



# HORM: RICERCA E UNICITÀ

DI ELISABETTA  
COLOMBO

**HORM È UN REALTÀ DINAMICA NEL  
SETTORE DEL MOBILE ITALIANO.**

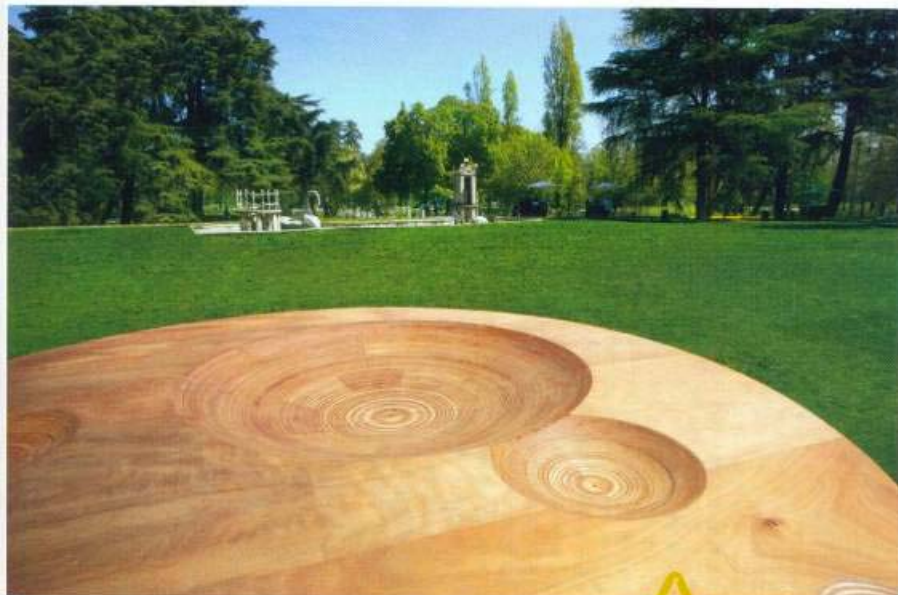
**UN FATTURATO IN COSTANTE CRESCITA  
(+18%), UN EXPORT IN OTTIMA SALUTE  
(62%, DI CUI 40% SOLO PER IL MERCATO  
USA) E UN ALLARGAMENTO CONSISTENTE  
DELLA SUPERFICIE COPERTA**

**PRODUTTIVA: IN POCO MENO DI 20 ANNI,  
LA SEDE SI È SVILUPPATA FINO AI  
6.000 MQ ATTUALI, E LA PREVISIONE È DI  
ARRIVARE A 10 MILA MQ ENTRO IL 2010.**

**F**ondata nel 1989 da quattro soci, l'azienda friulana si impone da subito come una realtà anticonformista, non inquadrabile in schemi omologati. Negli anni, perfeziona le tecniche di lavorazione del legno, puntando principalmente sulla "unicità" dei prodotti, e mette a registro una forte crescita economica, che impone, nel 1995, due cambiamenti sostanziali. Il primo è l'espansione della sede produttiva: dai 200 mq originari, passa dapprima a coprirne 1.400 e poi 6.000. Il secondo riguarda il riassetto societario: dei quattro soci fondatori ne rimangono due, Luciano Marson e Paolo Chiarot, rispettivamente nei ruoli di art director e direttore commerciale.

Il 1998 è l'anno delle conferme e delle consacrazioni, con l'assegnazione del Compasso d'Oro per la grafica delle Istruzioni di montaggio e le due menzioni speciali per il tavolo Wow! di Grafite Design e per il packaging del tavolino Take. Riconoscimenti che aprono la porta a una lunga serie di collaborazioni con le grandi firme dell'architettura internazionale: da Alvaro Siza a Toyo Ito, da Mario Botta a Mario Bellini, da Toshiyuki Kita a Steven Holl.

Dall'inizio di quest'anno, l'azienda sta attuando una



NELLA PAGINA ACCANTO:  
LIBRERIA/SCULTURA DISEGNATA DA  
TOYO ITO IN ONORE A UNA DELLE SUE  
PIÙ GRANDI OPERE ARCHITETTONICHE:  
LA MEDIATECA DI SENDAI.

IN QUESTA PAGINA:  
A SINISTRA, INSTALLAZIONE  
PERMANENTE REALIZZATA  
PER LA TRIENNALE DI MILANO.

SOTTO: DETTAGLIO DELLA TESTIERA  
DI SOTTILETTO CON "INTERVENTO"  
FOTOGRAFICO D'AMBIENTE: UNO  
STUDIO REALIZZATO PER LA GRAFICA  
DEL NUOVO CATALOGO HORM IN  
PREPARAZIONE. CIGNI, CERBIATTI E  
VEGETAZIONE TROPICALE  
INVADERANNO GLI AMBIENTI  
"CASALINGHI".

sostanziale riorganizzazione  
interna. Il numero degli  
addetti è diminuito,  
passando da 43 a 38, mentre  
il fatturato è già aumentato  
del 18%. La ristrutturazione è



stata resa possibile da un'operazione di  
rinnovamento attuata grazie al potenziamento  
della rete dei fornitori locali, con i quali sono stati stretti  
accordi sostanziali. In questo modo Horm è diventata più  
flessibile, quindi più competitiva sul mercato; la proiezione di  
fatturato per il 2007 è di 8 milioni di euro (2 milioni in più  
rispetto al 2006). La formula di questo successo può essere  
rintracciata in un giusto mix di ricerca, sinergie e  
approfondimento dei contenuti estetici e tecnologici. Senza  
tralasciare la tematica ambientale e il forte investimento  
sulle risorse umane, nella convinzione che a fare la  
differenza siano le persone, più che le cose. Difficile  
individuare i concorrenti diretti di Horm, considerando la  
varietà dei pezzi prodotti (letti, sedie, tavoli, armadi, librerie  
etc.) e la raffinatezza delle tecniche di realizzazione. E  
soprattutto nessun timore per le contraffazioni, perché, come  
afferma Luciano Marson "prestiamo una tale cura per il  
dettaglio che a volte ci complichiamo la vita da soli, gli altri...  
si accomodino pure...". Niente di più vero, se si pensa che la  
realizzazione del tavolo Astor coinvolge 9 fornitori, che  
realizzano una trentina di elementi diversi, per forme, misure,  
materiali e finiture. Con un rapporto qualità prezzo  
decisamente competitivo.

### Identikit del cliente Horm

L'acquirente ideale di Horm non è legato a cliché  
tradizionali, è prevalentemente giovane e ha gusti  
contemporanei. A lui è destinata un'ampia fascia di prodotti di  
primo impianto, come il tavolo Wow!, il letto Sottiletto, la serie  
di specchi Ute, Yume e l'appendiabiti Twist, la sedia Cherish,  
la libreria Solaio, i contenitori Alto e Comò...

Una seconda parte della produzione, quella delle edizioni





a tiratura limitata, si rivolge, invece, a una clientela più matura, con un'elevata capacità di spesa: i singoli pezzi possono arrivare a costare anche 10 mila euro.

Alcuni di questi mobili-scultura, tuttavia, hanno riscontrato un tale successo di pubblico che sono passati alla produzione di serie in versioni più semplificate. Un esempio su tutti, la panca Ripples di Toyo Ito, vincitrice del Compasso d'Oro (il secondo per l'azienda) nel 2004. Prodotta inizialmente in edizione limitata perché, commenta Marson, "pensavamo di fare 20 pezzi l'anno", la panca arriva ora a raggiungere quasi 200 esemplari l'anno.

E il destino della produzione seriale si allarga anche ad altre creazioni Horm, in accordo con la politica aziendale che

A SINISTRA: LA SEDE HORM AD AZZANO DECIMO (PD);

SOTTO: IL NUOVO TAVOLO RIDDLED, DESIGN STEVEN HOLL, REALIZZATO IN LEGNO E VETRO SENZA L'UTILIZZO DI CERNIERE METALLICHE.

A DESTRA: MARIO BELLINI CON LA LIBRERIA SUDOKU, DISPONIBILE IN MDF LACCATO OPACO BIANCO E NERO.

WWW.HORM.IT



punta a "democratizzare" il design, per renderlo accessibile a tutti, nel rispetto della qualità.

### E per quanto riguarda la rete distributiva?

Da sempre, la produzione di Horm è destinata per il 40% al mercato italiano e per il 60% a quello estero, Usa e Spagna in testa.

La politica distributiva, in Italia in particolare e in Europa in generale, fa capo agli agenti di vendita, che controllano una rete specializzata di rivenditori multimarca (circa 170 punti vendita in Italia, di cui 70 con fatturati importanti).

Punti fissi, per il buon funzionamento della struttura, sono le fiere (Milano, Valencia, New York, Colonia), la pubblicità, la partecipazione a mostre ed eventi culturali e la "preparazione" dei punti vendita. Nell'ultimo anno, l'azienda ha, tra l'altro, promosso un programma di visite guidate nella sede di Azzano Decimo (Pordenone), proprio per istruire i rivenditori sull'unicità della sua produzione. Uno strumento che, in alcuni casi, ha portato a un ulteriore incremento delle vendite.

### Progetti futuri?

Innanzitutto, completare il rinnovamento dell'azienda: entro il 2010, la superficie produttiva dovrebbe coprire 10 mila mq e le tre unità produttive dovrebbero essere riunite in un'unica sede. A seguire, "provvederemo a sistemare la parte logistica e a perfezionare la distribuzione in Italia, per farci meglio conoscere dai punti vendita. Molti di loro, continuano a considerarci una realtà accessoria e non un'azienda con la quale realizzare fatturati importanti". ■



**HORM SURPRISINGWOOD**, presso La Triennale di Milano (dal 16 giugno al 9 settembre 2007): una esposizione-evento che ha visto protagonisti alcuni dei prodotti di maggior prestigio della collezione Horm, risultato di un percorso straordinario, conferma di un evidente interesse per la ricerca tecnologica ed estetica. Horm stupisce ed emoziona, meritando di entrare di diritto nel tempio sacro del design italiano, trasformando lo spazio della Triennale in un "rifugio, con diritto di asilo" (n.d.r. traduzione di Horm). Riddled, Notriddled, A/R, disegnano linee sorprendenti, plasmando e trasformando il legno "vero", unico.

"al piacere di favorire con prodotti di così grande qualità, si è aggiunta una sorprendente scoperta: il più era già stato fatto da Horm. Noi ci siamo solo concentrati a fargli spazio..." Matteo Attruia e Diego Venicato, curatori dell'esposizione.

