno precedente e il budget 2022-2025 ci porterà sicuramente a raggiungere gli otto milioni.



Mauro Busolini

## Come rappresentate il settore del "bello e ben fatto" made in Italy?

Abbiamo sempre lavorato sodo per sviluppare nuove linee di prodotto anche brevettate. Ma la cosa più importante è che le nostre lavorazioni utilizzano semilavorati acquistati interamente nel Triveneto e vengono seguite dettagliatamente in azienda. Nessuno dei prodotti della gamma contiene semilavorati importati; tutti i nostri fornitori sono locali e tutto viene costruito nella nostra sede a Moimacco. Anche i collaboratori del territorio sono frutto di un rapporto consolidato nel tempo e possono offrire altissima manualità e competenze. Il territorio per noi rappresenta la priorità: la valorizzazione del marchio significa la



valorizzazione del territorio. Abbiamo voluto seguire e valorizzare questa vocazione anche nella scelta del nome, Natisa, che deriva dal fiume friulano Natisone. Operiamo nel "triangolo della sedia", che ha una forte vocazione manifatturiera e rappresenta il saper fare riconosciuto a livello mondiale. Adesso siamo presenti in circa 50 paesi attraverso rivenditori a marchio Natisa.

#### **Quanto esportate e quali strumenti avete utilizzato?**

Il 92% del nostro fatturato deriva dall'export, l'8% è rappresentato dal mercato domestico. Entro il 2025 vorremo sviluppare e consolidare la nostra presenza nei mercati asiatici, americani e africani.

Questo è stato possibile grazie alla partecipazione al Salone del Mobile di Milano, ma soprattutto grazie a un percorso intrapreso con Federlegno e i vertici del Salone, per essere collocati dal padiglione 18 al padiglione 12, dedicato al design. Il nostro obiettivo era quello di essere riconosciuti come azienda di design e non semplice arredo: è stato un riconoscimento importante per quanto abbiamo costruito negli anni. Partecipiamo a fiere europee come Colonia, Parigi e presto saremo anche a quella di High Point, in North Carolina. Proprio negli Stati Uniti, grazie al supporto di Simest, abbiamo trovato un partner locale e aperto uno showroom.

Anche a Moimacco abbiamo fatto la scelta, in controtendenza, di aprire un grande showroom dove poter esporre tutti i prodotti e dove stiamo invitando delegazioni internazionali con eventi mirati. Far vedere ai clienti la qualità e fare relazioni ci restituisce buoni risultati di vendita.

#### **Innovazione e design sono il cuore dell'azienda. Ce ne parla?**

Sono state la ricerca e l'innovazione sul prodotto che ci hanno permesso di ottenere tre brevetti europei e depositare almeno cento modelli ornamentali, nonché realizzare un prodotto di altissima qualità e unico al mondo. Due dei brevetti sono attualmente usati nelle nostre produzioni e hanno facilitato la rapida conversione da azienda che produceva conto terzi ad azienda esportatrice di successo.

La filosofia di Natisa è offrire la migliore qualità e servizio possibile per il mercato e fa sì che anche i brevetti depositati rappresentino un valore che si traduce materialmente attraverso la qualità; i brevetti sono la testimonianza del nostro saper fare locale. Sulla nostra collezione Wave ne vengono applicati ben due, ornamentale e industriale, per la realizzazione di un prodotto manufatto unico al mondo che ci sta dando grande soddisfazione.

Inoltre, nel 2005 il nostro studio sulle microfessurazioni del legno (per il risparmio sulla materia prima con la valutazione degli scarti a inizio lavorazione) è stato premiato fra i dieci migliori progetti dell'Area Science Park di Trieste.

#### **Che attività svolge Natisa per l'ambiente e per il sociale?**

Ci piace distinguerci per attività di tutela ambientale e sociale che si muovono parallelamente al prodotto essendone complementari. Riteniamo che gli aspetti della

responsabilità ambientale e sociale siano eticamente importanti e parte dell'anima Natisa. Per questo, ad esempio, oltre alla verniciatura ad acqua, che ha un basso impatto ambientale, e la tinteggiatura a mano, usiamo materiali di recupero. Alcuni dei nostri tavoli sono costruiti con le travi di recupero, alcune di esse sono travi secolari. In Africa supportiamo un progetto di riforestazione che contribuisce alla piantumazione di alberi in Tanzania. L'Africa ci ha ispirato la realizzazione di nuovi tessuti per rivestimenti dal design unico. Tutte queste attività sono per noi un valore aggiunto sull'unicità del prodotto.



### Quali effetti state subendo dai rincari delle materie prime?

Ci sono grandi rischi. Dallo scorso luglio siamo preoccupati perché l'incidenza dei costi delle materie prime rappresenta una criticità che non possiamo interamente riversare sul listino prezzi. Il metallo ha costi straordinari, così come quelli di legno e derivati del legno non sono più accettabili. Stiamo cercando di fronteggiare la situazione facendo accordi con i fornitori, anche se alla lunga il rincaro non sarà sostenibile. Rispetto al 2019, nel 2022 avremo un rincaro delle merci, a parità di volumi, almeno del 14,5%. A questo si aggiunge il costo dell'energia che per noi è raddoppiato.

Nel 2021 hanno chiuso la loro attività 11 artigiani nostri fornitori a causa dei rincari: per noi è un dramma perché erano parte della nostra catena di fornitura a cui avevamo trasferito brevetti per fornire materia prima di qualità. Abbiamo in tal senso deciso di costruire un impianto fotovoltaico che ci consentirà di ridurre le spese, oltre alle emissioni.



CLIO GIUSTI