

Good living

de nouă generație

Cu ocazia deschiderii *showroom-ului Natuzzi* din București, am stat de vorbă cu *Pasquale Natuzzi Jr.* despre modul în care se conduce o afacere de familie, despre viitorul designului de mobilier, dar și despre echilibristica de a fi businessman ziua și DJ noaptea.

de *Diana-Florina Cosmin*



Când spui mobilier de lux, spui „Natuzzi”. Nu e o figură de stil, ci rezultatul unui studiu concret, realizat anul trecut pe primele șapte piețe consumatoare de produse high-end din lume. La capitolul „mobilier”, englezii, japonezii, francezii, americanii și toate celelalte naționalități care au format eșantionul de 6.000 de repondenți s-au pus de acord: designul italianesc este sinonim cu „Natuzzi”, lucru deloc surprinzător având în vedere că brandul cu o vechime de 55 de ani își vinde cu succes creațiile în peste 1.200 de showroom-uri de mobilier din lume.

Noua casă bucureșteană a brandului (prezent în România încă din 1994) are o suprafață de 350 de metri pătrați și găzduiește colecția de canapele Natuzzi (de altfel produsul-emblemă al companiei), colecția de paturi și respectiv colecția *Re-vive*. Bazată pe o inovație tehnologică de ultimă oră, *Re-vive* a fost realizată în urma unor amănunțite studii de ergonomie și cuprinde o serie de fotolii cu sistem *recliner*, activate și echilibrate de greutatea celui care le folosește. Au peste 200 de componente – „*Ca un fel de mașină*”, râde Pasquale Natuzzi jr, ambasadorul brandului – și sunt gândite să se adapteze vieții și preferințelor tale, nu viceversa.

Deschiderea noului showroom reprezintă un moment simbolic nu doar pentru brand, ci și pentru piața românească de profil,

Rubrica noastră de design, realizată de către profesioniști în domeniu, își propune să educe gusturi atemporale, să ofere sfaturi și inspirație concretă și, mai ales, să furnizeze... material pentru visare.



interesul românilor pentru design și pentru armonia spațiului dând semnale susținute de creștere. „Când am adus primele produse Natuzzi, acum 20 de ani, în primele șase luni am avut senzația că am deschis un muzeu”, râde Camelia Șucu, care deține exclusivitatea asupra brandului pe piața românească. Lumea intra, privea și pleca, lucru absolut firesc dacă ne gândim că pe atunci simțul estetic al românilor avea cu totul alte repere. Lipsea curajul de a încerca forme noi și culori vii și domnea teama față de orice tip de ergonomie care nu mai avea de-a face cu stilul învechit al mobilierului de pe vremuri.

De doi ani încoace, interfața companiei cu lumea întreagă – inclusiv cu românii care și-au șlefuit radical gusturile în materie de design – este mezinul familiei, Pasquale Natuzzi jr., un tânăr de 24 de ani, jumătate italian, jumătate american. Atunci când nu străbate lumea-n lung și-n lat ca ambasador al brandului creat de Pasquale senior, juniorul se ocupă de propriul său brand de bijuterii – „The Secret Society” – iar noaptea îndeplinește rolul de DJ pentru petrecerile elitei italiene.

Recunosc, cu o asemenea biografie inedită, mă așteptam ca în interioarele noului showroom Natuzzi din cadrul Băneasa Business & Technology Park să-și facă apariția, eventual pe motocicletă, un italian tânăr și boem, îmbrăcat lejer, cu o pereche de căști supradimensionate de DJ în jurul gâtului, inspirând nonconformism și rebeliune creativă. Am stat, în schimb, față-n față cu un

businessman veritabil, la costum și cravată, care a răspuns cu cifre și detalii precise unei tirade de întrebări, râzând cu poftă la toate amănuntele inedite din propria biografie, fără cel mai mic semn că s-ar lua prea mult în serios. Un mix de seriozitate și de tinerețe care m-a făcut să înțeleg de unde curajul lui Pasquale senior de a-și trimite juniorul să reprezinte în fața lumii întregi un brand devenit simbolic pentru Italia.

„Ce vrei să te faci când o să fii mare?” „Vreau să fiu președintele companiei Natuzzi”. Cam așa a sunat, vreme de ani de zile, dialogul tipic dintre tată și fiu, după cum relatează, cu un zâmbet larg, Pasquale. „Era o discuție nelipsită zilnic, mai ceva ca rugăciunea”, râde el. Mama lui este din America, dar juniorul a avut o copilărie tipic italiană, foarte apropiată de tatăl său. „Locuiam doar noi doi și aveam activitățile și tabieturile noastre”, își amintește el. „Mergeam cu el pe motocicletă, cu pletele-n vânt, sau colindam amândoi lumea într-un Range-Rover, ascultând muzica lui Luccio Battisti”.

Pasquale Jr. nu și-a uitat niciodată declarația solemnă din copilărie, dar pentru că spiritul rebel și antreprenorial nu îi dădea pace, s-a abătut o vreme de la calea stabilită, lansând în 2012 un brand de bijuterii originale, a cărui idee i-a venit în vis, în timpul unei călătorii cu avionul. „Am visat conceptul Secret Society, l-am pus pe hârtie, iar în câteva luni era deja în 70 de magazine din toată Italia”, își amintește el. „A fost nebunie!”.

Dovedise că poate reuși pe cont propriu, însă planurile tatălui său erau mult mai complexe. „«Șeful cel mare» a venit într-o zi și m-a întrebat «Auzi, tu ții minte ce spuneai că vrei să faci în viață?»”, râde tânărul. Atunci a realizat că brandul tatălui său nu înseamnă doar design și lucruri frumoase, ci o răspundere directă față de cei peste 5.000 de angajați Natuzzi din toată lumea (inclusiv din Baia Mare, unde brandul are o fabrică). Și, mai ales, că trebuie să-și asume, în sfârșit, locul pentru care s-a pregătit dintotdeauna. Asta neînsemnând că spiritul rebel i-a dispărut cu totul sau că a renunțat la toate celelalte lucruri care-i plac. „Sunt manager ziua și DJ noaptea”, zâmbeste el. „Nimeni nu poate să-mi interzică asta, fiindcă iubesc muzica și e parte din ceea ce sunt”.

După întâlnirea noastră, am rămas cu senzația că prezența lui tot mai activă în povestea Natuzzi reprezintă întâlnirea inspirată dintre omul potrivit și paradigma potrivită. Un brand concentrat tot mai mult pe inovație și modernism și un manager tânăr, exponent al unei generații care gândește și vede altfel lucrurile și pentru care designul de calitate nu înseamnă doar frumusețe, ci o sursă de relaxare, tihnă și simplitate în mijlocul unei existențe aglomerate. „Ceea ce apreciază toată lumea la Natuzzi este faptul că îmbină designul și funcționalitatea pentru a ne face viața puțin mai armonioasă”, zâmbeste el. „Fiecare element se potrivește perfect cu toate celelalte, făcând totul să pară nespus de simplu”. □