



TRENDING SULL'APP



Lovli: la fortuna di operare nel Paese migliore

Dopo [Lanieri](#), la seconda tappa del nostro mini-tour fra le startup di design approda nel mondo dell'arredamento, dove il fondatore di Lovli Tiziano Pazzini ci parla del progetto del primo web retailer&communications partner dedicato al design italiano

“A noi non interessa far ruotare i ragazzi!”. Alla domanda sul numero di dipendenti, o meglio sulle risorse che in meno di 3 anni hanno portato il marchio a diffondersi così rapidamente nel panorama internazionale della vendita on-line del mobile italiano, il **fondatore di Lovli Tiziano Pazzini** risponde con un sorprendente slogan anti-precarietà. Nella conversazione rimarca con tono deciso che la sua ricerca di menti brillanti pronte a sostenere il progetto è costante. **Per ora è circondato di 20 talenti, ma la selezione molto ardua continua ad alimentare la fame di informatici, marketing manager e altri profili profondamente appassionati di design e commercio virtuale.**

Introdurre Lovli partendo da chi sta contribuendo alla sua continua crescita è quasi doveroso per chi, di questi tempi, ha la saggezza di riconoscere che un'impresa commerciale e di servizi basa la stragrande maggioranza dei suoi profitti sulle sue intuizioni e quindi sulle menti arruolate per elaborarle.

Primo web retailer dedicato all'arredo e al design italiano, Lovli è un canale che si è concentrato

fin da subito sull'Home Living e sulla **filosofia del "poco ma bene": meno cose (nel significato più ampio del termine, ovvero attività e non oggetti) ma specifiche**. Pazzini afferma con fermezza che quando un'azienda lo interpella per vendere borse, ad esempio, lui la rimanda direttamente ad un'agenzia specializzata. In altre parole **il suo successo non si basa sulla capacità di fare e-commerce, ma sulla capacità di gestire un negozio d'arredo on-line**, che è cosa ben diversa per due semplici ragioni: la differente costruzione della UX di arredo e lo scontrino medio molto più alto.

Lovli non è una startup di design ma una startup per il design, impegnata nella gestione di due business paralleli. Il primo riguarda la gestione della **vendita on-line di una decina di volti noti dell'arredamento tricolore** (Lago, Serralunga, Marzotto, Lema, Pianca, Mdf Italia, Rivolta&Carmignani per citarne solo alcuni) per i quali Lovli cura tutta la strategia di vendita on-line, passando dalla processazione degli ordini alla logistica al customer service, fino alla gestione del traffico, dei social network e della comunicazione digitale. Il secondo business, invece, è **Lovli.it, il cosiddetto multibrand** (da cui deriva 1/3 del fatturato), **una piattaforma di vendita del design italiano di medio-alto livello**, indirizzata e protetta da linee guida molto serrate, sia in termini di prezzo che di provenienza. È stata concepita per promuovere e vendere il design italiano nei paesi che hanno un potere di acquisto più alto, per clienti esteri pronti a riconoscere l'overprice per un prodotto italiano. Basti pensare che la prima città per numero di vendite è New York. Lovli, a detta del suo titolare, è un'azienda di metriche, ovvero una realtà capace di misurare e condividere tutto ciò che le passa sotto il naso elettronico del web, come gradimento, prezzi, tendenze.

Nel dare vita a questo progetto Pazzini è stato sicuramente influenzato da una visione e da una certezza. La visione nasce dall'analisi che la maggior parte dei clienti cercano un brand, un prodotto del quale conoscono il valore associato al marchio (se un cliente non trova il prodotto su Lovli, andrà comunque nell'e-store del mobiliere), mentre internet è semplicemente un mezzo, come lo sono la televisione e la radio. Internet ha vinto (o probabilmente sta vincendo la partita contro il negozio fisico), solo perché il cliente lo reputa più vicino a lui, per comodità e per potenzialità laddove il sito vada oltre la semplice visualizzazione/descrizione del prodotto. Lovli ha quindi l'obbligo di delineare un business e d'innovare le modalità d'interazione con il sito, non a caso **nell'ultimo trimestre del 2016 vedrà la luce un sistema proprietario, un mix tra un configuratore e un compositore mobile friendly capace di collegare gli store del brand con il loro gestionale produttivo**. Pazzini assicura che saranno i primi a

tirar fuori un prodotto di questo tipo e che questa è **un'anteprima tutta dedicata ai lettori del Giornale.**

La certezza? La moda italiana rappresenta circa il 24% del mercato di fascia alta a livello mondiale. Nel mondo dell'arredo questo rapporto sale al 34%. *"Abbiamo la fortuna di vivere e operare nel Paese "migliore", dove la storia e gli eventi hanno applicato un sigillo di qualità e di bellezza difficile da rimuovere nell'immaginario internazionale. L'arredo e il design "fatti in Italia", quindi, non hanno rivali. Sta a noi cogliere l'opportunità: nascere è una questione di fortuna, crescere di condizioni, vincere di intelligenza".*

Immagine di copertina: l'home page del sito Lovli.it

About Author



Ubaldo Spina

Ricercatore, Industrial Designer e BDM presso CETMA (www.cetma.it), si occupa di design research e servizi di design e innovation management. Consulente di startup, PMI e Grandi Imprese, con focus sulla gestione dei processi di sviluppo di nuovi prodotti e fornitura di servizi avanzati di progettazione concettuale e strategica, ingegneria, prototipazione e protezione IP. Esperto europeo nella ricerca di "Tecnologie emergenti per il design" e membro dello Steering Board del progetto WORTH, il più grande incubatore europeo finanziato all'interno del programma COSME per la creazione e il supporto di collaborazioni transnazionali tra designer, PMI e technology provider, è membro della Commissione "Ricerca per l'impresa" dell'ADI - Associazione per il Disegno Industriale. Per conto del Joint Research Center della Commissione Europea, ha co-curato il rapporto "Innovation Ecosystems in the Creative Sector: The Case of Additive Manufacturing and Advanced Materials for Design". Il suo gruppo di lavoro ha ricevuto

diverse segnalazioni ADI Design Index, due Menzioni d’Onore e il Compasso d’Oro ADI per il veicolo a guida autonoma OMNIAGV. Docente nell’ambito delle attività didattiche magistrali della “24ORE Business School, coordina la pagina Design de “Il Giornale dell’Architettura” e le rubriche giornalistiche “SOS Design” (Design for Emergencies), “Design&Startup” e “Professione Designer”.

[See author's posts](#)

 [Condividi](#)