



Mente sana, mondo felice

Mente sana, mondo felice

***Sonno di qualità con la “bedding culture” di Perdormire

Published 5 dicembre 2022 – © riproduzione riservata

L'analisi della cultura del dormire ha condotto finora [questo speciale](#) ad **esplorare campi tra i più disparati** e discipline che, in alcuni casi, sembrerebbero non avere connessioni dirette con le attività di recupero e di ristoro sull'organismo possibili attraverso una buona qualità del sonno. La **domanda che ci si pone**, quindi, è **se il mondo produttivo** legato ai sistemi letto **sia semplicemente focalizzato su temi noti al design**, come possono essere l'estetica, la manutenzione, le funzionalità o le politiche di prezzo, o se **promuova realmente una nuova cultura del riposo** focalizzata sull'importanza di garantire un sonno notturno di qualità, in assenza del quale non può esistere un reale stato di salute mentale e generale.

Il **letto**, quindi, non come prodotto d'arredo ma come **abilitatore fondamentale del dormire bene**. Un valore su cui **Perdormire**, brand del **Materassificio Montalese** artefice dell'offerta del “sistema letto”, ha sviluppato una sua nuova **“bedding culture”**. L'obiettivo è accrescere consapevolezza sull'argomento e nobilitare la funzionalità del letto a strumento qualitativo del

buon riposo, in armonia con una soggettiva e personale interpretazione stilistica del suo insieme, e della camera da letto.

Bedding Culture, attenzione al materasso nelle sue declinazioni

Ma cosa intende Perdomire per “bedding culture”? Sicuramente una profonda attenzione al materasso, campo di elezione del brand pistoiese, e nella sua declinazione in **tre caratteristiche principali**, ovvero le variabili del canone di comfort personale:

- **benessere termico**, determinato da materiali che favoriscono una corretta termoregolazione del calore corporeo per tutta la durata del riposo;
- **benessere igienico**, garantito da tessuti speciali in grado di inibire la proliferazione di microbi e allergeni;
- **benessere ergonomico**, fornito da supporti in grado di offrire il giusto sostegno al corpo, così come le giuste condizioni per il rilassamento della muscolatura durante tutto il riposo.

Gli esperti Perdomire, a tutti gli effetti dei **Wellness Designer**, sono in grado di tradurre le esigenze della clientela in una **proposta personalizzata dell'intero sistema letto**: oltre alla valutazione dell'idoneità del materasso, una rete adeguata alla performance attesa, una struttura letto in armonia con le aspettative di stile e di design di ogni cliente; una biancheria da letto in fibre naturali e molteplici colori, una pletora di accessori, dai cuscini, ai piumini, ai topper, ai profumatori d'ambiente, ai coprimaterassi, fino a soluzioni per la manutenzione e l'igiene profonda dei materassi. Tutto questo accompagnato da una serie di approfondimenti e consigli utili per organizzare un'efficace e personale “bedding routine”. Assicurando, come sempre, la reale produzione made in Italy.

Nel 50° anniversario, trend in crescita e il primo negozio estero in Francia

È merito quindi di questo approccio e di un'attenta cultura e attività imprenditoriale se il Materassificio Montalese ha **chiuso il suo 50° anniversario** con risultati positivi che confermano il successo dell'innovativa strategia commerciale avviata da Perdomire solo pochi anni fa.

Oggi il **brand è leader** del segmento di mercato “**catene mono-marchio verticali**”, una forma distributiva che pesa il 16% del totale mercato domestico italiano 2021, con un **trend in crescita** sull'anno precedente: un segmento espressione di una vera rivoluzione avviata in

Italia proprio da Perdormire. In questo successo, i negozi rappresentano la punta dell'iceberg di un **sistema industriale** i cui livelli – produttivo, logistico, commerciale – convergono verso un unico obiettivo: consolidare l'offerta Perdormire nel mercato del bedding.

Con questa premessa l'azienda sta consolidando gli obiettivi generali nell'anno solare in corso, in sinergia con la trasformazione omnicanale, un processo avviato dal 2019 che coinvolge tutte le divisioni aziendali (front end – back end) per un ecosistema di comunicazione di touchpoint diversi e altamente integrati fra loro. Sul **piano produttivo** è in fase d'implementazione **l'internalizzazione della produzione del letto**, parte essenziale del "sistema" che sta guadagnando sempre più spazio nel palinsesto di vendita Perdormire. Avere il **controllo completo del know-how** produttivo è strategico per garantire al brand quel valore di unicità riconosciuto dal mercato e per introdurre gradualmente l'offerta di stile e d'integrazione intelligente nelle abitazioni, consolidando il rapporto con il mondo dell'architettura e del design. E se i numeri servono a volte più delle parole, basti pensare alla **rete dei punti vendita** (a fine 2022 si prevedono 149 negozi a presidio dell'intero territorio nazionale, isole comprese), tutti con il **nuovo layout studiato da Duccio Grassi Architects**, e l'avvio di una strategia **d'internazionalizzazione del brand a partire dalla Francia**. Da settembre, infatti, è operativo **a Dijon il primo concept store estero**, la cui inaugurazione si basa su una precisa strategia di marketing, così come dichiara **Paolo Luchi Sales&Marketing Director** di Perdormire: *"La Francia e l'Italia sono sempre state accumulate da un sentire condiviso: essere due paesi così ricchi di storia, condividere i confini ci porta inevitabilmente a un'affinità elettiva. Inoltre, la Francia, come molti paesi europei, mancava di un modello di store come il nostro: un solo luogo in cui trovare, in maniera verticale, tutti gli elementi fondamentali per garantirsi un buon sonno, in cui estetica, design e benessere si fondono per dare vita a prodotti che promuovono la bedding culture"*.

Il **fatturato corporate**, che registra un **incremento a doppia cifra**, ha chiuso a 99.073.061 euro, con la quota di **Perdormire** a 59.642.129 euro e **Perdormire Hotel** a 2.900.000 euro (brand dedicato all'hospitality con 1.200 account serviti nel triennio 2019-21). Il dato che meglio può sintetizzare questo percorso di crescita riguarda però il **numero di "piazze" vendute**, 113.056, con un incremento del 10,6%, mentre i letti venduti sono aumentati del 16,2%.

Emblematico il dato relativo alla performance del sistema letto – attuale core business del brand – che passa dal 39,62 al 43,34% delle vendite.

L'impegno di Perdormire in questo speciale conferma, in definitiva, il ruolo di "lovebrand", un

marchio in grado di distinguersi nell'abbondante offerta generale e nella costruzione di un rapporto capace di coinvolgere tutti i sensi, fondato su empatia, condivisione di principi e passione. Solo in questo modo torneremo a parlare di una costante crescita della consapevolezza globale del brand. Perché in fin dei conti **la crescita**, come la **qualità**, non si **fondano** sull'accelerazione esasperata, ma soprattutto **sul bisogno fisiologico di un sano riposo**.

Per approfondire: perdormire.com

*** contenuto sponsorizzato

 **Condividi** _____