

FATTURATO: +22 PER CENTO

Dalla casa all'aeronautica il successo di Richard-Ginori

Nel settore della tavola sono pochi i nomi conosciuti da tutti come Richard-Ginori. E non è solo per un discorso di tradizione.

L'azienda è stata fondata nel 1735, come indica il logo con coroncina. Inizialmente era la Manifattura Doccia del marchese Carlo Ginori. Nel 1896 si fonde con la manifattura di porcellana di Augusto Richard, nel milanese, e nasce il nuovo marchio, diventato in breve tempo sinonimo di vasellame di eccellenza. E un marchio di alta qualità.

Con una grossa produzione di classici, ma anche con un occhio ben aperto alle nuove proposte. Nel tempo infatti ci sono state collaborazioni con grandi nomi del design e dello stilismo di moda. Da Giò Ponti a Missoni. Dopo vari passaggi l'azienda, che ora ha sede a Sesto Fiorentino e conta 350 dipendenti, è stata rilevata nel 2007 dalla Starfin Spa.

Gli obiettivi del gruppo sono decisamente ambiziosi ma perfettamente in linea con un prodotto di grande qualità. L'idea è di rilanciarsi puntando soprattutto sulla tradizione e nello stesso tempo ampliare la distribuzione.

Scegliendo come mercati non solo i negozi classici per la casa ma anche le gallerie d'arte, i musei, i negozi di antiquariato, le case d'asta, e perfino il settore della nautica e dell'aeronautica di lusso e gli hotel di fascia elevata. Questo dovrebbe sicuramente portare a una crescita di produzione. L'obiettivo è passare dai 12mila pezzi della fine del 2008 ai 16mila nel 2011.

Con un incremento di fatturato annuo del 22%, che porterebbe a raggiungere i 45 milioni di euro nel 2011. Un'altra strategia da adottare è quella di eliminare i prodotti di qualità meno alti, focalizzando l'attenzione su quelli di elevato contenuto estetico e con una lavorazione artigianale accuratissima che sono l'elemento caratterizzante e il fiore all'occhiello di Richard-Ginori.

