


CONNESSIONI INNOVATIVE E SOSTENIBILITÀ

Con il progetto The Organic House al Salone del Mobile, Newform ha creato un ambiente in cui bellezza, eleganza e natura si fondono armoniosamente intorno al tema dell'acqua



Linee evolute e raffinate, tipiche del "made in Italy", ma anche tecnologie che migliorano l'esperienza dell'utente e rispettano l'ambiente. Newform prosegue lungo la linea di rinnovamento intrapresa alcuni anni fa, in sintonia con i valori storici del brand

Stefano Troilo

L'evoluzione dell'abitare contemporaneo pone i player del mercato davanti a diverse sfide. Newform le ha accolte innovando la propria organizzazione aziendale e ridefinendo la propria offerta di prodotti e servizi. Questo percorso, iniziato nel 2021, ha portato a risultati concreti: «Grazie agli investimenti in marketing e comunicazione siamo riusciti a rafforzare la visibilità e la presenza del brand sia in Italia sia all'estero. Abbiamo creato reti di vendita che promuovono attivamente il nostro brand e selezionato distributori che "sposano" la nostra filosofia. La proposta Newform definisce infatti un concept di rubinetteria sartoriale con linee e finiture che incontrano le evoluzioni del design. Un know-how che abbiamo maturato usando mani, testa e cuore, non solo macchine, per creare prodotti in grado di attraversare tempi e luoghi del benessere abitativo» spiega la titolare Alessandra Gessi.

Con il progetto The Organic House presentato al Salone del Mobile, Newform ribadisce i propri valori aggiungendo un elemento: la connessione tra architettura e natura. Come siete arrivati alla definizione di questo concept?

Il concept è nato dal desiderio di esprimere "solidità" e di creare un ambiente in cui bellezza, eleganza e natura si fondono armoniosamente, creando una connessione continua tra ciò che esiste dalle origini e ciò che è stato costruito dall'uomo. Il filo conduttore è stata l'architettura organica, che ha portato alla definizione di una nuova esperienza intorno all'acqua. Il concept rappresenta inoltre l'evoluzione del nostro brand, che si proietta nel futuro attraverso le collezioni presentate in occasio-

Newform sviluppa soluzioni innovative e multifunzionali per la parte wellness, in cui la tecnologia fa da collegamento tra estetica e funzionalità



La proposta Newform definisce un concept di rubinetteria sartoriale con linee e finiture che incontrano le evoluzioni del design. Un know-how che abbiamo maturato usando mani, testa e cuore, non solo macchine, per creare prodotti in grado di attraversare tempi e luoghi del benessere abitativo

Alessandra Gessi,
titolare di Newform



TRA FUNZIONI, ESTETICA E SOSTENIBILITÀ

Il miscelatore multifunzionale Alkimia trasforma lo stato ordinario della rubinetteria da complemento d'arredo a "elettrodomestico". Soprannominato l'"occhio del miscelatore" data la forma, integra un comando elettronico che apre al nuovo concept di "rubinetteria-elettrodomestico", funzionale e moderno, ma anche iniziatore di una nuova pratica di quotidianità sostenibile. Attraverso il comando elettronico girevole, integrato al miscelatore, è possibile selezionare la tipologia di acqua depurata che si desidera: fredda, fredda gassata o a temperatura ambiente. Semplici rotazioni, seguite da una leggera pressione del comando, permettono rispettivamente di scegliere ed erogare l'acqua depurata nelle tre varianti disponibili. Al termine dell'erogazione, dopo un minuto di inattività, il dispositivo entra nella modalità stand-by e sarà attivabile nuovamente premendo o ruotando il comando. La funzionalità di erogazione di acqua depurata riduce drasticamente il consumo di bottiglie di plastica, mentre l'erogazione temporizzata assicura un maggiore controllo sia del consumo d'acqua, sia dell'utilizzo del filtro depuratore, evitando così un uso marginale e superfluo.

ne del Salone. Entrare nella Organic House è stata un'esperienza immersiva per i visitatori, ai quali abbiamo potuto raccontare in modo coerente e profondo le nostre soluzioni, in piena sintonia con l'elemento naturale a cui il nostro brand è legato.

In questo percorso, il "made in Italy" si può considerare un valore aggiunto e un fattore competitivo?

Il "made in Italy" è un fattore di orgoglio che ci distingue nel panorama internazionale e ci offre un reale vantaggio competitivo. Newform produce e assembla tutti i propri prodotti nel sito di Serravalle Sesia: dalla materia prima al prodotto finito, ogni passaggio avviene in Italia. Questo ci permette di garantire un elevato standard di qualità e di personalizzazione in tutte le fasi del processo produttivo. Ciascun prodotto viene assemblato e trattato con un'elevata cura del dettaglio, come se si trattasse di un gioiello. Essere in grado di gestire tutto il processo produttivo ci rende flessibili e in grado di soddisfare le diverse esigenze dei clienti, in particolar modo nel settore del contract.

Come state introducendo e "raccontando" il nuovo format e le nuove gamme ai vostri partner commerciali?

La comunicazione è un elemento fondamentale per raccontare a rivenditori, professionisti e architetti l'evoluzione del brand Newform e gli elementi che lo differenziano sul mercato. Ci rivolgiamo ai partner e ai clienti attraverso campagne di marketing mirate rispetto ai diversi canali di comunicazione, compresi quelli digitali. Creiamo materiali di merchandising specifici, adattati alle esigenze di ciascun interlocutore. Inoltre, definiamo strategie e iniziative commerciali specifiche per raggiungere gli obiettivi condivisi. Un elemento cui teniamo molto sono le visite guidate nella nostra azienda, che costituiscono un'occasione per raccontare in modo ancora più incisivo ai partner la nostra realtà.

Il pubblico cerca prodotti sempre più capaci di abbinare e rielaborare funzionalità ed estetica. Ma si fanno strada anche soluzioni "multifunzionali", in cui la tecnologia svolge un ruolo chiave nel collegare queste due dimensioni.

È assolutamente così. In Newform, abbiamo sempre posto grande attenzione alla possibilità di aggiungere nuove funzioni a ciascuno dei nostri prodotti, cosa che richiede la ricerca di un equilibrio, tutt'altro che scontato, tra estetica e praticità. Un esempio concreto di questo approccio riguarda la doccia, che rappresenta un elemento-chiave per la ristrutturazione della stanza da bagno.

Abbiamo sviluppato soluzioni per la parte wellness innovative e



LINEE CLASSICHE PER L'ABITARE DEL DOMANI

Dall'intento di Newform di progettare l'abitare del domani sulle tracce del passato, arriva la nuova collezione Ionika per il bagno, nata da un'intuizione dell'architetto Alessandra Bertini. Il richiamo all'ordine classico si palesa nei dettagli scanalati della collezione, caratterizzata da modanature lineari che diventano il segno distintivo di ogni articolo Ionika. Nel rievocare i capitelli dell'architettura greca, Newform concepisce i miscelatori monocomando come remake di un originario sistema trilitico: alla tipica composizione di due elementi verticali e uno orizzontale corrispondono corpo, maniglia e canna della serie. Proporzioni, profili e dettagli di natura estetica si identificano così nel tempo e nella materia: Ionika racconta un pezzo di storia recuperando arte e bellezza del passato e consegnandole al presente. L'arte diventa, quindi, musa ispiratrice del progetto ed esalta la dimensione espressiva di ogni singolo componente, sperimentando con la materia per dare vita a un'inaspettata versione extreme luxury della serie.

multifunzionali che consentono ai nostri rivenditori di soddisfare le richieste dei clienti, andando incontro alle loro esigenze e abitudini più particolari e specifiche.

Negli ultimi tre anni, gli incentivi e la necessità di adattare gli spazi domestici alle nuove esigenze hanno effettivamente dato un notevole impulso alle ristrutturazioni e alle vendite nel comparto dell'edilizia e delle costruzioni. Tuttavia, i dati attuali mostrano una forte frenata del mercato. Come è possibile interpretare questa situazione?

La consapevolezza dell'importanza della casa è cresciuta in tutti noi. Siamo più attenti a ciò che utilizziamo nelle nostre abitazioni, sia in termini di funzionalità sia in termini di estetica: questo influisce sulle scelte di acquisto. D'altronde, gli incentivi hanno stimolato il mercato, ma i numeri sono stati sovradimensionati. Con il rallentamento cui abbiamo assistito, siamo tornati a una situazione di normalità o, se vogliamo, di nuova normalità. Tuttavia, va sottolineato che l'attuale contesto internazionale rende difficile fare previsioni a medio e lungo termine.

Dalla Direttiva Case Green dovrebbero scaturire nuove misure fiscali. Non un nuovo Superbonus, ma comunque degli incentivi.

Norme e incentivi potranno influenzare ancora la situazione, ma occorre saper reagire prontamente considerando che il mercato resta imprevedibile. È importante vivere nel presente e tenersi pronti per affrontare le sfide future.

Il risparmio d'acqua reso possibile dalle nuove gamme non può che essere conseguenza di un

processo produttivo rispettoso dell'ambiente. Quali accorgimenti avete adottato per una produzione sempre più sostenibile?

In un periodo storico in cui si diffonde sempre più la consapevolezza di dover preservare l'acqua in quanto bene essenziale e limitato, pensare e agire in funzione di una coscienza sostenibile è fondamentale.

La nostra gamma Save Water identifica i miscelatori a risparmio idrico che non solo permettono di ridurre gli sprechi, ma assicurano anche una notevole diminuzione dei consumi di acqua e di energia. Nei prodotti delle collezioni contrassegnate dal simbolo Save Water, la portata ridotta a 5 l/min assicura un minore consumo di acqua, con un conseguente risparmio idrico che può arrivare fino al 50%.

Le certificazioni aziendali, ambientali e di prodotto sono al centro del nostro metodo di lavoro, in quanto ci consentono di dimostrare nei confronti del mercato la nostra attenzione alla sostenibilità. Per quanto riguarda il ciclo produttivo, abbiamo implementato sistemi per il risparmio energetico e idrico; nelle nostre lavorazioni, dalla materia prima al packaging, cerchiamo inoltre di utilizzare materiali con un basso contenuto di piombo. Da anni, infine, condividiamo con i nostri stakeholder un bilancio di sostenibilità.

Quali sono le vostre sfide per il futuro?

Ci siamo posti l'obiettivo di consolidare la nostra presenza nel settore contract, che risulta in costante crescita. Intendiamo inoltre espandere la presenza dei nostri prodotti negli showroom, individuando nuovi mercati e sviluppando nuove strategie commerciali. Siamo pronti a cogliere le opportunità man mano che l'azienda cresce e si adatta al cambiamento.