

TANTE STORIE PER ARREDARE



GARDINI

dal 1966



TANTE STORIE PER ARREDARE

Anche oggi,
come ogni mattina
da oltre sessant'anni,
la famiglia Gardini si alza
con una domanda
semplice ma potente:

"Come possiamo fare meglio?"

Italia e Marco Gardini

Ci sono storie che meritano di essere raccontate. Storie fatte di mani che lavorano, di idee che prendono forma, di famiglie che si intrecciano con il territorio e con il tempo. Sono storie che pulsano di passione, di tenacia e di visione, e che si trasformano in qualcosa di più grande: un progetto che attraversa le generazioni e diventa parte dell'identità di chi lo vive.

La storia di Gardini è una di queste.

Dal 1966, questa realtà non è solo un'impresa: è il racconto di un sogno nato in una piccola bottega della Romagna nel garage di casa e cresciuto fino a diventare un simbolo di artigianalità, innovazione e tradizione. Un viaggio che si snoda tra passato e futuro, tra radici profonde e uno sguardo sempre rivolto alle nuove tendenze del design.

Gardini è un esempio di come la creatività italiana, unita al rispetto per la qualità e i dettagli, possa trasformare gli spazi della vita quotidiana in luoghi che raccontano storie.

Questo libro vuole accompagnare il lettore in un percorso che intreccia la storia di Gardini con quella della Romagna, terra di forti legami familiari, ingegno pratico e spirito di comunità. Una storia che parte dalla visione di un fondatore appassionato, capace di trasformare una piccola impresa familiare in una realtà solida e riconosciuta, evolvendo insieme ai mutamenti sociali e culturali.

Ci addentreremo nei cambiamenti degli spazi domestici, che da semplici luoghi funzionali si sono trasformati in ambienti in cui la quotidianità prende forma, tra comfort, estetica e personalizzazione. Scopriremo come la cucina, il soggiorno, la camera da letto ed il salotto siano diventati espressione di uno stile di vita in costante evoluzione, e come Gardini abbia saputo rispondere a queste trasformazioni con soluzioni su misura, frutto di un'attenta ricerca sui materiali e sulle esigenze dei clienti.

Ma più di tutto, questa è una storia di persone. Di famiglie che hanno affidato a Gardini i loro spazi più intimi, di collaboratori e fornitori che hanno contribuito con passione e dedizione al successo dell'azienda, e di collaboratori che sono diventati parte integrante di una grande famiglia allargata.

È la testimonianza di un approccio che mette al centro il rapporto umano, capace di rendere ogni progetto unico e irripetibile.

Con questo libro vogliamo celebrare sessant'anni di storia, ma soprattutto vogliamo guardare al futuro, mantenendo intatti quei valori che hanno reso Gardini un punto di riferimento: il rispetto per l'artigianalità, la cura del dettaglio e la volontà di costruire ambienti che rispecchino l'identità di chi li vive.

Perché ogni casa racconta una storia, e ogni progetto Gardini è pensato per dare forma a quella storia in modo unico e autentico.

Buona lettura



La sede di Gatteo (FC)

NOTA DELLA CURATRICE

Raccontare la storia di Gardini è stato molto più che un semplice lavoro editoriale: lo considero un viaggio, un percorso alla scoperta di una realtà imprenditoriale che non si limita a produrre e commercializzare arredi, ma che crea legami, costruisce fiducia e tramanda valori.

L'azienda Gardini non è solo un nome nel settore dell'arredamento, ma una famiglia che da sessant'anni custodisce e rinnova il sogno di Mario Gardini, il fondatore. Un sogno che continua a vivere con entusiasmo e determinazione attraverso l'impegno dei suoi figli, Marco e Italia, che con visione e professionalità portano avanti una tradizione fatta di artigianalità, imprenditorialità, innovazione e attenzione per le persone, contribuendo a scrivere pagine sempre nuove di questa affascinante storia.

Vorrei esprimere la mia più sincera gratitudine a Marco e Italia Gardini per avermi dato l'opportunità di curare questo volume. È stato un privilegio poter ripercorrere la storia dell'azienda: un tuffo nel passato alla scoperta di una realtà ricca di valori, tradizioni e legami profondi con il territorio. Ho raccolto testimonianze, scavato nella memoria aziendale, scoperto aneddoti, curiosità etimologiche e ripercorso le vicende storiche di questa impresa così intimamente connessa al territorio della Romagna.

Ho cercato di riportare gli aspetti più significativi di questo lungo cammino, dando voce alle testimonianze di chi ha vissuto e vive ogni giorno Gardini. Ho ascoltato racconti autentici, pieni di emozione, che hanno come filo conduttore l'amore e la stima per un lavoro fatto con il cuore, nel rispetto della qualità, della tradizione e dell'innovazione.

Questa è una storia che parla di valori, di appartenenza, di un'impresa che, pur evolvendosi, è rimasta profondamente legata alle sue radici familiari. È stato emozionante scoprire come Gardini sia molto più di un mobilificio: è un simbolo di continuità, di cura e di attenzione verso le persone.

Mi auguro che questo libro, che celebra i sessant'anni di Gardini, possa essere non solo un omaggio al passato, ma anche un punto di partenza per un futuro ancora più ricco di successi.

Che questa storia possa continuare, tramandando quei valori che hanno reso Gardini un punto di riferimento nel mondo dell'arredamento.

***Con affetto e stima,
Ilaria Spadaccini***

“Mi ricordo quando mio babbo, e io ero ancora piccolo, metteva i primi mobili nel garage o nel corridoio di casa. Poi portava lì i clienti, gli amici del bar, glieli faceva vedere e... li vendeva. È iniziato tutto così.”

Marco Gardini

La storia di Gardini affonda le sue radici in un tempo lontano, nel cuore della Romagna rurale del primo Novecento. Erano anni segnati da un'economia prevalentemente agricola, in cui il lavoro nei campi rappresentava la principale fonte di sostentamento per molte famiglie. La vita semplice era scandita dai ritmi delle stagioni, e il duro lavoro della terra insegnava sacrificio, resilienza e uno spirito comunitario profondo. In questo contesto sociale, in cui le giornate iniziavano prima dell'alba e si concludevano al tramonto, la famiglia Gardini trovava forza nei valori di solidarietà, rispetto e dedizione. Era il 14 maggio del 1935 quando Mario Gardini nacque a Roncofreddo, un piccolo borgo collinare della Romagna, nella valle del Rubicone. Terzo di cinque figli, Mario crebbe in una famiglia di mezzadri che si guadagnava da vivere con la terra. La vita era dura, fatta di sacrifici e fatiche quotidiane, ma anche di valori profondi che avrebbero accompagnato Mario per tutta la vita.

Fin da bambino, Mario imparò il significato del lavoro. Suo padre si svegliava alle prime luci dell'alba per andare in bicicletta fino a Cesena a vendere le uova raccolte dai contadini. La famiglia era unita, ma le risorse scarseggiavano, e ognuno contribuiva come poteva. Anche Mario si dava da fare nei campi, ma fin da giovane sentiva che il suo destino lo avrebbe portato oltre quelle colline.

A soli 16 anni, Mario ebbe la sua prima grande opportunità. Venne assunto come tuttore presso una tenuta agricola di proprietà dell'avvocato Silvestrini. Era un incarico importante che lo rese autonomo dalla sua famiglia. Fu qui che Mario dimostrò il suo carattere intraprendente e la sua capacità di guadagnarsi la fiducia delle persone. Era sveglio, disponibile, pronto a imparare. E soprattutto, aveva un'intuizione naturale per gli affari e le relazioni umane.

Dopo quattro anni di lavoro presso la tenuta, Mario venne chiamato a svolgere il servizio militare. Al suo ritorno, trovò impiego come autista presso la Fiat Adriatica, una segheria di Gatteo. Fu un periodo che gli permise di sviluppare nuove competenze e di ottenere la patente per guidare i camion. Questo piccolo passo si sarebbe poi rivelato decisivo per il suo futuro.

L'esperienza come autista si trasformò presto in qualcosa di più. Mario iniziò a lavorare

per il mobilificio Gasperoni, dove non si limitava a consegnare i mobili, ma osservava attentamente l'attività dei negozianti, proponendo soluzioni e prendendo ordini. In breve tempo, si costruì una solida rete di contatti e iniziò a comprendere le dinamiche del mercato del mobile. Era capace di instaurare rapporti di fiducia con i clienti, trasformandoli spesso in amicizie durature.

"Un giorno arrivò una coppia interessata a un mobile che costava duecentoquindicimila lire. Io non sapevo se potevo fare lo sconto; allora andai in ufficio da Gasperoni per chiedere cosa dovevo fare. Mi disse:

"Vendilo pure." Quel giorno pensai che a commerciare mobili si poteva guadagnare e dissi tra me e me:

"Se si guadagna, voglio fare anch'io l'imprenditore".

Fu proprio durante questi anni che Mario maturò l'idea di mettersi in proprio: comprese infatti che con il giusto prodotto e con un servizio impeccabile, avrebbe potuto costruire qualcosa di importante. L'occasione arrivò grazie all'incontro con un imprenditore lombardo che, colpito dalla tenacia e dalla determinazione del giovane Gardini, lo spinse a mettersi in proprio: *"Apri un tuo mobilificio"*, gli disse. *"Io entro un paio di anni chiudo la fabbrica, ti vendo l'attrezzatura, tu inizi a lavorare e me la paghi piano piano"*. Mario colse l'opportunità al volo e, con ingegno e tenacia, iniziò a dare forma al suo sogno.

Nel 1966 nacque ufficialmente l'azienda Gardini

La prima sede era semplice e spartana: uno spazio ricavato tra le due case familiari, coperto da un telone per proteggere i mobili dalle intemperie. Tuttavia, Mario non si lasciò scoraggiare dalle limitazioni iniziali. Con pochi mezzi ma con grande determinazione, iniziò a lavorare instancabilmente per farsi conoscere.

I primi tempi non furono facili. La clientela era composta principalmente da amici, conoscenti e abitanti del paese, che si fidavano di lui per la qualità del servizio e l'onestà. Mario capì subito che, per far crescere la sua attività, doveva puntare su due aspetti fondamentali: il rapporto diretto con i clienti e la personalizzazione delle soluzioni proposte. Ancora una volta non si limitava a vendere mobili, ma si assicurava che ogni pezzo fosse adatto alle esigenze specifiche di chi lo acquistava.

Per meglio comprendere le esigenze dei suoi acquirenti e per tessere un profondo tessuto che meglio mischiava comunità e clientela, Mario organizzava **eventi e feste**, come le celebri serate all'Euroclub, che divennero un appuntamento imperdibile per tutta la comunità. Queste feste rappresentavano **un'innovazione assoluta nel marketing locale**: non si trattava semplicemente di eventi promozionali, ma di momenti di aggregazione sociale, dove si ballava al ritmo delle orchestre più famose del tempo, si partecipava a lotterie con premi legati all'arredamento e si respirava un'aria di festa e convivialità.

Le serate iniziavano con l'arrivo delle famiglie, dei giovani e dei meno giovani, tutti attratti non solo dalla musica ma anche dalla possibilità di vedere da vicino le nuove proposte d'arredo del mobilificio. **Mario capiva che il successo non risiedeva solo nel vendere mobili, ma nel creare un'esperienza di presa visione e d'acquisto memorabile.** Durante le feste, il marchio Gardini diventava sinonimo di casa, famiglia e tradizione.

Ma l'innovazione non si fermava qui. L'imprenditore introdusse anche **un'esposizione itinerante**: un camion vetrina, allestito come un vero e proprio showroom mobile, che percorreva le strade della Romagna fermandosi nelle piazze durante le sagre e le feste popolari. Questo mezzo, dotato di pareti trasparenti, mostrava al pubblico mobili in esposizione, ricreando ambienti domestici accoglienti e curati nei minimi dettagli. All'interno, ragazze in abiti eleganti accoglievano i visitatori, creando un'immagine di eleganza e familiarità che lasciava il segno.

Un'idea decisamente avanguardistica e rivoluzionaria per l'epoca, che gli permise di raggiungere un pubblico ben più ampio e di far conoscere il marchio Gardini anche al di fuori della comunità, in tutta la Romagna.

Queste iniziative trasformarono Gardini in un marchio riconoscibile e amato, capace di parlare non solo al cliente, ma anche al cuore delle persone. **Mario sapeva che il vero valore aggiunto era la relazione umana**: per questo ogni evento, ogni festa, ogni esposizione diventava un'occasione per costruire fiducia, ascoltare le esigenze e creare legami duraturi. **Era un pioniere nel creare esperienze che legassero il prodotto al territorio e alla comunità, anticipando di decenni le moderne pratiche di marketing esperienziale.**

Nonostante le difficoltà economiche e le sfide del mercato, Mario non smise mai di investire nel suo sogno. Ampliò progressivamente lo showroom, aggiungendo nuovi ambienti espositivi e diversificando l'offerta. Ogni passo avanti era frutto di sacrifici, ma anche di una visione chiara: costruire un'azienda solida che mettesse **al centro la soddisfazione del cliente.**

Mario Gardini non era solo un imprenditore; era un visionario capace di anticipare le esigenze del mercato e di trasformare idee semplici in strumenti di successo. Gardini infatti comprendeva l'importanza del legame con le persone. Aniché puntare solo sul prodotto, investì nel creare esperienze attorno all'acquisto, facendo in modo che ogni cliente si sentisse parte di una storia più grande. Questa capacità di innovare con uno sguardo umano e locale trasformò Gardini in un marchio riconoscibile, dove tradizione e modernità si intrecciano in un equilibrio perfetto. Intuì da subito che per distinguersi doveva fare qualcosa di diverso e questo fu altamente premiante. Le sue strategie, altamente innovative per quei tempi e che oggi potremmo definire di "folkmarketing" erano mosse da una semplice intuizione: avvicinarsi alle persone, creare un legame, rendere Gardini un nome riconoscibile e affidabile.

Così l'azienda continuò a crescere, e con essa crebbe anche la famiglia Gardini. I figli di Mario, Marco e Italia, iniziarono a lavorare in azienda, portando nuova energia e nuove idee. Ma ciò che non cambiò mai fu lo spirito con cui l'impresa veniva gestita.

Mario Gardini ha sempre creduto che il successo di un'azienda non dipendesse solo dai numeri, ma dalle persone. Credeva nel valore delle relazioni umane, nel costruire un rapporto di fiducia con i clienti e nel mettere sempre al centro il rispetto e la qualità. Questi valori sono diventati il cuore pulsante di Gardini e continuano ancora oggi a guidare l'azienda, sotto la guida di Marco e Italia.

Questa storia non è solo il racconto di un'azienda, ma di una famiglia e di una comunità. È la testimonianza di come, partendo da umili origini, sia possibile costruire qualcosa di grande, se si ha il coraggio di credere nei propri sogni e la determinazione di non mollare mai.

Oggi, sessant'anni dopo, Gardini continua a essere un punto di riferimento nel mondo dell'arredamento. Ma tutto è iniziato con Mario Gardini, e con un sogno che ha saputo trasformare in realtà. E quel sogno continua a vivere nelle mani e nei cuori dei suoi figli, che portano avanti con orgoglio e passione l'eredità del loro padre.



1979. Feste davanti al mobilificio

In questa foto si vede quanta gente si radunava davanti al negozio durante le mitiche feste organizzate da Gardini. Serate con orchestre di liscio, musica e allegria che attiravano centinaia di persone, trasformando ogni evento in un momento di festa e in un'originale forma di promozione. Ancora oggi, molti ricordano con affetto quelle serate indimenticabili.



Settimana Cesenate, 1974

Un appuntamento importante per tutto il circondario, a cui il Mobilificio F.lli Gardini partecipava ogni anno con il proprio spazio espositivo — la prima stanza del primo piano dell'edificio che allora ospitava la scuola elementare.

Per la famiglia Gardini era un evento speciale, fatto di allestimenti, incontri e tanta partecipazione. Per i più piccoli, come Marco, significava vivere da vicino la fiera: dall'allestimento allo smontaggio, distribuendo volantini e respirando l'entusiasmo di quei giorni.

Euroclub, 12 settembre 1971

Uno scatto d'epoca che riporta agli anni delle prime iniziative dell'azienda Gardini all'Euroclub, luogo simbolo di incontri e momenti di convivialità per la comunità romagnola.



1977 – Lavori alla facciata del mobilificio

Immagine dei muratori al lavoro durante la realizzazione della nuova facciata con le vetrate a forma di ottagono, divenute nel tempo uno degli elementi distintivi dell'edificio. Nella foto si riconosce anche la sagoma di Maria Vitali, madre di Mario Gardini, a testimonianza della presenza familiare costante nella storia dell'azienda.



1988 Raduno davanti al Mobilificio Gardini

Un grande raduno di moto e auto d'epoca organizzato davanti al mobilificio: una giornata di festa a ingresso gratuito, con vino e vivande offerte a tutti. Un momento di allegria e condivisione che trasformò il piazzale in un luogo d'incontro per l'intera comunità, nel segno dello spirito accogliente e familiare che da sempre caratterizza la storia Gardini.

L'AMICIZIA DI UNA VITA

Intervista a Primo Poggi

Quando entro nella casa del signor Primo Poggi, detto anche Primino, è come fare un salto indietro nel tempo. L'aroma del caffè preparato con la moka si mescola al lieve aroma di legna bruciata proveniente dal camino. Primo e sua moglie Maria mi accolgono con una calorosa semplicità: le tazzine di ceramica marroni sul tavolo mi ricordano quelle di mia nonna, oggetti che portano con sé il calore di un'epoca passata.

Primo, con la sua camicia a quadri blu, lo sguardo vivace e le mani segnate dal lavoro, trasuda l'energia di chi, per '90 lunghi anni, non si è mai fermato un giorno. "Mi piacciono le belle donne," esordisce con un sorriso malizioso. "E le belle tavolate!" La sua frase riassume in poche parole il cuore della sua amicizia con Mario Gardini: la gioia di vivere, il lavoro condiviso e il piacere delle cose semplici, come una buona tavola imbandita.

Un legame nato nella semplicità della Romagna

"Conoscevo Mario dai tempi di Roncofreddo, ma è stato quando si è trasferito a Gateo negli anni '70 che siamo diventati inseparabili," racconta Primo Poggi.

"Eravamo giovani, pieni di sogni e di voglia di fare. All'inizio io lavoravo come falegname e tornitore, lui come agricoltore. I primi passi li abbiamo fatti insieme."

Primo Poggi racconta di un Mario pieno di intraprendenza, capace di cogliere ogni opportunità al volo. *"Nei primi tempi, alla FAIT, io lavoravo il legno mentre Mario guidava un Dodge, hai presente? Quei vecchi camion militari senza servosterzo. Ci faceva le consegne. Era forte, non si fermava davanti a nulla."* La sua voce si accende di entusiasmo quando ricorda le prime avventure lavorative, fatte di fatica ma anche di sogni e speranze. Il suo è uno sguardo carico di ammirazione e di ricordi vividi.

"Lui era un bugar," dice con enfasi, utilizzando una parola che in dialetto romagnolo racchiude un intero mondo di rispetto. Un bugar è qualcuno la cui abilità e affidabilità, sia nella vita professionale che personale, sono così evidenti da rendersi indispensabili. Comprendo dunque che Mario Gardini aveva un carattere vivace e una innata intelligenza commerciale, e che sapeva come conquistare la fiducia delle persone. *"E poi, era buono come il pane,"* aggiunge Primo, con quella semplicità schietta che caratterizza il linguaggio della Romagna. *"L'era un pèz ad pèn,"* ripete con un sorriso, spiegando che l'espressione, benché legata a un elemento così essenziale e universale come il pane, non perde mai la sua forza evocativa.



Foto di Primo Poggi

Come Mario Gardini ha costruito la sua impresa

Poggi mi racconta di Mario Gardini con una luce negli occhi che tradisce l'ammirazione e il rispetto per un uomo che, partendo da zero, è riuscito a costruire un impero. *"Mario era intelligente, con una testa da commerciante,"* sottolinea più volte, quasi a voler rafforzare un concetto già evidente nelle sue parole. *"Sapeva tutto, capiva tutto: dal costo del prodotto al prezzo di vendita, dagli sconti al margine e ai ricavi. Non lavorava mai a caso."*

Dopo la FAIT, Mario lavorò al mobilificio Gasperoni: si era fatto un nome per la sua affidabilità e la sua capacità di costruire relazioni. Consegnava mobili, camere da letto soprattutto. *"Si era fatto un bel giro,"* racconta Primo, *"soprattutto nel Meridione, dove aveva clienti che si fidavano di lui e che gli volevano bene."* Quella rete di relazioni sarebbe stata fondamentale per il passo successivo della sua carriera.

Mario era un osservatore attento. Guardava come funzionava il mercato, studiava le dinamiche tra produttori e commercianti, e capiva che il vero guadagno non era fare consegne per conto di altri, ma avere un prodotto proprio. *"I mobili se li voleva fare da sé,"* dice Primo, *"perché voleva guadagnare lui quei soldi là, non vedere che finivano in tasca a qualcun altro."*

Comprò un pezzo di terreno, costruì il primo capannone e cominciò a produrre o commissionare mobili, con la determinazione di chi non ha paura di iniziare dal basso. *"Ha fatto i milioni di lire,"* dice Primo con un sorriso. *"Ma se li è sudati tutti, perché non ha mai mollato, mai sbagliato un investimento. Conosceva il mercato meglio di chiunque altro e aveva il coraggio di andare fino in fondo."*

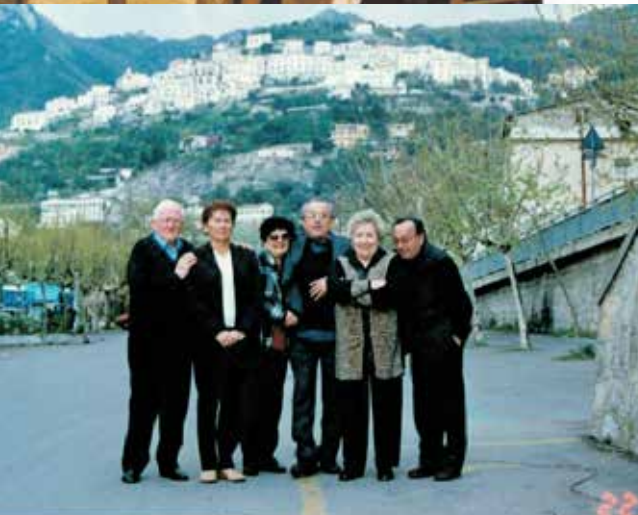
Avventure e baracche: tra lavoro e piacere

Ma Mario non si limitava a essere un grande lavoratore; era un uomo che sapeva godersi la vita. Primo mi racconta di viaggi insieme, di cacce ad anatre, oche e soprattutto tortore dalla Scozia all'Egitto, passando per la Cecoslovacchia, la Polonia e l'Ungheria, seguendone i flussi migratori.

"Eravamo sempre educati, rispettosi e rispettati, come fossimo inglesi. Mario, elegante com'era, lasciava il segno ovunque andasse. Non abbiamo mai discusso, e lui mi chiedeva sempre consiglio prima di fare qualsiasi cosa."

Ma se la caccia era l'anima delle loro avventure, le tavolate erano il cuore della loro amicizia. La taverna di Mario Gardini, fulcro pulsante della sua dimora, era il centro di innumerevoli serate.

"Era grande, arredata con mobili stupendi. C'era un camino enorme, e tutto era pensato per accogliere gli amici. Ogni settimana infatti, la taverna si riempiva di risate, carne alla brace e orchestre romagnole. Mario amava la carne. Sempre bistecche grandi,



Mario Gardini e Primo Poggi

Una raccolta di immagini che raccontano il legame profondo tra Mario Gardini e Primo Poggi, "Primino" per tutti. Nelle prime foto, datate marzo 2002, compaiono insieme alle rispettive mogli, Maria Antonelli e Maria Poggi, e agli amici di sempre: Pierino, fornaio e compagno di tante serate, e Pietro Rosati, cognato di Mario e marito di Guerrina. Scatti familiari, di convivialità semplice e sincera. Nelle immagini successive, Mario e Primo sono ritratti durante le loro battute di caccia. Persino in Egitto, dove li vediamo posare insieme, la complicità è la stessa di sempre: quella tra due uomini che hanno percorso un lungo tratto di vita fianco a fianco.

infilzate con il forchettone, e via giù con il Sangiovese. Non si beveva acqua, solo vino. Si mangiava, si beveva, si rideva. Le migliori orchestre romagnole si esibivano per noi, col ritmo e la vitalità tipiche della nostra terra. Ogni momento era un'opportunità per godersi la compagnia reciproca e per ridere di tutto, senza mai prendersi troppo sul serio".

Le feste

Le feste organizzate da Mario erano epiche, racconta Primo con gli occhi che gli brillano. Una volta, mi dice, riuscì a chiudere tutte le strade provinciali per un evento a Gatteo, con paracadutisti che arrivavano da Rimini. *"Era una festa grande, così grande che nessuno se l'aspettava. Te lo immagini? Tutto chiuso, una domenica intera dedicata alla musica e al divertimento. Mario sì che sapeva come fare le cose in grande."*

"Facevamo i giudici per i concorsi di bellezza, sai? Miss Mamma, Miss Donna e così via. A Gatteo Mare, a Santarcangelo, a Cesenatico, in tutta la Romagna insomma. Eravamo in prima fila con la cartella in mano, pronti a dare i voti: zero, due, ma anche sette, otto. Quando passavano le belle ragazze, quelle con le gambe lunghe e i capelli folti, ci scambiavamo occhiate e decidevamo i voti. 'Quella lì va bene,' mi diceva Mario, 'ma quella lì cammina male!' Era tutto un gioco, ma ci divertivamo un mondo: eravamo sempre in baracca".

Un uomo che costruiva legami e lasciava il segno

Mario non era solo un amico per Poggi; era un modello di lungimiranza.

"Lui non diceva mai un sì con leggerezza. Prima di fare un passo, studiava, si informava, ci faceva 'la giostra attorno.' E non sbagliava mai."

Comprendo presto che l'amicizia tra Mario e Primo Poggi era fatta anche di gesti semplici e sinceri, perché Mario Gardini aveva un buon cuore, e un modo speciale di coinvolgere le persone. *"Quando mi sono rotto le gambe, Mario mi caricava in macchina e mi portava a mangiare nei ristoranti più belli di Cesena. Mi faceva sentire importante, mi coinvolgeva in tutto, anche nei suoi affari."* Primo Poggi si ferma un attimo, lo sguardo si addolcisce. *"Non era solo un amico, era come un fratello. Mi chiedeva sempre consiglio prima di fare un investimento. Non faceva mai niente senza pensarci mille volte."*

Anche la casa di Poggi è un simbolo dell'amicizia tra i due. *"Ho ancora i mobili di Gardini,"* dice con orgoglio. *"La cucina, quel bellissimo tavolo in olmo e tante altre cose. Mario mi diceva sempre: 'Prendilo, è unico, è romagnolo.' Lui sapeva apprezzare la bellezza delle cose semplici, fatte bene."*



Angelo e Primo, due presenze care nella vita di Mario Gardini.

Non si conoscono il luogo né la data di questa foto, ma resta vivo il legame che racconta: Angelo, figlio della sorella maggiore di Mario; accanto a lui, l'immanicabile Primo Poggi, amico fraterno e compagno di una vita.



Mario Gardini ed i suoi compagni di "avventure"

Un gruppo in posa durante un viaggio in Egitto: tra loro, in basso, si riconoscono Mario Gardini e l'amico Primo Poggi.

**Mario Gardini con l'amico di sempre,
Primo Poggi — "Primino" per tutti.**

In questa foto, sono insieme ai tifosi del Cesena Calcio al ristorante Le Felloniche di Longiano, in una delle tante cene che li hanno uniti fino alla sera prima della scomparsa di Mario.



22 gennaio 1989

Immagine scattata alla balera Belfagor di Roncofreddo, durante la tradizionale festa della "Ligaza". Per l'occasione, Mario aveva fatto preparare un maiale in porchetta accompagnato da damigiane di Sangiovese — un gesto che racconta la sua generosità e lo spirito conviviale di quegli anni.



14 novembre 1988 – Una serata tra amici

Mario Gardini partecipa, su invito di Oliviero Piovesana (padre di Cristina, oggi amministratrice delegata di Alf Da Frè), a una battuta di caccia seguita da una cena conviviale. Un momento di amicizia e racconti, tra passione per la caccia e dialoghi di lavoro.



Luglio 2005 – Festa per il titolo di Cavaliere del Lavoro Lube

Una serata speciale dedicata a Mario Gardini, insignito del titolo di Cavaliere del Lavoro Lube. Un riconoscimento al suo impegno, alla visione imprenditoriale e a una vita interamente dedicata al lavoro e alle persone. Nella foto anche l'allora Ministro Giovanardi, il presidente di Lube Fabio Giulianelli ed il fondatore Luciano Sileoni.



Mario e Maria

Insieme hanno costruito tutto: la famiglia, la casa e quel sogno che ancora oggi continua attraverso la storia di Gardini. Due vite diverse, ma legate dalla stessa forza — quella dell'amore, della fiducia reciproca e della dedizione quotidiana.



14 maggio 2017 – Compleanno di Mario Gardini

Festeggiamento a Gatteo Mare, circondato da familiari e amici di sempre. Nella foto compaiono: la sorella di Maria, Guerrina, con il marito Pietro Rosati; il nipote Angelo, figlio della prima sorella di Mario, con la moglie Laura; Matteo, figlio di Italia; Primo Poggi, storico amico di una vita, con la moglie Maria.



Posacenere realizzato dalla Platea di Poggi

Un piccolo oggetto dal grande valore affettivo, residuo di una delle lavorazioni artigianali di Primo Poggi. Un segno concreto di un'amicizia e di una collaborazione che hanno lasciato tracce anche nei dettagli quotidiani, come raccontato nel libro.

La collaborazione lavorativa: i posaceneri di Primo per Gardini

Primo mi racconta con orgoglio *“Per Gardini ho fatto pure i posaceneri”* e gli occhi gli brillano di soddisfazione. Manufatti speciali, fatti di plastica ABS, un materiale che, all’epoca, era tra i pochi che si potessero cromare. *“Erano così belli, dorati e imponenti”* ricorda; *“andavano via come il pane.”*

I posaceneri erano un omaggio al design e alla praticità. La forma, ispirata a un timone da nave, era un chiaro richiamo al territorio marittimo della Romagna.

“Preciso, bello e grande,” descrive Primo, come se lo tenesse ancora tra le mani. Il nome Gardini era inciso con cura nella plastica, un dettaglio che rendeva ogni pezzo unico e identificabile, simbolo dell’eleganza e della qualità che l’azienda rappresentava.

“Marco di sicuro uno in casa ne ha ancora,” sorride, *“erano davvero un pezzo d’arredo, non solo un oggetto funzionale”*. Un contributo piccolo eppure significativo, quello di Primo all’attività di Mario, poiché testimonia l’unione tra talento artigianale e spirito imprenditoriale, con un unico filo conduttore: una grande amicizia.

Un’eredità di amicizia e affetto

Alla fine, la voce di Primo Poggi si incrina ricordando gli ultimi anni di Mario, dopo la scomparsa della moglie Maria. *“Non si è mai ripreso davvero. Era allegro, sì, ma era un’allegria finta.”* Quando Mario morì, Primo Poggi racconta di aver perso una parte di sé. *“L’ultima sera che siamo stati insieme, abbiamo mangiato bistecche e bevuto vino. Ridevamo e scherzavamo come sempre. Poi, il giorno dopo, Marco mi ha chiamato. Non potevo crederci.”*

Poggi conclude con una riflessione che racchiude tutta la sua vita accanto a Mario:

“Che bella l’amicizia. Io la vita l’ho vissuta con gli amici. Mario era più di un amico, era un fratello. Con lui ho fatto la vita.”

E così apprendo che l’eredità di Mario Gardini vive e fiorisce ancora oggi, nei suoi figli, nella sua azienda, nelle parole di chi gli ha voluto bene.

Mentre lascio la casa di Primo Poggi, con il profumo del caffè ancora nell’aria, mi porto via il senso profondo di un’amicizia vera, di quelle che attraversano i decenni e sopravvivono nel ricordo. E penso che forse, nel cuore della Romagna, tra una tavola imbandita e un’avventura di caccia, si trovi la vera essenza della vita.



2012 – Nel punto vendita di Cesena

Mario Gardini abbraccia la figlia Italia all'interno del negozio di Cesena. Alle loro spalle, Marco Gardini. Un momento spontaneo e familiare, che racchiude l'affetto e la vicinanza che hanno sempre unito la famiglia Gardini.

GARDINI E L'EVOLUZIONE DEGLI AMBIENTI DOMESTICI

Le case raccontano storie. Non sono solo luoghi dove viviamo, ma specchi di chi siamo, di come cambiamo e, soprattutto, di come immaginiamo il nostro futuro. Da sempre, gli ambienti domestici riflettono i mutamenti della società: il progresso economico, le trasformazioni culturali, le innovazioni tecnologiche.

In Romagna, come in tutta Italia, il Novecento è stato un secolo di rapide evoluzioni, che hanno visto le case trasformarsi da spazi funzionali a veri e propri templi della convivialità e del benessere.

Per comprendere queste trasformazioni, non si può non guardare al ruolo che aziende come Gardini hanno avuto nel plasmare gli interni delle abitazioni, rendendoli specchio di un gusto in costante evoluzione. Con la loro passione per le soluzioni di arredo e la capacità di ascoltare le esigenze delle persone, Mario Gardini e, successivamente, i suoi figli Marco e Italia hanno contribuito a scrivere una pagina importante nella storia degli ambienti domestici italiani.

Negli anni '50 la casa era ancora il fulcro della vita familiare, ma con un'idea di spazio profondamente legata alla necessità. Le abitazioni romagnole erano spesso semplici, spartane, pensate per rispondere ai bisogni essenziali. La bellezza risiedeva nella funzionalità e nella solidità, valori che riflettevano una società che aveva bisogno di ricostruirsi e di guardare avanti.

Con il boom economico degli anni '60 e '70, fino a proseguire per tutti gli anni '80, anche le case cominciarono a riflettere il desiderio di benessere e modernità.

Fu un periodo in cui gli spazi domestici si ampliarono e si arricchirono di nuove funzioni. Il soggiorno, ad esempio, divenne il luogo della socialità, il biglietto da visita della casa, e i mobili cominciarono a riflettere una fusione di estetica e praticità. Le cucine, prima luoghi separati, iniziarono a integrarsi con gli altri ambienti, anticipando il concetto moderno di *open-space*. Mario, con la sua capacità di anticipare i bisogni delle persone, comprese l'importanza di offrire arredamenti che non solo fossero pratici, ma che raccontassero anche uno stile di vita.

Era un periodo di innovazioni e sperimentazioni: le prime cucine componibili, i mobili modulari, gli arredi dalle linee moderne. Gardini fu tra i primi a portare in Romagna questi concetti, proponendo soluzioni che si adattassero ai nuovi desideri di una società in rapido cambiamento.

Negli anni '90, l'idea di casa si trasformò ulteriormente. Gli spazi iniziarono a raccontare storie personali, a riflettere i gusti e le passioni di chi li abitava. Era l'epoca dei colori vivaci, delle texture audaci, dei dettagli che rendevano ogni ambiente unico. Le case diventavano sempre più aperte e flessibili, con mobili che permettevano di

sfruttare ogni angolo in modo creativo. Ogni stanza, ogni mobile, ogni dettaglio era studiato per rispondere a una visione precisa: quella di una casa che non fosse solo un luogo da abitare, ma un'esperienza da vivere. Oggi, la casa è il luogo dove tradizione e innovazione si incontrano. Le cucine sono il cuore pulsante, spazi iperfunzionali dove la tecnologia si intreccia con il design. I soggiorni sono pensati per accogliere, rilassare e stupire, mentre le camere da letto sono rifugi di intimità e benessere. In questo panorama, Gardini continua a essere un punto di riferimento, specialmente in Romagna, poiché continua a interpretare i bisogni contemporanei con la stessa passione che animava Mario nei suoi primi anni di attività.

Ciò che distingue Gardini è la capacità di non perdere mai di vista le radici, di rimanere fedeli a quei valori di qualità, artigianalità e attenzione alle persone che da sempre caratterizzano l'azienda.

Anche oggi, ogni mattina, la famiglia Gardini si alza con una domanda semplice ma potente: "Come possiamo fare meglio?" E la risposta si riflette in ogni casa arredata, in ogni cliente soddisfatto, in ogni nuovo progetto che prende vita.

La Cucina: da focolare a spazio multifunzionale

La cucina ha sempre rappresentato il cuore pulsante della casa. È lo spazio dove la famiglia si riunisce, il luogo del calore domestico e delle tradizioni culinarie che si tramandano di generazione in generazione. Tuttavia, il ruolo e la configurazione della cucina sono cambiati profondamente nel corso degli anni, evolvendo insieme alle necessità e agli stili di vita delle famiglie italiane. Gardini, sin dagli esordi, ha accolto, talvolta interpretato e sempre accompagnato queste trasformazioni, offrendo soluzioni in grado di soddisfare la domanda del mercato, rispondendo prontamente e offrendo prodotti in grado di combinare funzionalità e design.

Durante il boom economico degli anni '50 e '60, l'ambiente cucina sperimentò le prime, grandi trasformazioni. I miglioramenti economici e il diffondersi di elettrodomestici come il frigorifero e i fornelli a gas condussero gli italiani verso un concetto più moderno di questo spazio.

Negli anni '70, la cucina diventò un simbolo di emancipazione e innovazione, rispecchiando i cambiamenti sociali e culturali di un decennio in fermento. Fu un periodo di sperimentazione in cui nuovi materiali, come laminati plastici e acciaio inox, iniziarono a sostituire quelli tradizionali, offrendo superfici più facili da pulire, più igieniche e più resistenti all'usura. Questo approccio moderno trovò terreno fertile in un'Italia che guardava al futuro con ottimismo, abbracciando il design contemporaneo senza dimenticare le proprie radici. Sin da subito Gardini, sebbene all'inizio della sua attività imprenditoriale fosse maggiormente concentrato sulla produzione e rivendita di camere da letto, comprese l'importanza di avvalersi di grandi partner produttivi per garantire qualità e innovazione ai propri clienti.

Collaborò e strinse accordi di rivendita commerciali – ancora oggi in vigore - con azien-

de che, nel tempo, sarebbero diventate icone del design e della produzione italiana e internazionale di cucine e spazi living. Grazie a queste sinergie e a questa sua capacità di collaborare con i migliori produttori del settore, Gardini riuscì a proporre, in un'epoca di grandi cambiamenti, arredi innovativi, in linea con gli standard qualitativi più elevati.



Anni '70

Due tra le prime foto risalenti al periodo in cui Mario, insieme ad alcuni colleghi, si staccò dal Mobilificio Gasperoni di Savignano sul Rubicone, allora di proprietà di Gasperoni e Raggini, per iniziare a produrre a Gatteo. Le immagini mostrano uno dei primi living e delle cucine realizzati. Erano anni di entusiasmo e di grande richiesta, quando la produzione non bastava a soddisfare la domanda — e da quell'intuizione nacque il passo successivo: la commercializzazione dei prodotti di altri marchi, base di quella rete di negozi che ancora oggi rappresenta la realtà Gardini.



Eleganza contemporanea

Una delle moderne cucine Lube esposte negli showroom Gardini: linee essenziali, superfici materiche nei toni del grigio e un design che coniuga minimalismo e funzionalità. Ogni dettaglio riflette l'evoluzione del gusto italiano, oggi orientato verso ambienti eleganti, luminosi e altamente accessoriati — spazi da vivere, dove estetica e tecnologia si incontrano in perfetto equilibrio.

Negli anni '80 e '90, la cucina iniziò ad aprirsi agli altri spazi della casa, trasformandosi da ambiente chiuso a luogo di socializzazione. Negli Stati Uniti, la tendenza delle open space kitchen emerse come risposta al cambiamento dello stile di vita dell'americano medio, influenzando poi il design globale. In Italia, tuttavia, l'adozione delle cucine a vista avvenne in modo più graduale, diventando una vera e propria tendenza consolidata proprio negli anni '80 e '90.

Questo fu un altro trend che Gardini seppe valorizzare, proponendo soluzioni integrate con il soggiorno. In quel periodo infatti, la cucina iniziò a fondersi con il soggiorno o la zona pranzo, rispecchiando la volontà di creare ambienti più sociali e condivisi. Questo cambiamento rispecchiava anche un'evoluzione culturale: la casa come luogo di incontro e convivialità, dove il cucinare e il mangiare insieme diventavano esperienze centrali. Tavoli allungabili, penisole e banconi con sgabelli divennero elementi centrali delle nuove proposte d'arredo.

Con l'avvento degli anni 2000, la cucina si è evoluta in uno spazio multifunzionale, che unisce estetica e tecnologia: da semplice focolare domestico diviene palcoscenico dove si svolgono le storie di ogni giorno. Non è più solo un luogo per cucinare e consumare i pasti, ma anche un luogo per lavorare, ricevere ospiti e condividere momenti conviviali. Gardini ha saputo interpretare questa evoluzione proponendo cucine dal design minimale, con soluzioni salvaspazio e tecnologie all'avanguardia. L'illuminazione a LED integrata, i sistemi di apertura push-pull e i piani cottura a induzione, la domotica e l'AI sono solo alcune delle innovazioni che hanno caratterizzato un turning point nelle cucine moderne.

Gardini ha anche contribuito a rendere la cucina più sostenibile, scegliendo materiali ecologici e collaborando con fornitori che rispettano elevati standard ambientali. Questo impegno riflette l'evoluzione delle esigenze dei clienti, sempre più attenti non solo all'estetica, ma anche all'impatto ambientale dei prodotti.



2024 – Vetrine del punto vendita di Cesena

Le vetrine del negozio di Cesena, curate nei dettagli per valorizzare le collezioni e raccontare lo stile Gardini. Un allestimento che unisce estetica, creatività e attenzione all'accoglienza.

Curiosità etimologiche e storiche:

Origine del termine "credenza": Il termine "credenza" affonda le sue radici nel latino medievale *credentia*, che significa "fiducia" o "affidabilità". Questo nome rifletteva una pratica fondamentale nella vita quotidiana delle corti medievali.

Durante il Medioevo, infatti, la credenza aveva una funzione specifica legata alla sicurezza alimentare. Nei banchetti delle famiglie nobili e reali, i cibi e le bevande venivano disposti su un mobile — spesso imponente e decorato — prima di essere serviti. Qui avveniva il momento della "prova della credenza": un servitore assaggiava ogni pietanza per accertarsi che non fosse avvelenata, un timore reale in un'epoca in cui gli intrighi di palazzo erano comuni.

La credenza veniva utilizzata anche per esporre oggetti preziosi, come stoviglie in argento o ceramiche raffinate, simboli di ricchezza e prestigio della famiglia proprietaria. Con il passare dei secoli, la credenza perse la sua funzione originaria di verifica della sicurezza dei cibi e si trasformò in un mobile destinato a conservare stoviglie, tovaglie e accessori per la tavola.

Oggi, la credenza rappresenta un elemento decorativo ma porta con sé l'eco di un passato ricco di storia, cultura e tradizione. È un simbolo dell'evoluzione degli ambienti domestici e della loro capacità di adattarsi alle esigenze dei tempi, mantenendo viva la memoria delle pratiche e delle abitudini che hanno definito un'epoca.

La lavastoviglie: "Negli anni '80, racconta Marco, la lavastoviglie era un vero e proprio status symbol di modernità e progresso domestico. Uno degli elementi più distintivi era il cruscotto, sempre posizionato ben in vista e mai incassato, che non solo consentiva di controllare l'elettrodomestico, ma fungeva soprattutto da dichiarazione di prestigio. Esso infatti sottolineava il valore della tecnologia avanzata e il desiderio di mostrarla agli ospiti come segno di uno stile di vita innovativo e attento al comfort. La scelta della lavastoviglie non era più solo una questione di funzionalità, ma anche un'affermazione di status che rispecchiava i cambiamenti culturali dell'epoca. Oggi, invece, diamo per scontato che ci sia".

L'evoluzione dell'ambiente living: dal formale alla convivialità

Il soggiorno, cuore della casa e specchio dei tempi, ha subito un'evoluzione che riflette il cambiamento delle abitudini sociali e culturali. Nei primi decenni del Novecento, il soggiorno era una stanza formale, pensata per ricevere gli ospiti e mostrare il proprio status sociale. Gli arredi erano imponenti e decorativi, destinati perlopiù a stupire che a essere utilizzati e vissuti quotidianamente.

Con il passare del tempo e l'avvento del boom economico, il soggiorno iniziò a trasformarsi in uno spazio più vissuto, più intimo, un luogo centrale per la vita familiare. Le famiglie si riunivano dopo cena, accendendo l'unico schermo di casa, che diventava il simbolo della modernità e del progresso.

Negli anni '70 e '80, il soggiorno si evolse ulteriormente, riflettendo uno stile di vita più

informale e orientato alla socialità. Divani e poltrone presero il posto di sedie rigide e formali, mentre mobili modulari e pareti attrezzate iniziarono a rendere lo spazio più versatile. Questo periodo segnò anche l'introduzione di arredi pensati per accogliere le nuove tecnologie, come stereo e impianti hi-fi, trasformando il soggiorno in un centro multifunzionale dove rilassarsi, ascoltare musica e trascorrere tempo di qualità con amici e famiglia.

Oggi, il soggiorno è un luogo di convivialità che si adatta alle esigenze di chi lo vive. È uno spazio fluido, in cui il comfort si unisce al design, e la funzionalità incontra l'estetica. Questa evoluzione non è stata solo il riflesso dei cambiamenti sociali, ma anche il risultato di intuizioni imprenditoriali che hanno saputo interpretare e talvolta anticipare le tendenze. Gardini, con la sua capacità di ascoltare i bisogni dei clienti e proporre soluzioni innovative, è stata parte integrante di questa trasformazione, contribuendo a modellare l'ambiente living così come lo conosciamo oggi.

Marco Gardini racconta con orgoglio:

"All'inizio non c'era nulla che non trattassimo. Quando penso agli esordi, mi torna in mente il nostro catalogo: una collezione così vasta e variegata che si faticava a tenerla ordinata. Dagli articoli per bambini, come culle e seggioloni, agli specchi che arredavano con eleganza gli ingressi delle case, fino ai lampadari: c'era davvero di tutto. Il soggiorno, in particolare, rappresentava un terreno fertile per le soluzioni più disparate, e i nostri clienti ci cercavano per arredare spazi che erano il cuore pulsante della convivialità domestica.

***C'erano mobili che oggi fanno sorridere per la loro specificità** ma che allora erano indispensabili. Penso, ad esempio, ai **mobili per il telefono**, quei piccoli angoli dedicati dove il telefono fisso trovava una sua collocazione precisa, con il suo sgabello o sedia abbinata, e l'immane elenco telefonico, a metà strada tra funzionalità e decorazione. E che dire **dei mobili porta-televisore**? Non solo dovevano ospitare il televisore – un oggetto che all'epoca era ancora un lusso – ma molti erano dotati di stabilizzatori di potenza integrati, una necessità per preservare la preziosa tecnologia dai cali di tensione frequenti di quei tempi.*

***I mobili da ingresso**, oggi praticamente scomparsi, erano un altro elemento immane. Si trattava di soluzioni studiate per dare un'immediata impressione di ordine e stile: specchi, cassapanche, portaombrelli, e piccoli cassetti per riporre le chiavi. Erano un biglietto da visita per chi entrava in casa, e noi eravamo fieri di offrire ai nostri clienti proposte che combinavano praticità ed eleganza.*

Non ci fermavamo mai alla sola funzione. Ogni pezzo che vendevamo era progettato per rispondere a bisogni concreti, ma puntavamo sempre a fare di più. Ci piaceva proporre innovazioni che anticipassero le tendenze, sorpendendo i clienti con dettagli che non avevano nemmeno pensato di desiderare. Ricordo ancora i **carrelli porta-stereo**, oggetti simbolo di modernità, che permettevano di spostare facilmente il giradischi

da una stanza all'altra, trasformando l'ascolto della musica in un'esperienza condivisa.

Quegli anni erano un periodo di fermento e creatività, e noi ci sentivamo parte di una missione: portare bellezza e innovazione nelle case italiane, con soluzioni che, anche nella loro semplicità, parlavano di un'attenzione autentica ai dettagli e ai desideri delle persone."

L'evoluzione del salotto

Il salotto, un tempo considerato quasi un luogo sacro e celebrativo nelle case italiane, racconta in sé una trasformazione profonda del vivere domestico. Chiunque abbia vissuto l'infanzia in Italia ricorda quella sensazione quasi plastificata del sedersi sul divano della nonna, impreziosito da minuziosi merletti fatti all'uncinetto oppure protetto da un velo di cellophane che ne salvaguardava l'integrità. Era un complemento d'arredo prezioso, spesso acquistato con sacrificio e destinato a durare per decenni; rappresentava un simbolo di status, un segno di cura e rispetto per le cose belle e ben fatte.

Il divano "della nonna" – per intenderci - era il fulcro di un salotto spesso poco vissuto, dedicato agli ospiti e alla famiglia nelle occasioni speciali. I bambini vi si potevano sedere solo sotto stretta sorveglianza, e guai a rovinare quel prezioso involucro di plastica che, per quanto scomodo, era una protezione indispensabile contro i segni del tempo e dell'usura.

Oggi, invece, il divano è diventato il cuore pulsante della casa, l'elemento attorno al quale si sviluppano la vita quotidiana e il tempo condiviso. Non è più un oggetto da contemplare a distanza, ma un luogo vissuto, utilizzato, amato. Si mangia, si beve, si gioca, si guarda la televisione. È il centro nevralgico della convivialità domestica, dove ci si rilassa dopo una lunga giornata o si accolgono gli amici per una serata in compagnia.

Questa evoluzione racconta molto dei cambiamenti della società e del modo di vivere la casa. Il salotto non è più solo un luogo di rappresentanza, ma un riflesso delle esigenze contemporanee: comodità, praticità e versatilità. Gardini ancora una volta ha certamente saputo interpretare questa trasformazione, proponendo soluzioni che non solo si adattano alle tendenze, ma che offrono al contempo una qualità pensata per resistere al tempo e all'uso quotidiano.

Dai primi modelli eleganti e formali, si è passati a divani modulari, trasformabili, facili da pulire, pensati per accogliere famiglie numerose, animali domestici e amici. Non più cellophane, ma tessuti resistenti e sfoderabili, colori caldi e accoglienti, linee moderne che coniugano estetica e funzionalità. Il divano in particolare e il salotto in generale sono diventati un simbolo di accessibilità e comodità, un arredo che racconta storie, raccoglie sorrisi e, soprattutto, accompagna la quotidianità di chi lo vive.

L'evoluzione della camera da letto – dal riposo alla rigenerazione

La camera da letto, da sempre spazio dedicato al riposo e alla privacy, ha subito una trasformazione profonda nel corso degli anni, riflettendo i cambiamenti delle esigenze e degli stili di vita delle persone. Se un tempo era un luogo di semplice funzione, oggi la camera da letto è diventata un rifugio personale, uno spazio di rigenerazione fisica e mentale, dove il benessere e il comfort sono prioritari.

Dagli anni '50 agli anni '60, la camera da letto era spesso un ambiente austero ma curato, dominato da elementi tradizionali come letti in ferro battuto, armadi massicci e biancheria ricamata. Ogni pezzo era pensato per durare nel tempo e tramandare valori familiari. Gardini, agli esordi della sua attività imprenditoriale e sempre attento a soddisfare i bisogni delle famiglie italiane, offriva soluzioni robuste ed eleganti, che rispecchiavano il gusto dell'epoca e l'importanza attribuita alla durata e alla qualità dei materiali.



Sogni di altri tempi

Una delle camere da letto Gardini dei primi anni 2000, caratterizzata da tessuti vellutati nei toni del porpora. Un design dal gusto barocco che racconta un'epoca in cui l'arredo cercava calore, ricchezza e personalità. Oggi le tendenze si orientano verso l'essenzialità, ma ogni ambiente come questo testimonia la capacità di Gardini di interpretare — e spesso anticipare — i cambiamenti del gusto italiano.

Negli anni '80, le camere da letto iniziarono a riflettere un nuovo desiderio di modernità e personalizzazione. Le linee diventavano più essenziali, i materiali più innovativi e le finiture più audaci. Gardini colse queste tendenze, introducendo soluzioni che abbinavano funzionalità e design, come i primi sistemi modulari per armadi e letti. Fu un periodo in cui la camera da letto non era solo un luogo per dormire, ma iniziava a integrare altre funzioni, come la lettura, il relax e persino il lavoro.

L'arrivo degli anni '90 portò un'ulteriore evoluzione. Il concetto di camera da letto si allargava, incorporando elementi come cabine armadio, testate imbottite e sistemi di illuminazione integrati. I letti non erano più semplici strutture, ma centri di comfort con reti ergonomiche e materassi studiati per migliorare la qualità del sonno. Gardini si adattò rapidamente a queste nuove richieste, collaborando con marchi specializzati per offrire soluzioni innovative, come materassi ortopedici, sistemi di contenimento sotto-letto e armadi dotati di tecnologie moderne per l'organizzazione dello spazio.

Oggi la camera da letto è molto più di una stanza; è un luogo dove si celebra il benessere e la cura di sé. L'arredamento di Gardini continua a rispondere a queste esigenze, proponendo soluzioni che mettono al centro la persona e le sue abitudini.

Dai letti imbottiti con finiture personalizzate ai sistemi di illuminazione regolabili per creare l'atmosfera perfetta, ogni dettaglio è studiato per offrire un'esperienza unica.

Gardini ha saputo accompagnare questa evoluzione non solo con mobili, ma anche con una visione del vivere che punta alla qualità della vita. La camera da letto, da spazio privato e tradizionale, si è trasformata in un luogo multifunzionale, un rifugio dove rigenerarsi e riconnettersi con sé stessi, e Gardini ne ha interpretato ogni fase, offrendo arredi che non sono solo belli, ma che raccontano anche una storia di innovazione, passione e attenzione al cliente.

La testimonianza di Marco Gardini: il boom delle camere da letto

"Inizialmente nostro padre ha fondato il mobilificio Gardini proprio per la produzione e la rivendita di camere da letto. Era un periodo di boom economico e la domanda superava di gran lunga l'offerta. Ricordo che mio padre diceva sempre: 'Se avevo quattro camere da letto pronte, ne vendevo cinque. Se ne avevo dieci, ne vendevo undici.'

La gente comprava perché c'era un desiderio diffuso di rinnovare la casa, di migliorare la qualità della vita, e la camera da letto era vista come un simbolo importante di questa crescita.

Non c'era tutta la personalizzazione che vediamo oggi. Le camere da letto di allora erano standard, con linee imponenti e un'estetica che trasmetteva solidità e bellezza. Erano realizzate per durare una vita, pensate per essere funzionali e per rispecchiare lo stile dell'epoca, ma senza troppe varianti. Ti adattavi a quello che c'era. Questo non significava mancanza di qualità, anzi. I materiali erano eccellenti, i dettagli curati e ogni elemento contribuiva a creare un ambiente che unisse comfort e prestigio.

La camera da letto non era solo un luogo dove dormire, ma anche un simbolo di status. Possederne una ben arredata significava mostrare al mondo che si era riusciti a raggiungere un certo livello di benessere. Non c'erano tante opzioni modulari o scelte di design personalizzate come oggi. Si sceglieva un modello e lo si portava a casa, sapendo che avrebbe soddisfatto pienamente le aspettative.

Quegli anni sono stati il trampolino di lancio per ciò che siamo diventati. Mio padre sapeva leggere il mercato, aveva un intuito straordinario e una capacità unica di cogliere il momento. È grazie a questa visione che il nome Gardini è diventato sinonimo di qualità e affidabilità."

Lo studio: da lusso a necessità

Negli ultimi decenni, lo spazio domestico ha subito trasformazioni profonde, e tra queste, uno degli ambienti che ha vissuto una delle evoluzioni più significative è senza dubbio "lo studio". Un tempo considerato un lusso, riservato a professionisti benestanti o a case particolarmente spaziose, oggi lo studio è diventato una necessità per molte famiglie. Gardini ha saputo interpretare e anticipare questa trasformazione, offrendo soluzioni che coniugano design, funzionalità e tecnologia.

Negli anni '60 e '70, lo studio era spesso uno spazio esclusivo e rappresentativo, più decorativo che realmente operativo. Era arredato con scrivanie imponenti, poltrone in pelle e librerie massicce, pensato per impressionare gli ospiti e simboleggiare lo status sociale del proprietario. Non era raro che queste stanze fossero usate sporadicamente, servendo più come biglietto da visita che come ambiente quotidiano.

Gardini, in quegli anni, offriva mobili per lo studio caratterizzati da una forte presenza "scenica": scrivanie in legno massello, rifiniture curate e librerie che incorniciavano pareti intere. Erano pezzi pensati per durare, che univano la solidità dei materiali alla bellezza dell'artigianato.

Con l'avvento dei primi computer e l'inizio di un'era più tecnologica, lo studio iniziò a trasformarsi. Da spazio puramente estetico, divenne un ambiente operativo. Le scrivanie si adattarono per ospitare monitor, tastiere e stampanti, mentre i mobili iniziarono a integrare sistemi di cablaggio per gestire la crescente presenza di dispositivi elettronici.

Ancora una volta Gardini rispose a questa esigenza sviluppando soluzioni modulari e flessibili, progettate per adattarsi ai nuovi ritmi della vita domestica. Gli armadi e le librerie furono ripensati per includere vani dedicati agli apparecchi elettronici, la praticità divenne il focus principale, senza però mai sacrificare l'estetica.

Negli ultimi anni, con la diffusione dello smart working e della didattica a distanza, lo studio è diventato un elemento centrale nella vita quotidiana di molte famiglie.

Non si tratta più di un ambiente opzionale, ma di uno spazio indispensabile che deve rispondere a molteplici esigenze: lavoro, studio, creatività e spesso anche svago.

E se le dimensioni della casa non lo permettono, lo studio viene integrato con eleganza

in altri spazi della casa, come il living o la cucina. Soluzioni di desk a scomparsa, scaffali multifunzionali e piccoli angoli studio si fondono armoniosamente con il resto dell'arredamento, permettendo di sfruttare al massimo ogni centimetro senza rinunciare all'estetica. Gardini ha sviluppato e continua a sviluppare progetti che garantiscono questa integrazione fluida, unendo funzionalità e design.

Innovazione nei materiali

Il legno, materiale nobile e versatile, è da sempre al centro della filosofia di Gardini. Dai primi passi dell'azienda fino ai giorni nostri, il legno ha rappresentato la colonna portante di ogni creazione, simbolo di solidità, artigianalità e rispetto per la tradizione. Tuttavia, l'evoluzione delle tecniche di lavorazione e del design ha portato a un cambiamento significativo nel modo in cui questo materiale viene utilizzato, rispondendo alle esigenze di una società in continua trasformazione.



2016 – Marco Gardini e Piero Priori (Noctis)

Incontro dedicato alla valutazione dei nuovi inserimenti di letti imbottiti Noctis, frutto di una collaborazione consolidata e orientata all'innovazione.

Dai legni massicci alle finiture moderne

In passato, i mobili Gardini erano caratterizzati dall'impiego di legni scuri e massicci, come l'olmo e il noce. Tavoli robusti, sedie solide e credenze imponenti erano progettati per durare una vita intera, rispecchiando la cultura del tempo che vedeva nei mobili un investimento per le generazioni future. Questi pezzi non erano solo elementi funzionali, ma veri e propri simboli di prestigio, spesso rifiniti con intagli artigianali e dettagli decorativi che ne esaltavano la bellezza naturale.

Con il passare del tempo, tuttavia, il gusto del pubblico è cambiato. La necessità di ambienti più leggeri e luminosi, unita all'evoluzione degli stili di vita, ha portato a una trasformazione sia estetica che funzionale nel design dei mobili. Oggi, il legno continua a essere protagonista, ma si presenta in versioni più chiare e minimaliste, come il rovere sbiancato o il frassino, con finiture opache o naturali che valorizzano le venature e donano un senso di autenticità e modernità.

Pur rimanendo fedele al legno, Gardini ha saputo integrare materiali innovativi per arricchire le sue collezioni e soddisfare le esigenze di un mercato sempre più variegato. Acciaio, vetro e laminati sono stati combinati con il legno per creare mobili dal design contemporaneo, capaci di fondere estetica e funzionalità. Questi materiali non solo hanno ampliato le possibilità creative, ma hanno anche reso i mobili più versatili, leggeri e adatti a contesti abitativi moderni.

Un esempio emblematico è rappresentato dalle superfici antigraffio e idrorepellenti, ottenute grazie all'uso di rivestimenti tecnologicamente avanzati che conservano l'aspetto naturale del legno. Queste soluzioni permettono di mantenere la bellezza e la resistenza dei mobili nel tempo, garantendo una maggiore facilità di manutenzione.

Il connubio tra artigianalità e tecnologia

Uno dei punti di forza di Gardini è la capacità di coniugare l'artigianalità con l'innovazione tecnologica. Nonostante l'introduzione di processi industriali per ottimizzare la produzione, l'azienda ha sempre preservato l'attenzione per i dettagli e la qualità tipica della lavorazione manuale. Ogni pezzo è pensato per raccontare una storia, mantenendo vivo il legame con la tradizione ma senza rinunciare a guardare al futuro.

Ad esempio, i tavoli realizzati e commercializzati oggi conservano la solidità e la robustezza che hanno reso celebri i mobili Gardini, ma sono progettati con linee essenziali che si adattano perfettamente agli spazi contemporanei. Le sedie, un tempo pesanti e massicce, sono ora più leggere, spaziose e confortevoli, senza mai perdere l'eleganza intrinseca del legno.

La tradizione artigianale e l'attenzione per il dettaglio rimangono pilastri fondamentali, ma è l'apertura verso il cambiamento e l'innovazione che permette a Gardini di continuare a essere protagonista nel mondo dell'arredamento. L'eredità del legno, con il suo calore e la sua autenticità, continua a vivere, reinterpretata per adattarsi al gusto e alle necessità delle nuove generazioni.



L'EVOLUZIONE DEL RAPPORTO CON IL CLIENTE

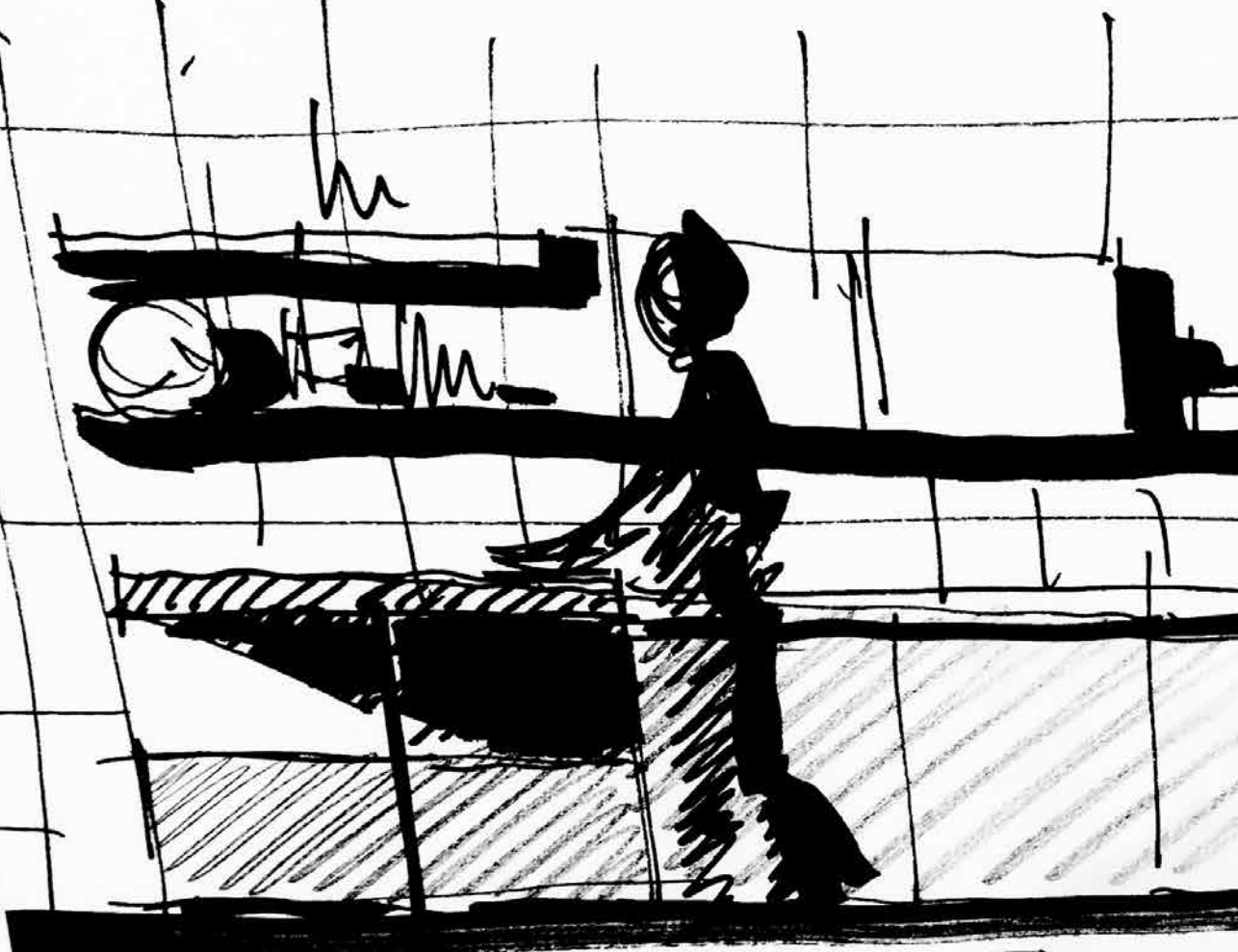
Dalla consulenza a matita alla progettazione virtuale

All'inizio della sua avventura imprenditoriale, il Mobilificio Gardini si distinse fin da subito per un approccio che metteva il cliente al centro di un'esperienza d'acquisto, personalizzata e accogliente. In quegli anni, visitare il mobilificio significava entrare in un mondo in cui ogni dettaglio era pensato per soddisfare le esigenze dei clienti. Non si trattava solo di acquistare un mobile o un complemento d'arredo, ma di ricevere una consulenza sincera fondata sul dialogo e sul confronto. Il cliente poteva osservare, toccare e immaginare i mobili nel proprio spazio domestico, accompagnato da venditori esperti che sapevano ascoltare e consigliare. Era un approccio umano, genuino, in cui ogni mobile venduto portava con sé una storia e un'intenzione. Allora, il mobilificio vendeva "di tutto": lampadari (non esistevano ancora negozi specializzati in questo settore), scarpriere, mobili da ingresso e persino articoli per l'infanzia. Era una visione onnicomprensiva dell'arredamento che rispondeva alla mancanza di negozi specializzati dell'epoca. I clienti non erano semplici acquirenti, ma persone con cui instaurare un rapporto umano, fatto di fiducia e ascolto.

Negli anni '80 e '90, il rapporto con il cliente iniziò a evolversi, non nella qualità del dialogo ma nell'expertise offerta a ogni visitatore. Il venditore si trasformò in un consulente, capace di accompagnare il cliente in un percorso decisionale più articolato. Armati di matita, squadrette e blocchi da disegno, i consulenti creavano schizzi dettagliati degli spazi domestici, immaginando insieme al cliente come gli arredi avrebbero trasformato la loro casa. La consulenza diventava un momento creativo: si tracciavano linee, si calcolavano proporzioni e si evocavano idee che aiutavano i clienti a visualizzare il futuro delle loro dimore e dei loro spazi

abitativi. Il processo di acquisto diventava dunque sempre più interattivo: i clienti potevano scegliere materiali, colori e disposizioni, vivendo l'esperienza di vedere i propri desideri trasformarsi in realtà. E anche se le opzioni erano meno personalizzabili rispetto a oggi, l'attenzione per il dettaglio e la passione dei consulenti facevano la differenza. I mobili erano progettati con cura artigianale, e ogni progetto rifletteva la filosofia di Gardini: unire funzionalità, bellezza e durata. I materiali e i campionari erano sempre a portata di mano: legno massiccio, laminati, tessuti per imbottiture, campioni di colori per le finiture. Ogni elemento veniva discusso e scelto insieme, rendendo il cliente parte attiva del processo creativo. Era questa attenzione al dettaglio che rendeva Gardini un punto di riferimento per chi desiderava soluzioni uniche. Era un'epoca in cui l'idea del "fatto su misura" cominciava a farsi strada, e Gardini seppe intercettare e cavalcare questa tendenza.

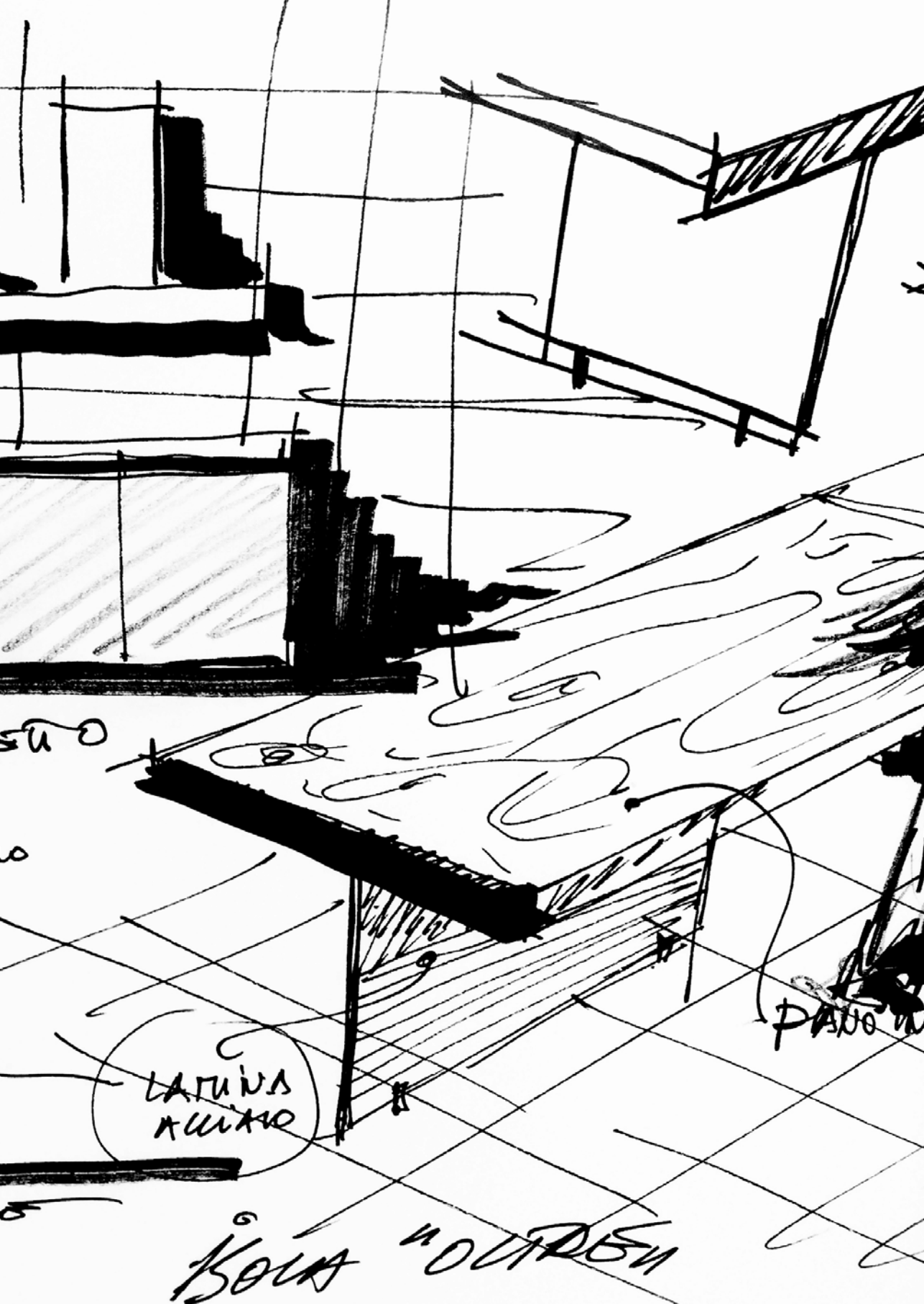




TROUPE

PIANO TRAVEU

LATERAL



LATAVA
KUNIAO

BOVA "OUTUBEN"

DABO



Marzo 2024 – Punto vendita di Ravenna

Scatto che ritrae il punto vendita Gardini di Ravenna, rinnovato negli allestimenti e nelle proposte espositive. Un ambiente pensato per accogliere i clienti con calore, stile e attenzione ai dettagli.



Maggio 2023 – Inaugurazione del punto vendita di Rimini

Apertura del nuovo negozio Gardini in via Cina: un traguardo importante che segna la continua crescita dell'azienda e il suo radicamento nel territorio romagnolo.

Questa fase artigianale del lavoro rifletteva l'immagine di un'Italia che stava vivendo un boom economico senza precedenti, un paese dove le famiglie, spesso per la prima volta, potevano permettersi di investire in un arredamento che riflettesse il proprio stile e le proprie aspirazioni.

Con l'avvento degli anni 2000, la tecnologia rivoluzionò ulteriormente il settore. Gli schizzi a matita lasciarono il posto a sofisticati software di progettazione. Il rendering 3D consentirono di simulare con precisione l'aspetto degli ambienti, mostrando ai clienti anteprime realistiche degli spazi arredati. Le simulazioni consentivano, con precisione millimetrica, di testare diverse combinazioni di materiali e colori in pochi minuti. Gardini abbracciò queste innovazioni, senza mai perdere di vista l'importanza del tocco umano. La tecnologia non sostituì il rapporto personale, ma lo arricchì, rendendo possibile una personalizzazione sempre più accurata.

Da mobilificio a showroom: l'esperienza immersiva del cliente

L'azienda era la nostra casa, e la nostra casa era l'azienda. Non c'era distinzione. Ricordo che il negozio stava al piano terra e noi abitavamo al piano superiore. Quando eravamo ragazzini, ogni momento della nostra vita si intrecciava con quello dell'attività di famiglia. Il confine tra il personale e il professionale, semmai fosse esistito, era così sottile che diventava invisibile.

Crescendo lì, tra mobili e clienti, io e mia sorella abbiamo presto appreso che quel posto era il cuore pulsante della nostra famiglia. Nostro padre era il centro di tutto: un uomo instancabile, sempre con un'idea in testa e uno sguardo attento su ogni dettaglio. Quando mi domandavo dove fosse mia madre ad esempio, lui mi invitava a fermarmi e a tendere l'orecchio. "Non senti?" mi diceva con un sorriso complice. "Sta cullando l'Italia, è di sopra."

E così, se ascoltavo con attenzione, il rumore familiare e ritmico della culla mi arrivava dall'alto. Era la culla di mia sorella Italia, una culla volutamente zoppa, che produceva un cigolio inconfondibile ogni volta che veniva dondolata. Quel suono, che avrebbe potuto infastidire chiunque altro, era diventato per noi il segno di una routine consolidata, il rumore di una famiglia al lavoro e in equilibrio tra cura e dedizione. E la culla, nonostante quel "difetto", funzionava così bene per farla addormentare che nessuno pensò mai di sostituirla. Era un dettaglio imperfetto ma perfetto, perché rappresentava la nostra quotidianità.

Ogni giorno, quella dimensione mista di casa e lavoro ci insegnava qualcosa di nuovo. Imparavo da mio padre, da mia madre, dai collaboratori che per noi erano come zii e zie. Quel luogo non era solo un'azienda, né solo una casa: era un mondo unico, un ecosistema dove tutto ruotava attorno ai valori della famiglia e del lavoro. Crescendo lì, ho capito quanto fosse importante per mio padre trasmettere non solo un mestiere, ma un'identità. La nostra azienda non vendeva solo mobili: rappresentava uno stile di vita, un modo di essere. E tutto ciò lo respiravo ogni giorno, tra il suono di quella culla zoppa e le voci dei clienti che varcavano la soglia del negozio, certi di trovare non solo un prodotto, ma una famiglia pronta ad accoglierli."



Negli uffici Gardini

I consulenti accolgono i clienti con attenzione e ascolto, offrendo una consulenza personalizzata che unisce competenza, empatia e passione per l'arredo.



Un'altra grande trasformazione vissuta da Gardini fu il passaggio dal concetto tradizionale di mobilificio a quello moderno di showroom. Negli anni '80, i negozi di arredamento iniziavano a evolversi da semplici luoghi di esposizione a spazi che simulavano veri e propri ambienti domestici. Gardini fu pioniere in questa trasformazione, creando showroom che permettevano ai clienti di immergersi nelle atmosfere degli ambienti proposti. Lo scopo era offrire al cliente non solo un prodotto, ma un'idea di come quel prodotto avrebbe arricchito la sua vita quotidiana.

Camere da letto, cucine e soggiorni erano allestiti in modo tale da sembrare abitati, con complementi d'arredo, decorazioni e persino dettagli personali che aiutavano il cliente a immaginare come sarebbe stato vivere in quello spazio. Questa esperienza immersiva aveva la capacità di aumentare l'emozione legata all'acquisto, trasformandolo in un viaggio attraverso diverse possibilità di stile e funzionalità. Questo approccio ha portato l'azienda a espandersi oltre la sede storica di Gatteo, aprendo altre showroom nel territorio romagnolo. **Oggi Gardini è presente con showroom a: Gatteo, Cesena, Longiano, Ravenna e Rimini.**

Questi spazi rappresentano un punto di riferimento per il settore dell'arredamento in Emilia-Romagna, attirando clienti non solo locali, ma anche da fuori regione, che vedono in Gardini un marchio che è sinonimo di qualità, artigianalità e design. La strategia di espansione ha permesso all'azienda di consolidare la propria leadership sul territorio, mantenendo salda la connessione con le radici locali, ma al contempo aprendosi a una clientela sempre più ampia e variegata.

Nonostante questa evoluzione, Gardini rimane fedele alla sua missione originaria: creare un ambiente che accoglie il cliente e lo faccia sentire parte di una grande famiglia.

Il ruolo dei consulenti nelle trattative e nella vendita

Il personale ha sempre avuto un ruolo centrale nel successo dell'azienda. Nei primi anni, i venditori erano figure poliedriche dallo spiccato senso commerciale ed etico, in grado di rispondere a qualsiasi richiesta, dalla scelta di un lampadario all'acquisto di una camera da letto completa. Negli anni '80, però, il ruolo del venditore cambiò profondamente. Diventò un consulente a tutti gli effetti, capace di comprendere i bisogni del cliente e tradurli in soluzioni personalizzate.

La formazione diventò un elemento cruciale. I consulenti Gardini non solo conoscevano alla perfezione i prodotti, ma erano anche esperti di design d'interni, ergonomia e funzionalità. Oggi, il ruolo di questi collaboratori si è ulteriormente evoluto: sono veri e propri designer, capaci di utilizzare strumenti digitali avanzati per accompagnare il cliente in ogni fase del processo decisionale.

L'importanza della personalizzazione

Negli anni '70, l'offerta era più standardizzata. Le camere da letto, per esempio, erano imponenti e bellissime, ma lasciavano poco spazio alla personalizzazione. I clienti, pertanto, si adattavano docilmente a ciò che il mercato offriva. Negli anni successivi, però, il concetto di personalizzazione iniziò a prendere piede. Gardini fu tra i primi a capire

l'importanza di offrire soluzioni su misura, capaci di rispondere alle esigenze specifiche di ogni cliente.

Oggi, dove il "custom-made" è un dogma imprescindibile per le aziende che fanno dell'italianità e della qualità artigianale il proprio standard manifesto, la personalizzazione è al centro dell'offerta. Grazie alle tecnologie digitali, alle campionature, ai cataloghi dettagliati e alle infinite possibilità di modularizzazione, i clienti possono scegliere ogni dettaglio: dai materiali ai colori, dalle finiture alle dimensioni. Gardini, grazie a partnership storiche con fornitori indiscutibilmente leader di mercato (sinergie che col passare degli anni non si sono mai affievolite bensì fortificate, grazie all'affidabilità e al duro lavoro di Gardini) continua a distinguersi per la capacità di combinare innovazione e artigianalità, offrendo prodotti che non sono solo belli, ma anche estremamente funzionali.

E-commerce: una nuova frontiera, tra continuità e innovazione

Con l'avvento di Internet, anche il settore dell'arredamento ha dovuto ripensare il proprio modo di dialogare con il pubblico. Gardini ha saputo affrontare questa sfida senza snaturare la propria identità, trasformando il digitale in un'estensione naturale dello showroom fisico. L'e-commerce è diventato una porta aggiuntiva sulla casa Gardini: uno spazio dove esplorare collezioni, scoprire complementi d'arredo e acquistare comodamente da casa, superando i limiti imposti dalla geolocalizzazione.

Le showroom dell'azienda, tutte radicate nel territorio romagnolo, sono da sempre un punto di riferimento locale. L'ingresso nel web ha permesso di ampliare questa presenza, portando lo stile, la competenza e il servizio Gardini ben oltre i confini della regione. Il sito non è solo una vetrina, ma un luogo narrativo dove la storia dell'azienda, la cura dei dettagli e la qualità dei prodotti trovano spazio in un linguaggio nuovo, capace di arrivare ai clienti in ogni parte d'Italia.

Sin dall'inizio, Gardini ha voluto che anche nell'universo digitale restasse intatta la propria filosofia: attenzione alle persone, servizio accurato e valori solidi. L'e-commerce non doveva essere un semplice canale di vendita, ma un ambiente capace di far vivere l'esperienza Gardini anche a distanza.

La nascita di Gardini Store (2009)

Nel 2009 nasce Gardini Store, un vero e proprio negozio online pensato come una piccola "start up" interna all'azienda. Non una semplice vetrina web – ruolo già ricoperto dal sito istituzionale dedicato alle cucine Lube e agli arredi – ma un negozio digitale indipendente, con un'identità propria e un catalogo dedicato.

L'avvio fu immediatamente promettente, sia in termini di vendite sia di interesse da parte dei clienti. Tuttavia, con il passare degli anni, l'impegno operativo dell'azienda tornò a concentrarsi soprattutto sugli showroom fisici, e lo store online finì per ricevere attenzioni marginali, con risultati commerciali inevitabilmente modesti.

Arrivò dunque il momento di fare una scelta: chiuderlo – rinunciando a un progetto che, per nome e storia, era parte della famiglia – o rilanciarlo con nuova energia.

La decisione fu chiara: rimettersi in gioco.

Il rilancio: una nuova generazione alla guida

Il rilancio del progetto è stato possibile grazie all'ingresso di Mila Gardini, che, conclusi gli studi e dopo esperienze all'estero, ha scelto di dedicarsi al rinnovamento completo dello store. Un passo coraggioso, affrontato con entusiasmo e competenza, che ha riportato vitalità in un progetto rimasto fermo troppo a lungo.

Accanto a lei, un team giovane e affiatato: Daniele Briigliadori, a supporto tecnico e gestionale del webstore, e Sabrina Rocchi, social media manager, che cura la narrazione digitale del brand e contribuisce alla strategia di visibilità.

Da questa sinergia è nato un vero e proprio nuovo inizio: un progetto ripensato nel linguaggio, nella struttura, nella tecnologia e nella visione. E i risultati non hanno tardato ad arrivare.

Quando i numeri parlano: la crescita di GardiniStore.it

A distanza di pochi mesi dal rilancio, i segnali di crescita sono concreti e incoraggianti. Nei primi sei mesi del 2025, GardiniStore.it registra:

+40% di traffico organico rispetto all'anno precedente

+135% di ordini online

+49% di utenti unici

un aumento significativo delle richieste personalizzate e dei lead per gli arredatori.

Dietro questi numeri c'è un lavoro costante: ottimizzazione SEO, miglioramento della user experience, contenuti più efficaci, campagne mirate. Ma soprattutto, c'è un cambio di sguardo: quello di una nuova generazione che vede nel digitale non solo un canale, ma un modo diverso di raccontare l'identità Gardini.



Mila Gardini ha interpretato lo store online come un'estensione viva dell'azienda, portando freschezza, immediatezza e un linguaggio più vicino alle abitudini di chi naviga oggi. Un approccio che, unito alla collaborazione con Daniele e Sabrina, ha creato un circolo virtuoso di crescita, innovazione e ascolto.

Per una realtà familiare come Gardini, questo rilancio non è solo un successo commerciale: è un segno concreto di continuità generazionale, un passaggio di testimone che rinnova visione e prospettive.

È la conferma che tradizione e innovazione possono convivere, alimentandosi a vicenda. E che il futuro, anche nel digitale, può essere costruito con la stessa cura con cui da sessant'anni si arredano le case delle famiglie italiane.



Foto di Marco Gardini



L'EVOLUZIONE DELLA COMUNICAZIONE CON I PARTNER STORICI

Nel corso dei decenni, Gardini ha visto trasformare profondamente il modo di collaborare con i fornitori, i partner e i collaboratori. Quella che un tempo era una relazione basata su incontri faccia a faccia, strette di mano e telefonate, oggi si è evoluta in un sistema digitale fatto di email, piattaforme di gestione e videochiamate. Tuttavia, sebbene le modalità siano cambiate, i valori fondamentali – fiducia, rispetto e collaborazione – sono rimasti immutati e hanno certamente garantito la longevità di queste collaborazioni.

Negli anni '70 e '80, i rapporti con i fornitori erano perlopiù caratterizzati da un contatto diretto e personale, anche quando questo significava migliaia di chilometri percorsi per un singolo accordo o una singola trattativa commerciale. Il telefono aziendale era uno dei mezzi principali di comunicazione, ma non era certo come lo intendiamo oggi.

Marco Gardini ricorda:

"Il telefono dell'azienda era il nostro telefono di famiglia. Rispondeva il collaboratore di turno, ma poi, se serviva, rispondeva io stesso da casa, o mio padre, mia sorella, mia madre. Non c'era differenza tra vita privata e vita aziendale. Anche l'auto firmata Gardini, quella con il logo aziendale ben in vista, era la stessa auto che mia madre usava per portarci a scuola."

Questa fusione tra sfera privata e professionale era emblematica di come l'azienda fosse, prima di tutto, una famiglia. Anche il rapporto con i collaboratori interni seguiva questa logica.

"Il ragioniere di mio padre, il signor Fagioli, non era solo il professionista che aiutava a tenere in regola tutti i conti. Era anche la persona che mi aiutava a fare i compiti di matematica. Ogni figura, ogni ruolo, aveva un significato più ampio di quello strettamente legato al lavoro."

Negli anni '90, con l'espansione dell'azienda, i metodi di comunicazione iniziarono a modernizzarsi. Fax e lettere erano certamente parte integrante del processo di lavoro, ma il rapporto con i fornitori rimaneva basato su una stretta interazione umana. I viaggi per visitare le aziende partner erano frequenti, e le riunioni di persona erano l'occasione per discutere non solo di affari, ma anche di visioni comuni e strategie condivise, insieme a qualche sano momento di convivialità. Gardini infatti ha sempre saputo che dietro ogni partnership ci sono le persone, e che il legame umano è il fondamento di qualsiasi rapporto solido e duraturo. Perché quando le persone si piacciono, quando condividono gli stessi valori e la stessa etica, il lavoro diventa più di una semplice collaborazione: diventa un'amicizia.



Aprile 2025 – Salone del Mobile, Milano

Marco Gardini con Cristina Piovesana, AD di Alf DaFrè, Daniele Briigliadori, Mila Gardini e Matteo: un incontro tra professionisti e amici nel cuore del design italiano.



Aprile 2025 – Milano, nel negozio Alf DaFrè

Marco Gardini insieme al dott. Vittorio Furlan nello showroom del marchio, simbolo dell'eccellenza e del design italiano.

Era in quelle cene dopo una lunga giornata, magari davanti a un buon bicchiere di vino romagnolo, che si consolidavano i legami. Si raccontavano aneddoti, si rideva delle piccole difficoltà del lavoro o di episodi buffi accaduti lungo il percorso. Era in quei momenti che si costruiva qualcosa di più profondo del semplice rapporto tra fornitore e cliente, tra dipendente e direzione: si costruivano legami di fiducia, di stima e affetto.

Questi rapporti umani, che andavano oltre il lavoro, hanno permesso a Gardini di instaurare collaborazioni solide e durature, basate non solo sulla qualità dei materiali o sull'efficienza del servizio, ma anche sulla capacità di creare un ambiente di lavoro fatto di rispetto e reciproco sostegno. Una filosofia che ancora oggi è parte integrante del modo di fare impresa di Gardini.

Grazie a una visione sempre proiettata verso il futuro, Gardini ha saputo poi abbracciare i cambiamenti della comunicazione digitale avvenuti agli inizi degli anni 2000. Con l'avvento delle email, l'azienda comprese subito il potenziale di questo strumento, che consentiva di accorciare i tempi di risposta e di organizzare con maggiore efficienza la gestione degli ordini e delle collaborazioni. L'introduzione di software gestionali permise di ottimizzare ulteriormente il rapporto con i fornitori, migliorando la tracciabilità degli ordini, il controllo della qualità e la puntualità delle consegne.

L'evoluzione delle relazioni e delle comunicazioni con i fornitori e partner storici è, in definitiva, una testimonianza del percorso di crescita e adattamento di Gardini. Dai tempi delle telefonate e delle strette di mano alle piattaforme digitali di oggi, l'azienda ha saputo trasformarsi, mantenendo al centro la passione per il lavoro ben fatto e la cura per le persone.

Un legame oltre il tempo: l'intreccio tra Alf DaFrè e Gardini

Ci sono storie d'impresa che trascendono il mero concetto di business e diventano capitoli di un libro più grande: quello della crescita di un Paese, della resilienza e del talento italiano. La storia della collaborazione tra **Alf DaFrè** e **Gardini** è una di queste. È una storia che parla di coraggio imprenditoriale, di fiducia, di un rapporto nato nel dopoguerra e consolidatosi negli anni attraverso generazioni. È la storia di uomini come **Mario Gardini** e **Oliviero Piovesana**, imprenditori forgiati da un'Italia che stava risorgendo, con la determinazione di chi sapeva che il futuro sarebbe stato migliore solo se costruito con le proprie mani.

Cristina Piovesana, oggi alla guida dell'azienda di famiglia **Alf DaFrè**, parla con orgoglio e ammirazione di quella generazione di imprenditori che hanno segnato un'epoca. *"Ho sempre visto in loro un entusiasmo straordinario. Erano uomini che credevano fermamente in quello che facevano, che sapevano che il domani sarebbe stato migliore perché sarebbero stati loro a renderlo tale. La fiducia nel futuro li guidava, così come la consapevolezza dell'importanza del proprio operato. Hanno costruito aziende, ma soprattutto hanno costruito relazioni umane. Io me li ricordo così: con un sorriso sulle labbra, anche nei momenti di difficoltà."*



Foto di Marco Gardini e Vittorio Furlan



25 luglio 2024
Giornata di formazione con il dott. Vittorio Furlan

Un momento di aggiornamento e confronto dedicato alla crescita professionale del team Gardini, guidato dal dott. Vittorio Furlan. Un incontro formativo che conferma l'impegno costante dell'azienda nell'investire sulle proprie persone.

Non era solo un rapporto commerciale, ma un'intesa basata su valori comuni: il lavoro come espressione della propria identità, il rispetto per le persone, la dedizione totale all'impresa e alla famiglia, che spesso coincidevano. Erano uomini veri, senza fronzoli, senza filtri imposti dai ruoli di fornitore e cliente. Mario e Oliviero si stimavano profondamente, si prendevano in giro, discutevano animatamente, ma sempre con quel senso di complicità che nasce tra chi condivide una visione.

“Parlavano con schiettezza, senza barriere, senza paura di confrontarsi. Non esistevano formalismi tra di loro. Se un ordine arrivava in ritardo, se c'era un problema da risolvere, se c'era da fare una critica, se lo dicevano a muso duro. Ma poi finiva lì, magari con una battuta o una risata. Si fidavano l'uno dell'altro e avevano lo stesso modo di affrontare la vita: con determinazione e con leggerezza, insieme. Sapevano che il lavoro era fatica, perché erano figli di un'Italia che usciva da due guerre, ma conoscevano anche l'importanza di godersi un momento di convivialità, di brindare ai successi, di essere grati.”

Non a caso, tra Mario Gardini e Oliviero Piovesana c'era anche una grande passione comune: la caccia. Erano cacciatori anomali, come li definisce Cristina, uomini che rispettavano profondamente la natura e che condividevano quella passione come un rituale. Ma c'era di più: c'era un affetto sincero, un rispetto che travalicava il semplice rapporto lavorativo.

“Mio padre aveva un'enorme stima di Mario, lo considerava un uomo capace, intelligente, ma soprattutto buono. Aveva fiducia in lui come persona, e non solo come imprenditore. Questo era il punto di forza del loro rapporto: tra le nostre aziende si sono create relazioni che erano, di fatto, rapporti tra famiglie.”

E le famiglie si incontravano, nelle fiere, nei momenti di lavoro, ma anche nei momenti di svago. Cristina ricorda con affetto le serate trascorse all'Ippodromo di Cesena, uno degli appuntamenti fissi in cui Gardini e Alf DaFrè si ritrovavano. Occasioni per passare del tempo insieme, per ridere, per rafforzare un legame che andava oltre la scrivania e le firme sui contratti.

“Queste sono le cose che fanno la differenza. Ho sempre percepito in Gardini un'attenzione al territorio e alla comunità in cui operava. Non era solo business: c'era la volontà di essere presenti, di dare un contributo reale, di creare un valore che andasse oltre il profitto. È un tratto comune a tutte le imprese italiane con cui collaboriamo: l'impresa non è un'entità astratta, è parte viva del territorio, dialoga con esso ogni giorno.”



Foto di Cristina Piovesana

Cristina Piovesana è una donna pragmatica e lungimirante, con uno sguardo lucido sul passato e una visione chiara del futuro. Sa bene da dove viene l'Italia, sa che il "miracolo economico" che ha trasformato il Paese tra gli anni '50 e '70 non è nato dal nulla, ma dal sacrificio, dall'ingegno e dall'ambizione di uomini come suo padre e Mario Gardini.

"Quelli erano anni in cui si lavorava sempre, perché serviva e perché si voleva. Le vacanze erano un concetto relativo. Era un'epoca di grande immigrazione, in Veneto e in Friuli tantissime persone partivano per cercare fortuna altrove, chi restava qui si sentiva in dovere di fare qualcosa per migliorare la propria terra, per costruire un futuro migliore. Le aziende italiane hanno potuto crescere grazie a questo spirito."

E se il mondo è cambiato e il mercato si è evoluto, quello spirito è rimasto. Cristina Piovesana lo vede ancora oggi, in Gardini, che ha saputo trasformarsi pur restando fedele alla sua identità. Il settore dell'arredamento è mutato profondamente, dal prodotto di massa alla personalizzazione estrema, dal disegno a mano alle tecnologie digitali, ma c'è un tratto distintivo che rende uniche le aziende italiane: l'importanza del rapporto umano.

"Oggi si parla tanto di intelligenza artificiale, ed è sicuramente un tema importante. Ma non c'è algoritmo che possa sostituire il valore di un rapporto umano. Il nostro settore, come tutta l'industria manifatturiera italiana, vive e cresce grazie alle persone. È il legame con le persone che rende le aziende solide e resilienti, che permette loro di attraversare le crisi e di guardare avanti. Negli ultimi anni il mondo è cambiato a una velocità impressionante, siamo passati da cicli economici che duravano 5-7 anni a momenti di instabilità che si ripetono ogni sei mesi. Per sopravvivere bisogna essere veloci, adattabili, ma senza perdere di vista i nostri valori."

E i valori di Alf DaFrè e quelli di Gardini sono gli stessi di sempre: il rispetto per il lavoro, la fiducia nelle persone, la volontà di innovare senza dimenticare le proprie radici. Cristina Piovesana ne è convinta: "un'azienda non è grande se dipende solo dal suo fondatore, è grande quando sa evolversi, quando sa costruire una squadra, quando sa dare spazio ai propri collaboratori".

Racconta:

"Io ho avuto la fortuna di crescere in un'azienda dove mio padre mi ha dato spazio, senza sconti, senza trattamenti di favore. Mi ha insegnato che l'imprenditore non è un accentratore, ma un facilitatore. Se tutto ruota attorno a una sola persona, quell'azienda non ha futuro. E lo stesso vale per Gardini: Mario è stato un grande imprenditore, ma è stato anche un uomo capace di costruire una visione che è andata oltre la sua presenza. Ha lasciato un'azienda solida, con una continuità generazionale, con persone che ancora oggi portano avanti quello in cui credeva."

Ecco perché, quando **Marco e Italia** vanno in visita alla sede di Alf DaFrè, dice sempre: "Dobbiamo andare a bere alla fonte."

Perché la storia dell'arredo italiano si è costruita così: sulle fondamenta di rapporti au-



Luglio 2024 – Formazione in Laminam

Foto di gruppo durante una giornata di formazione presso Laminam, con Daniele e alcune arredatrici che in quel periodo facevano parte del team Gardini. Un momento di aggiornamento e confronto dedicato ai materiali e alle innovazioni del settore.



39 Gennaio 2024 – Formazione con Fausto Roman

Fausto Roman, direttore della Battistella Company, durante una giornata di formazione presso il punto vendita Gardini di Longiano. Un incontro dedicato all'aggiornamento del team e al consolidamento della collaborazione con uno dei partner storici dell'azienda.

tentici, sulla capacità di rinnovarsi, sulla volontà di migliorarsi ogni giorno. E Alf DaFrè e Gardini ne sono la dimostrazione.

La personalizzazione come chiave del successo del Made in Italy

Oggi la personalizzazione rappresenta il cuore della produzione italiana, anche nel settore dell'arredamento. Se un tempo l'industria del mobile si basava su un modello di produzione di massa, oggi si è tornati a un approccio quasi artigianale, ma con le potenzialità della manifattura industriale. Questo significa offrire una gamma sempre più ampia di soluzioni: *"In azienda per esempio",* racconta l'imprenditrice, *"proponiamo 14 finiture diverse per il laminato, 30 per il laccato, colorazioni RAL personalizzabili, e infinite possibilità di configurazione".*

Negli anni 2000, l'ingresso della Cina nel mercato globale ha sconvolto gli equilibri, imponendo una concorrenza basata sulla produzione su larga scala e su costi di manodopera ridotti, spesso in assenza di normative stringenti come quelle italiane. Per le aziende italiane, l'unica via per differenziarsi e rimanere competitive è stata la specializzazione e la valorizzazione dell'unicità.

"La forza del Made in Italy è stata proprio la capacità di trasformare l'artigianalità in un processo industriale senza perdere la cura per il dettaglio e la qualità. A differenza della Germania, che ha puntato su una produzione di serie, l'Italia ha saputo distinguersi attraverso la varietà, il design su misura e la flessibilità produttiva" afferma con orgoglio Cristina Piovesana.

Dalla vendita alla partnership: il ruolo della formazione

"Non esiste più una rigida separazione tra chi produce e chi vende, ma vi è un dialogo continuo, una sinergia che permette di creare prodotti unici e perfettamente integrati nelle esigenze di chi li sceglie", racconta l'imprenditrice.

In questo contesto, la **formazione nei punti vendita** è diventata imprescindibile. I consulenti devono essere preparati per guidare il cliente in questo percorso di personalizzazione, comprendendo le sue necessità e traducendole in soluzioni concrete. È un cambiamento epocale, che ha permesso alle aziende italiane di mantenere un ruolo da protagoniste nel settore, nonostante le sfide della globalizzazione.

Il futuro è nelle mani delle nuove generazioni

Ogni nuova generazione ha il compito di aggiungere nuovi mattoni a questa eredità. Credo sia questo il messaggio che Cristina Piovesana vuole lanciare.

Non basta conservare il passato, bisogna innovare, portare avanti il pensiero di oggi con lo sguardo rivolto al futuro. Il successo non si costruisce solo con la tradizione, ma con il coraggio di sperimentare, di adattarsi ai cambiamenti del mercato e di continuare a sognare. Come hanno fatto le generazioni precedenti, così anche quelle future dovranno lasciare il proprio segno, garantendo che il Made in Italy rimanga sinonimo di eccellenza, qualità e visione.

C U C I N E

LUBE

La storia di collaborazione tra Cucine Lube e Gardini non è semplicemente una relazione commerciale di lunga data. È il racconto di una visione comune, di un percorso imprenditoriale fatto di valori condivisi, di dialoghi sinceri e di una fiducia che ha saputo rinnovarsi nel tempo, adattandosi alle sfide di ogni epoca senza mai perdere la propria autenticità. Tutto comincia nel 1974. Da allora, la famiglia Gardini ha creduto nel progetto Lube con convinzione, intravedendo nel marchio marchigiano non solo un prodotto di qualità, ma una filosofia di lavoro che ben si sposava con quella della loro azienda: serietà, dedizione, attenzione ai dettagli, centralità della persona.

“La collaborazione con la famiglia Gardini rappresenta un esempio virtuoso di come passione e visione condivisa possano trasformarsi in risultati straordinari”, afferma con orgoglio Fabio Giulianelli, Amministratore Delegato del Gruppo Lube. ***“Con Marco, Italia e prima ancora con Mario, il rapporto si è costruito su una base di rispetto reciproco e trasparenza. È questo che ha fatto la differenza.”***

Nei primi anni 2000, Gardini si fa portavoce di un'intuizione innovativa: aderire tra i primi in Italia al progetto degli Store monomarca Lube. È così che nasce il primo concept store emiliano-romagnolo, destinato a diventare un punto di riferimento per tutto il territorio. Un'iniziativa pionieristica, un modello di distribuzione che avrebbe ridefinito il modo di presentare il prodotto cucina al cliente finale: non più solo esposizione, ma esperienza. Ambienti immersivi, curati nei minimi dettagli, pensati per aiutare il cliente a immaginarsi all'interno della sua futura casa.

“I Gardini hanno sempre dimostrato una grande capacità di anticipare i tempi”, continua Giulianelli. ***“Hanno colto subito la portata del cambiamento e si sono mossi con decisione, contribuendo a rendere il nostro brand ancora più riconoscibile e accessibile sul territorio.”***

Da quel primo progetto condiviso, la collaborazione tra le due aziende si è rafforzata di anno in anno: nuovi store aperti in punti strategici della Romagna, una formazione sempre più mirata per il personale, un aggiornamento costante sulle tendenze e le esigenze del mercato. Ma soprattutto, una comunione di intenti che non si è mai interrotta.

“Oggi il nostro rapporto è fatto non solo di numeri, ma di valori”, prosegue l'AD di Lube. ***“C'è un legame umano prima ancora che professionale. Ed è questo che garantisce solidità e continuità. Quando lavoriamo con i Gardini, sappiamo che ci muoviamo nella stessa direzione, con la stessa attenzione verso il cliente e con la stessa cura verso ogni dettaglio.”***

Quella tra Lube e Gardini è una sinergia che si basa su un dialogo continuo e una fiducia consolidata. Una partnership che ha superato gli ostacoli del tempo e che guarda al futuro con lo stesso entusiasmo delle origini.

“Continuiamo questo percorso insieme, guardando avanti con determinazione, certi che insieme potremo affrontare nuove sfide e raggiungere traguardi ancora più ambiziosi”, conclude Fabio Giulianelli.



Settembre 2017
Convention Lube, Treia

Marco Gardini con Christian De Sica durante la convention Lube svoltasi a Treia. Un incontro tra il mondo dell'impresa e quello dello spettacolo, in un evento che ha celebrato la forza e il successo del marchio.



Giugno 2022 – Convention Lube, Milano

Durante la convention nazionale Lube, Gardini riceve un riconoscimento alla presenza di Amadeus e di Massimo Giulianelli, direttore commerciale Italia di Cucine Lube. Un premio che testimonia il valore della collaborazione e l'impegno costante dell'azienda nel rappresentare al meglio il marchio sul territorio.

Luglio 2018
Visita alla Lube

Foto di gruppo durante una visita alla sede Lube insieme ad alcune persone del reparto commerciale.



2023 – Meeting Lube

Marco Gardini insieme a Fabio Giulianelli di Cucine Lube, durante il meeting annuale del gruppo. Un momento di confronto e condivisione che rafforza una collaborazione ormai storica.



2016 – Visita alla Lube

Una giornata trascorsa con una parte dello staff Gardini presso la sede Lube, partner storico dell'azienda. Un momento di confronto e condivisione, nel segno della collaborazione e della crescita comune.



Aprile 2024 – Incontro con Luciano Sileoni, fondatore della Lube

Foto scattata in occasione di una cena nel corso del Salone del Mobile di Milano, con la presenza di Luca Mainardi, titolare di Pianeta Casa (Milano), Costantino Bucciarelli, titolare di AB Mobili (Roma), e Luciano Sileoni, fondatore e titolare del gruppo Lube. Un momento di incontro e condivisione tra imprenditori del settore arredamento.

16 dicembre 2024 – Incontro con Luciano Sileoni, fondatore della Lube

Visita presso la sede di Treia, negli uffici di Luciano Sileoni, fondatore del gruppo Lube. Alle pareti, i ritratti che raccontano una vita di incontri, passione imprenditoriale e successi nel mondo dell'arredamento italiano.



Aprile 2024 – Convention Lube, Fiera di Milano

Gardini partecipa alla convention nazionale Lube, un appuntamento dedicato all'innovazione, al confronto e alla presentazione delle nuove collezioni. Un'occasione per condividere esperienze e rafforzare la collaborazione con uno dei partner storici dell'azienda.



Foto di Marco Gardini e Fabio Giulianelli

UN'IMPRESA DAL CUORE FAMILIARE

Fin dagli albori del Mobilificio Gardini, l'azienda non è mai stata un luogo di lavoro impersonale. Per Mario Gardini, i dipendenti erano molto più che collaboratori: erano parte di una grande famiglia. Questa filosofia, tramandata di generazione in generazione, ha definito un'identità aziendale basata su valori come fiducia, rispetto e condivisione.

«In azienda non c'erano gerarchie rigide, eravamo tutti sulla stessa barca», raccontano i dipendenti storici. Ogni membro del team aveva la sensazione di contribuire a qualcosa di più grande, e questa consapevolezza alimentava un senso di appartenenza condiviso. Le feste aziendali erano il simbolo di questo spirito: occasioni per celebrare insieme successi e sfide superate, creando legami che andavano oltre l'orario lavorativo.

Anche nei momenti più difficili, l'azienda ha sempre fatto il possibile per tutelare il benessere dei suoi collaboratori, gesti che hanno contribuito a creare un clima di fiducia reciproca che è diventato il cuore pulsante di Gardini.

Dalla bottega all'azienda strutturata

L'evoluzione del rapporto con i dipendenti riflette il percorso stesso dell'azienda, che è passata da essere una piccola bottega familiare a una realtà strutturata e innovativa. Negli anni '70, quando il mobilificio muoveva i primi passi, il lavoro era principalmente manuale. Ogni mobile veniva creato e/o commercializzato con cura artigianale, e i dipendenti lavoravano fianco a fianco con Mario per realizzare o consegnare e installare i prodotti che avrebbero arredato le case dei clienti.

Con il tempo, però, la crescita dell'azienda e le richieste del mercato hanno richiesto un approccio più organizzato. Negli anni '80 e '90, Gardini ha iniziato a investire nella formazione dei suoi dipendenti, introducendo corsi per sviluppare nuove competenze e mansioni operative, ma formati per comprendere il valore della qualità e del rapporto con il cliente.

Gardini ha sempre promosso quella che è possibile definire "una cultura dell'innovazione", incoraggiando i collaboratori a proporre idee e soluzioni per migliorare i prodotti e i servizi, facendoli sentire sempre parte dell'intero processo decisionale aziendale.

Il passaggio generazionale e la visione del futuro

Con l'ingresso di Marco e Italia in azienda, il rapporto con i dipendenti si è ulteriormente evoluto. I figli di Mario hanno portato avanti la tradizione di considerare i collaboratori come parte integrante della famiglia Gardini, ma hanno anche introdotto una visione moderna della gestione aziendale.

Oggi, Gardini combina la cura artigianale di un tempo con l'efficienza di un'azienda strutturata. Il team è composto da professionisti qualificati che lavorano in sinergia per garantire la massima qualità dei prodotti e dei servizi. Ogni collaboratore è valorizzato per il proprio contributo, e l'azienda investe continuamente nella formazione e nel benessere del personale.

L'approccio familiare è rimasto tuttavia invariato: Gardini non è solo un luogo di lavoro, ma una comunità dove le persone crescono insieme, condividono successi e affrontano le sfide con spirito di squadra.

La storia del rapporto tra Gardini e i suoi dipendenti è il racconto di una famiglia allargata che, attraverso generazioni, ha costruito un'eredità basata su valori solidi e una visione comune. È una storia di persone, lavoro e passione che continua a ispirare ogni angolo dell'azienda.



Febbraio 2019 – Visita al Gruppo Lube

Il team Gardini al completo — consulenti alle vendite, addetti al montaggio, amministrazione e contabilità — in visita presso il principale fornitore dell'azienda. Un momento di squadra dedicato alla conoscenza, alla formazione e alla condivisione dei valori comuni che legano Gardini e Lube.



Marzo 2019 – Mario Gardini con i figli

Una foto di famiglia che celebra una figura fondamentale nella storia dell'azienda. Un uomo che con il suo esempio ha trasmesso valori di impegno, passione e dedizione.



1° giugno 2020 – Giornata Mondiale dei Genitori

Una foto che ritrae Marco Gardini con la moglie Monica e i figli Giammarco e Mila all'interno del mobilificio fondato dai suoi genitori. Un'immagine che racchiude il valore della famiglia, delle radici e della continuità tra generazioni.



31 agosto 2007
Ippodromo del Savio, Cesena

Foto di famiglia durante le serate di trotto sponsorizzate da Gardini: Marco e Italia con i coniugi Monica e Christian e i figli Giammarco, Mila, Matteo ed Eleonora. La piccola Isabella nascerà l'anno successivo.



Mario Gardini con i suoi nipoti

Un momento di affetto e semplicità che ritrae Mario insieme ai figli di Marco e di Italia. Un'immagine che racchiude l'essenza della famiglia Gardini: generazioni unite da legami profondi e da un amore che continua nel tempo.

14 maggio 2017

Compleanno di Mario Gardini

Foto di famiglia scattata in occasione del compleanno di Mario Gardini. Insieme a lui, i figli Marco e Italia con i rispettivi coniugi e i loro figli. Un momento di affetto e unità familiare che racchiude lo spirito autentico della storia Gardini.



Mario Gardini insieme ai figli Italia e Marco – anno 2018

Siamo seduti in una stanza che un tempo ospitava le mucche. Gli agganci arrugginiti al soffitto raccontano di una vita passata, mentre Sanzio Gobbi, 75 anni, mi accoglie con un sorriso e un entusiasmo contagioso. Sul tavolo ci sono due spremute di arancia bio e dei biscotti appena sfornati: *“Prendi, sono per te! Sono fatti con farina biologica”*, mi dice soddisfatto. *“Queste mani”*, prosegue poi, mostrandomele con orgoglio *“non toccano un pesticida o sostanza chimica da più di vent’anni”*.

Comprendo subito che parlare con lui significa immergersi in un passato fatto di lavoro, legno e terra, mani coi calli, sogni e trasformazioni.

Sanzio mi racconta dei suoi primi passi nel mondo del lavoro:

“Ho conosciuto Mario Gardini da Gasperoni. Mario era un autista e rappresentante: sapeva parlare, aveva una dialettica incredibile. Era uno che ci sapeva fare. Fu lui a convincermi a lavorare per la sua azienda: “Se venite con me, vi do 5.000 lire in più” mi disse. E così fu. Ma io e mio fratello non ci siamo andati per i soldi, ci siamo andati perché volevamo imparare un mestiere e sapevamo che lì avremmo potuto apprendere, e anche molto”.

La prima sede del Mobilificio Gardini era qualcosa di rudimentale, quasi improvvisato, ma già all’epoca si respirava aria di visione e ambizione:

*“Mi ricordo quel posto come fosse oggi: due case con un tetto in mezzo. Si lavorava lì sotto. Io volevo imparare un mestiere, e ci sono riuscito. Mario aveva presto capito che non poteva dedicarsi soltanto a progetti “su misura” e fatti artigianalmente: doveva lavorare con il commercio. Così si era messo a comprare e a rivendere. Erano anni di boom, e loro sapevano capire il mercato. **Questo è il merito che gli devo riconoscere: Mario aveva un fiuto incredibile, leggeva le persone, le comprendeva. Anticipava i loro bisogni e azzecava con precisione millimetrica i loro gusti. Tutto quello che compravano andava via come il pane.**”*

Sanzio parla con ammirazione di quella capacità di intuire i gusti dei clienti:

“Mario capiva cosa piaceva, soprattutto ai giovani. Un tempo, a vent’anni ci si sposava. E quando ci si sposava, ci si faceva la casa nuova e si comprava la cucina e la camera da letto. Gardini all’epoca vendeva questa camera, si chiamava “Malizia”: sì, proprio Malizia, perché era maliziosa diciamo: colore testa di moro, con una testata morbida in tessuto che aveva la radio integrata e luci soffuse che una cosa così non si era mai vista prima. Era un oggetto di desiderio per un ragazzo che si sposava. Così ne hanno vendute centinaia. Te lo dicevo io: sapevano cosa avrebbe funzionato e lo commercializzavano con naturalezza.”

Tra i ricordi spicca un episodio che ancora oggi lo fa sorridere e forse un po’ commuovere:

“Una mattina Mario arriva tutto felice e ci dice: “Brindiamo! Abbiamo fatto l’Italia nuo-

va. *“Era appena nata sua figlia, Italia. Era così orgoglioso che il suo entusiasmo contagiò tutti noi. È un ricordo che porterò sempre con me, nel cuore.”*

Non tutto era rose e fiori. Sanzio racconta anche di momenti difficili, come la perdita di suo fratello in un incidente stradale. Eppure, Mario Gardini era sempre presente, con quel suo spirito generoso e premuroso:

“Quando mio fratello è morto, Mario è venuto lui stesso all’ospedale di Bologna. Era una persona di cuore, sempre pronta ad aiutare.”

Sanzio ricorda anche la creatività e l’audacia di Mario nel promuovere il mobilificio:

“Organizzava feste incredibili. Due volte hanno fatto il giro con il camion pieno di mobili e ragazze in minigonna. Non era mai volgare, eppure sempre audace, innovativo. Ha portato migliaia di persone davanti al mobilificio, creando un’attenzione che nessun altro aveva avuto il coraggio di generare.”

I ricordi di Sanzio non si fermano al lavoro. Racconta di un uomo che sapeva divertirsi, costruire relazioni e vivere la vita con pienezza:

Quando gli chiedo di Marco Gardini, Sanzio sorride:

“Marco somiglia molto a Mario. Buon sangue non mente. Suo babbo me lo mandava quando era un ragazzino per insegnargli il lavoro. Voleva che crescesse bene, con serietà, e che presto apprendesse il valore del duro lavoro. Parlavamo di tutto, persino di Garibaldi.”

L’intervista termina con Sanzio che mi mostra il divano in stile spagnolo che aveva acquistato da Gardini e che ancora oggi, dagli anni ‘70, troneggia nel suo soggiorno. *“Io ci dormo ancora lì, eh! È di un comodo!”*

Anche la camera da letto di Sanzio e sua moglie Liliana, che si sono sposati e sono assieme dal 1974 porta la firma di Gardini.

“Conoscevo bene il legno, ci lavoravo tutti i giorni, e sapevo distinguere tra un buon noce e il truciolato che iniziava a farsi strada all’epoca. Ho scelto una camera tradizionale in noce nazionale, massiccia e bellissima. Era una camera pesante, con dentro i classici cassetti con incastri a nido di rondine. Sapevo che mi sarebbe durata per tutta la vita, e infatti è ancora nuova, immutata dopo 51 anni. La Malizia era bellissima, con quella testata color testa di moro e la radio integrata, ma io guardavo la sostanza. Ero un tipo tradizionale, e per me contava la qualità. Gardini offriva di tutto, ma io sapevo cosa volevo e ho scelto il meglio.”

Dopo l’esperienza con Gardini, Sanzio Gobbi ha fondato **Biofrutta**, un’azienda agricola biologica e biodinamica a Savignano sul Rubicone, dove ha riportato in vita il legame con la terra. *“A me piace vivere in campagna, è una vita difficile ma vera,”* afferma con orgoglio.

Biofrutta si estende su 13 ettari nella campagna romagnola, coltivando frutteti e ortaggi. Accanto alla produzione di frutta fresca, l'azienda realizza prodotti bio come marmellate, sott'oli e succhi di frutta, rispettando le tecniche artigianali.

Un fiore all'occhiello è il bosco biologico di 6.700 metri quadri, che tutela insetti utili e offre rifugio a uccelli e animali selvatici come trampolieri, fagiani e lepri. Completa il quadro un laghetto naturale che arricchisce l'ecosistema locale.

"Non è stato facile, ma ogni sacrificio ha avuto senso" mi dice Sanzio, che a 75 anni continua con passione a portare avanti la sua missione per un'agricoltura autentica e sostenibile.

E conclude con un'affermazione che racchiude tutta l'essenza di quegli anni:

"Gardini è stato qualcosa di ardito. Ha fatto cose che gli altri non osavano neppure immaginare. Non c'è dubbio che lavorare lì mi abbia insegnato tanto e se oggi riesco a mandare avanti la mia azienda, è anche merito di quegli insegnamenti che appresi in quegli anni, quando ero ancora un dipendente e forse un poco populista. Ma per fare azienda questo non basta e Mario lo sapeva bene".



Sanzio Gobbi e sua moglie Liliana

Massimo Fagioli ricorda ancora il giorno in cui mise piede, per la prima volta, nell'azienda Gardini. Era la primavera del 1970 e quel mobilificio era agli esordi, con un'attività in crescita ma ancora con il sapore della bottega artigiana.

"Quelli sì che erano tempi d'oro: la clientela non aveva grandi pretese" racconta.

"Bastava mostrare uno sportello o un piccolo componente in legno e per loro quella camera da letto prendeva vita davanti ai loro occhi. Col tempo, con le riviste, con la pubblicità, si è sviluppata poi l'esigenza di avere arredatori, di pensare agli spazi in modo differente. Ma all'inizio era tutto più semplice, con un paio di croci su un foglio si prendevano le misure e si partiva."

Per ventuno anni e quattro mesi – sottolinea il ragioniere con una punta di orgoglio – Fagioli ha lavorato in Gardini. È stato il primo ragioniere dell'azienda e, per lungo tempo, anche l'unico. L'ufficio in cui lavorava era una stanza spartana, ricavata con pannelli di truciolare e riscaldata in inverno da una stufa a cherosene. Eppure, nonostante le condizioni, quello era un periodo entusiasmante.

"C'era un movimento, un fermento, che era la fine del mondo. L'economia stava cambiando, prima il reddito derivava dalla campagna, ma poi, con l'industria, è arrivato lo stipendio fisso. E quando hai uno stipendio, la prima cosa che vuoi fare è rendere più bella la tua casa."

Ma l'evoluzione dell'azienda è passata anche attraverso la tecnologia, racconta Fagioli.

"Nel '75/76 Gardini fu tra i primi a informatizzare la contabilità, mentre a me piaceva ancora la contabilità a ricalco, la partita doppia. Mario aveva una visione moderna, voleva sempre stare un passo avanti."

Le feste, la comunità e il legame con il territorio

"Ogni anno si inventavano qualcosa di nuovo per i clienti, perché Gardini non vendeva solo mobili: vendeva fiducia, vicinanza, appartenenza. Ricordo le prime feste in un locale di Gambettola, poi quelle davanti al mobilificio, con l'orchestra di Casadei e di Borghesi. A un certo punto la folla era così tanta che bisognava chiudere la strada provinciale. Un anno organizzarono persino l'atterraggio dei paracadutisti per i bambini! Insomma: Gardini ha sempre avuto un ruolo attivo nelle comunità locali, promuovendo anche eventi, gare podistiche e feste parrocchiali."

Facevano da sponsor ovunque, bastava che qualcuno organizzasse una festa per la collettività. Questo si è trasformato in un incredibile passaparola. Chi comprava dai Gardini lo faceva perché sentiva che quel mobilificio era parte attiva e integrante della comunità. Sentiva dunque che ciò che avrebbe speso da Gardini, sarebbe tornato indietro, in un modo o nell'altro. Era un modo di fare impresa che oggi si è un po' perso, ma che allora significava tutto."

Vendere è facile, ma costruire fiducia è un'altra cosa. Mario Gardini lo sapeva bene. Non si limitava a concludere una vendita, ma si preoccupava che ogni cliente fosse soddisfatto a lungo termine. Non era raro vederlo presentarsi di persona nelle case dopo la consegna, per assicurarsi che tutto fosse perfetto.

Per lui, un mobile non era solo un prodotto, ma un impegno. Se qualcosa non andava, interveniva subito, senza delegare. Questo suo approccio diretto e attento ha reso Gardini un punto di riferimento: non solo per la qualità dei mobili, ma per la sicurezza di trovare sempre qualcuno pronto ad ascoltare e risolvere. È stato questo a trasformare l'azienda in una realtà solida e rispettata nel tempo.

Bauli, corredi e intuizioni vincenti

Nei primi anni, Gardini produceva anche bauli, un elemento essenziale nelle case di una volta. Ogni ragazza, fin dall'adolescenza, iniziava a preparare il corredo matrimoniale: lenzuola, asciugamani, tovaglie e coperte, tutti riposti con cura in questi grandi contenitori di legno, simbolo di speranza e futuro. *"Anche mia moglie ne aveva uno... e noi, con Gardini, ne abbiamo venduti tantissimi,"* racconta Massimo Fagioli. *"Era una tradizione radicata: le famiglie iniziavano ad accumulare il corredo anni prima del matrimonio, e il baule era il custode di questi tesori domestici. Ogni casa ne aveva almeno uno, e Gardini sapeva realizzarli con la qualità e la robustezza che li rendevano destinati a durare una vita intera."*

Il ragioniere che aiutava Marco con i compiti

Massimo Fagioli non era solo il ragioniere dell'azienda. Era parte della famiglia Gardini, un punto di riferimento costante in quella realtà in cui lavoro e vita privata si intrecciavano senza soluzione di continuità. *"L'azienda e la casa erano un tutt'uno,"* racconta. *"Non c'era un confine netto tra il negozio e la vita domestica. Capitava spesso che Italia, la figlia di Mario, si svegliasse e non trovasse la mamma accanto a sé. Allora, scalza, scendeva le scale in punta di piedi e me la ritrovavo nel mio ufficio, seduta vicino alla scrivania, silenziosa ma presente, come se fosse la cosa più naturale del mondo."*

Per Marco, invece, il rapporto con l'azienda aveva un'altra sfumatura. *"Era nell'età in cui si vorrebbe stare fuori con gli amici, correre per strada, giocare, ridere. E invece suo padre voleva che crescesse con un forte senso del dovere, che comprendesse il valore del lavoro fin da bambino. Così, mentre negli uffici si parlava di fornitori e contabilità, io lo aiutavo a fare i compiti. Era tutto parte di una stessa quotidianità, un modo di vivere il lavoro come un'estensione della famiglia. In Gardini non c'era distinzione tra vita privata e professionale: i figli crescevano tra scrivanie e falegnami, imparando senza neanche accorgersene che l'azienda non era solo un'attività commerciale, ma una casa, un'eredità, un pezzo di vita da proteggere e portare avanti."*

Mario e il suo rapporto con i dipendenti

Mario Gardini aveva un cuore grande e un'innata generosità, ma sapeva che guidare un'azienda significava anche prendere decisioni difficili, talvolta impopolari. La sua leadership non si basava solo sull'istinto, ma su un profondo senso di responsabilità nei confronti della sua attività e dei suoi dipendenti. *"Ricordo che a volte rifiutava di concedere l'ennesimo anticipo dello stipendio ai suoi operai,"* racconta Massimo Fagioli. *"Io non capivo il perché. Mi sembrava una decisione dura. Mario aveva i mezzi, perché negarglielo? Ma lui non si lasciava guidare dall'impulso. Un giorno glielo chiesi apertamente, e lui mi rispose con calma: 'Credimi, è difficile fare la cosa giusta.' All'epoca non compresi del tutto, ma poi, quando mi sono messo in proprio e ho dovuto gestire anche io un'azienda, ho capito fino in fondo il significato di quelle parole. Mario non negava aiuto per insensibilità, ma perché sapeva che a volte un rifiuto era la vera forma di sostegno: insegnava responsabilità, imponeva disciplina e garantiva stabilità per tutti."*

Il pianoforte di Italia e l'eredità valoriale di Gardini

Un giorno, Mario Gardini acquistò un pianoforte per sua figlia Italia, desiderosa di imparare a suonarlo. Per un paio d'anni, lo strumento riempì la casa di note e tentativi, finché non divenne semplicemente un mobile "in più", di cui disfarsi.

"Mario sapeva che mio figlio amava la musica e così, con il suo solito intuito e generosità, me lo propose. Ora quel pianoforte è a casa mia, un filo conduttore che mi riporta a quei primi anni di collaborazione".

E proprio come quel pianoforte, anche il ricordo di Mario Gardini continua a risuonare nella vita di chi ha avuto il privilegio di conoscerlo.

Quando, nel 1991, Massimo Fagioli decise di mettersi in proprio, Mario rimase profondamente colpito da quella scelta, ma l'accettò con grande dignità.

"Non prendeva una decisione senza coinvolgermi, mi rendeva partecipe di ogni scelta ed evento, e io, in cambio, davo all'azienda anima e corpo, anche il sabato e la domenica. Il nostro non era solo un rapporto professionale, era una fiducia reciproca, costruita nel tempo."

E nonostante la separazione professionale, il legame con la famiglia Gardini non si spezzò mai.

"Quando mi sono sposato, quando è nato mio figlio, quando sono stato in ospedale... Mario non guardava il calendario. Non esistevano giorni giusti o sbagliati per esserci: si buttava, aiutava come poteva, senza esitazione".



Foto di Daniele Briadori

Ci sono persone che, pur non portando un cognome storico all'interno di un'azienda, ne diventano parte integrante, ne respirano i valori e contribuiscono ogni giorno a scriverne il futuro. Daniele Briigliadori è una di queste figure, una colonna portante che, con determinazione e passione, ha vissuto dall'interno l'evoluzione di Gardini negli ultimi quindici anni.

Dall'e-commerce alla direzione aziendale

Daniele entra in azienda nel 2011, quasi per caso. *“Sapevo che stavano cercando una persona per gestire l'e-commerce, e lo scoprii grazie a mio zio, che lavora qui come capo arredatore dal 2003.”* All'epoca, il progetto di vendita online esisteva dal 2009, ma necessitava di una figura dedicata che potesse occuparsi dell'inserimento prodotti, delle newsletter e delle attività di marketing digitale.

“Ho iniziato senza esperienza diretta nel marketing, ma ero un grande appassionato di tecnologia, e Gardini mi ha dato l'opportunità di formarmi. Marco e Italia credono molto nella formazione del personale, e grazie a loro ho potuto partecipare a eventi, corsi di aggiornamento e fiere del settore.”

L'esperienza di Daniele si evolve rapidamente, trasformandosi in un percorso di crescita che lo porta a immergersi sempre più nella realtà aziendale. Se inizialmente il suo focus era rivolto esclusivamente alla gestione dell'e-commerce, nel giro di pochi anni il suo ruolo si espande, coinvolgendolo in aspetti sempre più articolati della gestione aziendale. Inizia a occuparsi del flusso operativo interno, della comunicazione tra gli arredatori e del coordinamento dell'ufficio ordini, mentre il rapporto con il centralino gli permette di entrare in contatto diretto con le richieste dei clienti, comprendendone necessità e aspettative. *“Piano piano ho iniziato a vedere l'azienda da un'altra prospettiva: quella dell'operatività interna. Da quel momento in poi, il mio percorso è cambiato definitivamente.”* Non era più solo l'operatore della trasformazione digitale dell'azienda, ma un attore protagonista nel suo sviluppo.

Con il tempo, il suo coinvolgimento cresce ulteriormente. Affianca Marco e Italia Gardini nei rapporti con i fornitori, analizzando con loro le nuove proposte di prodotto e contribuendo attivamente alle decisioni strategiche. La sua visione si amplia fino a comprendere non solo la gestione operativa ma anche l'evoluzione del business, il posizionamento dell'azienda sul mercato e la ricerca di nuove opportunità per espandere l'offerta. *“Oggi, il mio ruolo è trasversale: mi occupo della direzione generale dei vari store Gardini, della gestione e formazione della forza vendita, del coordinamento del reparto montaggio e del post-vendita. Ho una visione d'insieme che mi permette di intervenire su ogni aspetto cruciale dell'attività, dal primo contatto con il cliente fino alla consegna del prodotto e all'assistenza successiva.”*

L'evoluzione della sua carriera riflette il dinamismo e la capacità di adattamento che da sempre contraddistinguono Gardini. Ogni passaggio del suo percorso è stato segnato dalla volontà di approfondire, di acquisire nuove competenze e di contribuire attivamente alla crescita dell'azienda. E oggi, con anni di esperienza alle spalle, Daniele non è solo un punto di riferimento operativo, ma anche un **interprete della filosofia aziendale** che da generazioni guida il marchio Gardini.

Il Salone del Mobile e la ricerca costante

Una delle esperienze più significative nel percorso professionale di Daniele è senza dubbio il Salone del Mobile di Milano, un evento che rappresenta un vero e proprio **capodanno del settore dell'arredamento**. *"Ci prepariamo mesi prima, sappiamo che lì vedremo il futuro del design e avremo la possibilità di **intercettare le nuove tendenze**, quelle che guideranno il mercato nei mesi e negli anni a venire."* Per Gardini, il Salone non è solo un'occasione di aggiornamento, ma un'opportunità strategica per affinare il proprio posizionamento nel mercato e offrire ai clienti soluzioni all'avanguardia.

Anche se Gardini non espone direttamente alla fiera, la sua presenza è costante e meticolosa. *"Visitiamo i nostri fornitori storici, come **Lube** e **Alf Da Fré**, per osservare le loro nuove proposte, ma ci muoviamo anche tra gli stand dei competitor e dei grandi brand internazionali. Studiamo i **nuovi materiali, le finiture emergenti, le evoluzioni del design** e valutiamo potenziali collaborazioni. È un lavoro di ricerca e ispirazione continua, **perché restare fermi equivale a rimanere indietro.**"*

Ma il **Salone del Mobile non è solo una fiera**. È un evento diffuso che coinvolge l'intera città di Milano, trasformandola in un palcoscenico di innovazione e creatività. *"Non ci limitiamo a visitare gli stand ufficiali, ma ci immergiamo negli eventi del **Fuori Salone**, dove si respira il vero fermento del settore. È lì che vediamo sperimentazioni, contaminazioni tra arte e design, e troviamo idee che magari oggi sembrano azzardate, ma domani potrebbero diventare tendenza."*

Un esempio emblematico di questa esperienza è stata la visita a un'esposizione allestita in un **palazzo storico con affreschi secolari**. *"Era straordinario: scrivanie e complementi d'arredo dal design modernissimo disposti in stanze dal fascino antico, un contrasto che metteva in risalto la bellezza di entrambi gli elementi. Un perfetto equilibrio tra passato e futuro, proprio come cerchiamo di fare noi in azienda, unendo tradizione e innovazione."*

L'importanza della formazione e dell'aggiornamento per Gardini non si esaurisce certo con il Salone del Mobile. *"Partecipiamo a **open day dai nostri fornitori**, a giornate di aggiornamento, a momenti di confronto in cui possiamo dare feedback diretti su prodotti e servizi. A volte ci troviamo a fare anche piccole **lamentele costruttive**, perché il nostro obiettivo non è solo acquistare, ma creare valore reciproco, instaurare collaborazioni sempre più solide e migliorative. È bello vedere come i fornitori facciano tesoro dei nostri suggerimenti, e questo dimostra quanto il nostro settore sia basato su una **relazione di fiducia e crescita reciproca.**"*

Ogni viaggio e ogni esperienza formativa sono tasselli di un mosaico più grande: quello di un'azienda che non si limita a vendere mobili, ma **interpreta e anticipa il cambiamento**, trasformando ogni novità in un'opportunità per i propri clienti.



Marco e Daniele al CDO Worker

Presenza di Gardini all'evento CDO Worker, occasione di incontro e confronto tra imprese e professionisti. Un momento dedicato alla condivisione di esperienze e alla crescita nel segno della collaborazione.



16 aprile 2024

Salone del Mobile, Milano

Il team in visita al Salone del Mobile di Milano, il più importante appuntamento internazionale dedicato al design e all'arredamento.



2016 – Inaugurazione del negozio di Longiano, Creo Romagna

L'apertura del punto vendita dedicato al marchio Creo Kitchens segna un nuovo capitolo nella crescita di Gardini: uno spazio giovane e dinamico, pensato per offrire soluzioni accessibili senza rinunciare alla qualità e allo stile.



Maggio 2023 – Inaugurazione del punto vendita di Rimini

Apertura del nuovo negozio Gardini in via Cina: un traguardo importante che segna la continua crescita dell'azienda e il suo radicamento nel territorio romagnolo.

L'espansione degli Store Gardini

Uno degli sviluppi più incisivi nel percorso di Daniele è stato senza dubbio la **crescita degli store Gardini**, un'espansione che ha segnato una **svolta nel modo di concepire la vendita di mobili** e ha contribuito a rafforzare la leadership dell'azienda nel settore.

*"Nel 2012 abbiamo aperto il primo **Concept Store Lube**, un progetto assolutamente innovativo per l'epoca. Il successo è stato immediato, dimostrando che il concept store dedicato poteva funzionare e segnando l'inizio di un nuovo modello di vendita."*

A questo primo esperimento, ne sono seguiti altri, con un'espansione rapida e strategica. Nel **2013 Gardini ha aperto il primo store a Rimini**, seguito nel **2014 dall'apertura di uno showroom a Ravenna**. Il 2016 ha segnato un'ulteriore crescita con **l'apertura del Creo Store di Longiano**, dedicato al **marchio Creo Kitchens**, un brand giovane e dinamico creato proprio da Lube per intercettare un pubblico più vasto con una fascia di prezzo più accessibile. *"Nel 2022 abbiamo poi deciso di **raddoppiare la presenza a Rimini**, trasformando il primo negozio in un Creo Store e aprendo un secondo showroom dedicato esclusivamente a Lube."*

Ma l'idea alla base di questa espansione non è mai stata quella di aprire semplici punti vendita. La visione di Gardini è sempre stata più ampia e ambiziosa: **creare veri e propri centri di esperienza**, spazi in cui il cliente potesse **immergersi in ambienti reali**, toccare con mano i materiali, percepire le proporzioni e visualizzare la propria casa futura. *"Il nostro obiettivo è sempre stato quello di andare oltre la semplice esposizione di mobili. Il cliente non deve solo guardare, ma **vivere gli spazi**, immaginarsi all'interno della sua futura cucina, provare la comodità di un divano, lasciarsi ispirare dalle ambientazioni che creiamo con cura."*

Uno degli elementi chiave di questo sviluppo è la **formazione del personale**, un aspetto su cui Gardini ha sempre investito molto. *"Gli arredatori che oggi lavorano negli store **sono stati formati qui, nella sede di Gatteo**. Qui hanno appreso non solo le competenze tecniche, ma anche l'approccio Gardini, il modo di accompagnare il cliente in un'esperienza di acquisto che fosse **consapevole, personalizzata e coinvolgente**. Molti di loro sono poi diventati **direttori dei vari punti vendita**, portando avanti quella visione e quel **metodo Gardini** che da sempre ci contraddistingue."*

Il passaggio generazionale e la filosofia Gardini

"Quando sono entrato nel 2011, il passaggio generazionale in Gardini era già in corso. Mario Gardini era ancora presente, con il suo carisma e la sua memoria storica, ma la direzione commerciale e strategica era ormai saldamente nelle mani di Marco e Italia."

Un processo che, in molte aziende, può rivelarsi complesso e generare tensioni, qui è avvenuto con equilibrio e continuità.

“Mario rimaneva un punto di riferimento per tutti, era il custode della storia e dei valori dell’azienda, ma al tempo stesso lasciava spazio ai figli affinché guidassero il futuro dell’impresa con la loro visione.”

Questa capacità di evolversi senza snaturare l’identità aziendale è uno dei punti di forza di Gardini.

“L’attenzione alle persone è sempre stata una costante. Oggi come allora, il senso di appartenenza è fondamentale: organizziamo cene aziendali in estate e in inverno, momenti di aggregazione che servono non solo a festeggiare i successi, ma a rafforzare i legami tra chi lavora insieme ogni giorno.” È un filo conduttore che attraversa le generazioni: “Mario Gardini organizzava eventi e feste per la comunità, per i clienti e per il territorio. Quello spirito di condivisione non è andato perduto, Marco e Italia lo hanno fatto proprio e lo portano avanti, declinandolo nella realtà di oggi.”

Anche il modo di lavorare riflette questo approccio. *“Qui non ci si limita a essere colleghi, si crea un ambiente familiare, in cui le persone si sentono parte di un progetto comune. Non è un caso che molti dipendenti siano con noi da anni, alcuni da decenni. Questo è il valore che Gardini ha sempre trasmesso: **l’azienda non è solo un luogo di lavoro, ma una realtà in cui crescere insieme.**”*

L’aggiornamento continuo è un tratto distintivo: *“Essere sempre alla ricerca di qualcosa di nuovo, non accontentarsi mai, mettersi in discussione, cercare nuove soluzioni. Questo è ciò che fa la differenza tra un’azienda che cresce e una che si ferma.”*

L’evoluzione dei materiali nell’arredamento secondo Daniele Briadori

Uno degli aspetti più affascinanti dell’arredamento è l’evoluzione costante dei materiali. *“Non si tratta solo di colori o finiture, ma di una vera e propria trasformazione nella composizione stessa dei mobili,”* spiega Daniele.

“Negli anni, il legno massello è stato progressivamente affiancato da materiali innovativi, capaci di offrire maggiore resistenza, sostenibilità e performance tecniche superiori.”

Oggi, il settore è fortemente orientato alla ricerca di **materiali green**, con una particolare **attenzione alla riduzione dell’impatto ambientale**. *“I pannelli utilizzati nella produzione dei mobili hanno ormai una bassissima percentuale di formaldeide, rispettano le normative più rigide e garantiscono la sicurezza per chi li utilizza ogni giorno.*

Il concetto di sostenibilità è diventato imprescindibile: *le aziende non si limitano più a proporre mobili belli, ma devono assicurarsi che siano anche sicuri, certificati e durevoli nel tempo.”*

Un altro grande cambiamento è stato l’introduzione di materiali tecnici di nuova generazione. *“Pensiamo ai top delle cucine,”* continua Daniele. *“Se un tempo il marmo era la scelta più ambita, oggi esistono materiali come il gres porcellanato o il Dekton, che replicano l’estetica della pietra naturale ma offrono prestazioni superiori: non assorbono liquidi, resistono ai graffi e al calore, e garantiscono una manutenzione più*

semplice. Anche il legno stesso è stato reinterpretato: le superfici in legno naturale vengono trattate con vernici ecologiche e finiture innovative che ne esaltano la bellezza e la durabilità.”

L'attenzione ai dettagli e alla scelta dei materiali è una delle caratteristiche distintive di Gardini. *“Non è solo una questione di estetica, ma di funzionalità. La casa di oggi deve essere vissuta con intensità, e i materiali devono essere all'altezza di questa esigenza. Per questo motivo, ci confrontiamo continuamente con i nostri fornitori e con il mercato, cercando sempre le soluzioni migliori per i nostri clienti.”*

Infine, Daniele sottolinea come la continua ricerca di innovazione sia parte del DNA dell'azienda. *“Oggi i materiali sono sempre più performanti, ma anche più belli. La tecnologia ci permette di avere superfici con texture materiche, finiture soft-touch, giochi di luce e riflessi che arricchiscono gli ambienti domestici. La tendenza è quella di un ritorno alla naturalità, ma con il valore aggiunto della tecnologia: **il legno resta protagonista, ma è affiancato da materiali che lo esaltano e ne ampliano le possibilità di utilizzo.**”*

Un legame indissolubile

“Questa è una cosa che io penso seriamente: Marco e Italia per me sono state figure quasi genitoriali.” Daniele Brigliadori racconta il suo percorso in Gardini con una sincerità che trasmette il valore autentico delle relazioni costruite nel tempo. *“Collaborare con loro e passare tante ore qua dentro non è solo lavorare. È entrare in relazione, costruire un rapporto di fiducia e confronto, sapere che si può discutere apertamente, senza filtri. Qui si parla francamente, ci si confronta, si affrontano insieme le difficoltà con uno spirito orientato alla soluzione, senza mai perdere di vista l'obiettivo.”*

Lavorare in Gardini non è solo una questione professionale, è un'esperienza che arricchisce anche a livello personale. *“Non è un'azienda in cui si eseguono compiti in modo meccanico. Qui si cresce, si impara, si mettono in discussione le proprie convinzioni, e si affinano competenze che vanno oltre il ruolo specifico. Per me è ancora oggi un percorso formativo, che continua giorno dopo giorno.”*

Il legame con Marco Gardini è particolarmente profondo. *“Vedo più lui che mio padre, ed è da lui che imparo quotidianamente. Il confronto con Marco è costante, diretto, e non riguarda solo le scelte operative, ma anche la mentalità imprenditoriale. Mi ha dato una prospettiva più matura, mi ha insegnato a guardare le cose con un occhio tecnico e commerciale, a valutare le opportunità con uno sguardo più strategico.”*

Daniele sa che questo non è scontato. *“In molte aziende il rapporto tra collaboratori e titolari è freddo, distaccato. Qui no. Qui c'è una fiducia reciproca, un senso di appartenenza. Il lavoro si intreccia con il vissuto personale, con le esperienze condivise, con la consapevolezza che quello che si fa ha un impatto reale sulla crescita dell'azienda e delle persone che ne fanno parte. E questo, per me, vale più di qualsiasi altra cosa.”*

Quando gli chiedo cosa lo emoziona o lo appaga maggiormente all'interno della sua giornata lavorativa, Daniele mi risponde così: *“Vedere il cliente felice, sentire una tele-*

fonata in cui ci ringraziano per il lavoro svolto, sapere che chi entra qui trova non solo un prodotto, ma un'esperienza di qualità e fiducia."

Gardini è tutto questo: un'azienda con radici solide, ma con lo sguardo sempre rivolto al cliente, al presente e al futuro.



Operatività in Gardini

I falegnami, giorno dopo giorno, continuano a montare le nuove soluzioni progettate all'interno dei nostri software. Un legame diretto tra idea digitale e realizzazione artigiana, che rende visibile il continuo aggiornamento e l'evoluzione del mestiere.

Quando Marco e Italia hanno preso in mano le redini dell'azienda, non si sono limitati a custodire l'eredità del padre Mario. Hanno scelto di reinterpretarla, con uno sguardo contemporaneo, aprendosi a nuove forme di collaborazione, di comunicazione e di relazione con il territorio. È così che Gardini ha continuato a crescere, non solo come realtà commerciale, ma come punto di riferimento culturale e sociale.

Le radici associative

Il legame con le associazioni di categoria è sempre stato forte. Mario Gardini era stato presidente della sezione CNA della Vallata del Rubicone, ricevendo un riconoscimento ufficiale il 24 ottobre 2002. Con Marco e Italia, l'azienda ha continuato a credere nel valore del fare rete. Dopo una breve parentesi in Confindustria è CNA l'associazione che più di ogni altra aveva rappresentato la storia dell'impresa.

Proprio attraverso queste connessioni è arrivata una nuova avventura: l'ingresso in **Rete PMI Romagna**. L'occasione nacque quasi per caso: l'allora amministratore delegato di Romagna Energia, il dottor De Rosa, disse un giorno con un sorriso – «i mobili li compriamo da voi, ma voi dovete entrare in Rete PMI». Da lì, l'incontro con Luca Bettini, imprenditore cesenate, fondatore e presidente di Rete PMI Romagna, con Maddalena Forlivesi, direttrice dell'associazione e con altri imprenditori del territorio segnò l'inizio di una nuova stagione di relazioni e progettualità.

Marco e Italia, nel raccogliere l'eredità di Mario, hanno capito che il futuro imprenditoriale passa anche dall'essere parte di un ecosistema solidale e propositivo. Rete PMI Romagna rappresenta proprio questo: un network imprenditoriale costruito sulle relazioni "buone e sane", in cui la conoscenza reciproca, lo scambio di esperienze, la diffusione delle *best practices* e la condivisione di progetti diventano pilastri del fare impresa. Il tutto, accompagnato da servizi pensati per sostenere leve fondamentali come l'innovazione, l'internazionalizzazione, l'accesso a credito alternativo e la valorizzazione delle risorse umane.

Non sono mancati momenti memorabili: la visita agli stabilimenti Pagani e Lamborghini, le trasferte a Roma per incontrare le istituzioni, i viaggi a Treviso per conoscere da vicino l'ecosistema innovativo di H-Farm. Eventi che hanno arricchito la visione dell'impresa e rafforzato il senso di appartenenza a un tessuto imprenditoriale vitale. E poi, le serate di networking: ospiti d'eccezione, dibattiti su economia e politica, speech di presentazione delle aziende. In quelle occasioni, Marco ha raccontato la storia di Gardini non solo come percorso imprenditoriale, ma come testimonianza di valori e di radici. Con Luca e Maddalena Bettini, inoltre, si è consolidato un rapporto di amicizia che va ben oltre il semplice legame associativo, trasformando la collaborazione in un legame personale estremamente arricchente.

Nel tempo, Gardini è entrata anche a far parte del **Consiglio Direttivo di Rete PMI Romagna**, contribuendo attivamente a orientarne le scelte strategiche e a rafforzare il dialogo tra imprese, territorio e futuro.

Rete PMI Romagna ha dunque rappresentato e continua a rappresentare per la famiglia Gardini, molto più di un'associazione: è stata un luogo di confronto, un laboratorio di idee e di relazioni, un terreno fertile per la crescita personale e professionale. Per questo **Marco e Italia** hanno creduto fin da subito nell'importanza di coltivare un legame autentico con questa realtà e, al tempo stesso, di costruire un ponte verso il futuro. Accanto al loro coinvolgimento diretto, hanno infatti ritenuto indispensabile avviare un secondo percorso parallelo, dedicato alle nuove generazioni. Attraverso la sezione **Giovani Imprenditori di Rete PMI Romagna**, hanno voluto offrire ai più giovani l'opportunità di confrontarsi, formarsi e portare nuove idee. Il primo passo è stato l'ingresso di **Daniele Briigliadori**, che da oltre dieci anni guida l'azienda sotto la supervisione di Marco e Italia, e che ha saputo rappresentare con competenza, equilibrio e passione la visione della famiglia Gardini all'interno del gruppo. Negli ultimi tempi anche **Mila Gardini** ha iniziato a partecipare alle attività del network, con entusiasmo e spirito propositivo, portando quella freschezza e curiosità che contraddistinguono le nuove generazioni e che garantiscono continuità e rinnovamento alla storia di Gardini.

Cesena Calcio: quando il territorio fa squadra

Uno dei progetti più avvincenti e ricchi di fascino portati avanti sotto la guida della seconda generazione Gardini è la collaborazione con il **Cesena Calcio**. Il rapporto tra



Settembre 2019 – Incontro con il presidente di Rete PMI Romagna
Marco Gardini insieme al presidente di Rete Pmi Romagna, il dott. Luca Bettini. Un'immagine che testimonia la partecipazione attiva dell'azienda alla rete di imprese del territorio e il costante impegno nel fare squadra.



Team building con Rete PMI Romagna

Momento conviviale durante un'attività di team building organizzata da Rete PMI Romagna. In foto, Daniele Brigliadori e Marco Gardini alle prese con la preparazione della piadina romagnola.

Gardini e il mondo sportivo non è nato ex novo con l'ingresso di Igor Campedelli alla presidenza: già negli anni precedenti, l'azienda si era avvicinata al club curando l'arredo di alcuni spazi interni, improntando il dialogo su fiducia reciproca e visione territoriale.

Ma è stato con la promozione del Cesena in **Serie A nel 2011** che quel legame si è trasformato in un evento carico di significato mediatico e simbolico. Nel novembre di quell'anno, lo store Gardini di Savignano divenne palcoscenico e simbolo di un'affinità che superava i confini del commercio: il pullman ufficiale del Cesena sostò davanti alle vetrine, accolto da un'accoglienza calorosa e spontanea, mentre centinaia di tifosi applaudivano e le telecamere di Teleromagna riprendevano interviste, sorrisi ed emozioni.

All'interno del negozio, i piani furono allestiti come scenografie di festa: banchetti, tavoli imbanditi, spazi per foto e dediche, un punto in cui sport, comunità e impresa si incontravano. Furono realizzate magliette speciali con i loghi di **Gardini** e del **Cesena Calcio** fianco a fianco, a celebrare non un semplice accordo commerciale, ma un legame autentico fatto di passione, appartenenza e orgoglio romagnolo.

Negli anni successivi, la collaborazione si è tradotta in una serie di iniziative che hanno rafforzato il legame tra **Gardini**, il territorio e la comunità sportiva: eventi, aperitivi negli showroom, serate dedicate ai tifosi e momenti di incontro che hanno richiamato centinaia di persone, trasformando ogni appuntamento in una festa di partecipazione. Queste occasioni hanno contribuito a ridefinire Gardini non solo come un mobilificio, ma come un **luogo di relazione**, un punto d'incontro culturale e sociale dove il mondo dell'impresa si fondeva con le passioni più intrinseche della Romagna. Un contesto in cui l'arredamento, lo sport e la convivialità si intrecciavano naturalmente, raccontando la stessa storia di appartenenza, entusiasmo e identità romagnola.

Ancora oggi, in vari contesti – negli stadi, negli spazi promozionali del club – è possibile scorgere il segno di quella alleanza: stemmi e simboli affiancati, ricordi tangibili di un'epoca in cui sport e impresa si sono «incrociate» per costruire qualcosa di comune e duraturo.

Eventi che raccontano un'azienda

Il desiderio di costruire relazioni attraverso esperienze memorabili ha guidato molte delle iniziative promosse da **Italia e Marco** nel corso degli anni. La loro visione va ben oltre l'idea tradizionale di showroom: ogni evento è pensato come un'occasione per avvicinare le persone, creare legami, trasmettere una visione d'impresa in cui l'arredo assume un valore relazionale: uno strumento per costruire esperienze e connessioni umane.

Dalle **serate all'Ippodromo di Cesena**, con le corse intitolate all'azienda e le tribune gremite



di clienti e amici, ai **cooking show organizzati nei negozi**, dove chef e appassionati si cimentano tra profumi e sapori in un clima di convivialità romagnola; ogni appuntamento mira a trasformare il punto vendita in un **luogo di comunità**. Molto più di un mero spazio espositivo dunque: un ambiente vivo, aperto, dove le persone possono incontrarsi, riconoscersi e sentirsi parte di una storia che viene costruita insieme.

Questi eventi, curati nei dettagli e sempre accompagnati da un'atmosfera di accoglienza, rappresentano la naturale estensione dei valori Gardini: **l'ascolto, la vicinanza, la condivisione**. Sono serate in cui clienti, i collaboratori e gli amici diventavano protagonisti, perché per Italia e Marco il vero successo non risiede esclusivamente nei numeri, ma nella capacità di far sentire ogni persona tassello fondamentale di un quadro più grande.

Nel **2016** e nel **2017**, ad esempio, Gardini diede vita a uno dei progetti più originali e partecipati della sua storia recente: la **Cooking Academy di Rimini**, un format pensato per portare l'esperienza dell'arredo al di fuori dei confini tradizionali dello showroom. Per l'occasione, gli spazi dedicati alle cucine si trasformarono in un vero e proprio palcoscenico gastronomico, dove uno **chef professionista** cucinava dal vivo davanti al pubblico, interpretando piatti e ricette all'interno delle composizioni esposte.

L'iniziativa seppe coniugare la **moda del momento** – in quegli anni alimentata dal grande successo televisivo di programmi come MasterChef – con la volontà di offrire ai clienti un'esperienza concreta e multisensoriale. Toccare i materiali, sentire i profumi, osservare l'uso degli spazi e degli elettrodomestici: ogni gesto dello chef diventava un modo per raccontare il valore dell'arredo, la funzionalità dei piani di lavoro, la qualità dei dettagli. Non era solo un evento promozionale, ma un incontro capace di unire **gusto, convivialità e design**, restituendo pienamente l'idea di una casa come luogo vivo, da abitare e condividere.

Lo stesso spirito animò anche l'inaugurazione dello showroom **CREO Kitchens** – marchio del **Gruppo Lube**, storico partner di Gardini – celebrata con la presenza dello chef **Alessandro Borghese**. Quella serata si trasformò in una vera festa di pubblico: un evento in cui **spettacolo, gastronomia e arredamento** si intrecciarono armoniosamente, attirando centinaia di visitatori e offrendo grande visibilità allo store.

*Dietro queste iniziative c'è sempre la convinzione, fortemente voluta da **Italia e Marco**, che l'arredo debba essere raccontato **attraverso le persone e le esperienze**, non solo attraverso le vetrine. Perché ogni cucina, prima ancora di essere un ambiente di design, è un luogo di relazioni, di profumi e di vita quotidiana. E in questo equilibrio tra estetica e emozione, Gardini trovava ancora una volta il suo modo più autentico di dialogare con il pubblico.*

Media e cultura

Il radicamento nel territorio ha trovato un'altra espressione nella partecipazione a progetti culturali e mediatici. Gardini è infatti socio di **Publisole**, il gruppo che ha acquisito lo storico marchio Teleromagna. Nel 2022, al Teatro Verdi di Cesena, la famiglia ha preso parte alla serata di celebrazione dei vent'anni di Publisole e dei cinquant'anni di Teleromagna: un momento che ha unito impresa, comunicazione e identità locale.

Nuove generazioni, nuovi marchi

Nel segno di un dialogo costante tra esperienza e visione, Gardini ha costruito nel tempo molto più che semplici rapporti commerciali: vere e proprie alleanze fondate sulla fiducia, sulla stima reciproca e su una comune idea di qualità. È così che l'azienda ha intrecciato relazioni solide e durature con partner che hanno fatto la storia dell'arredamento italiano, condividendo valori, crescita e ambizione.

Marchi come **Lube** e **Alf DaFrè** rappresentano da anni punti di riferimento imprescindibili nel percorso di Gardini. Collaborazioni nate da una profonda affinità di intenti, cresciute nel tempo grazie a un confronto continuo, alla capacità di innovare senza perdere identità e a una visione condivisa del vivere contemporaneo. Insieme, hanno contribuito a portare nelle case soluzioni che uniscono estetica, funzionalità e un'attenzione autentica alle persone.

Accanto a queste relazioni storiche, Gardini continua a guardare avanti, aprendosi a nuove sinergie capaci di arricchire il proprio percorso. È in questo contesto che si inserisce anche il rapporto con **Battistella Company**, una collaborazione che negli ultimi anni si è rafforzata ulteriormente, alimentata da entusiasmo, curiosità e da uno sguardo comune rivolto al futuro.

Battistella Company, fondata nel 1953 a **Pieve di Soligo** (Treviso), rappresenta una delle realtà più autorevoli e innovative del panorama dell'arredamento italiano. Oggi si sviluppa attraverso tre brand distinti ma complementari – **Novamobili**, **Nidi** e **Cinquanta3** – che condividono la stessa filosofia: unire **innovazione, qualità e sensibilità progettuale** per creare spazi che rispondano con equilibrio alle esigenze del vivere contemporaneo.

Le collezioni del gruppo sono apprezzate per la loro **modularità**, la **leggerezza delle forme** e la capacità di adattarsi con naturalezza agli spazi domestici di oggi, con un'attenzione costante alla **sostenibilità** dei materiali, al **design funzionale** e alla **personalizzazione** delle soluzioni. La produzione, interamente italiana, si distingue per l'utilizzo di impianti tecnologicamente avanzati e processi automatizzati che coniugano **precisione industriale** e **cura artigianale del dettaglio**.

Sono valori che risuonano profondamente con la filosofia Gardini: la ricerca di un equilibrio tra tradizione e innovazione, la passione per il "saper fare" e l'attenzione alla persona come centro di ogni progetto. In Battistella, Gardini riconosce non solo un partner affidabile, ma una visione affine – quella di un'azienda che crede nel design come linguaggio di vita, nella qualità come promessa quotidiana e nella **bellezza funzionale** come espressione di rispetto verso chi abita gli spazi.

Proprio questa comunanza di intenti rende la collaborazione un valore aggiunto: due realtà che condividono radici italiane, cultura del lavoro e desiderio di evolvere, continuando a costruire insieme ambienti che uniscono **stile, durata e umanità**.

Di recente, **Mila** ha avuto l'occasione di visitare personalmente lo stabilimento Battistella: un'esperienza che l'ha profondamente colpita. Ne è rimasta affascinata non solo dall'efficienza produttiva, ma dal respiro creativo che anima ogni reparto, dall'armonia

tra ricerca estetica e ingegneria, dalla coerenza di un progetto che parla la lingua del futuro senza rinunciare alla concretezza delle origini. Una visita che ha rinnovato e rafforzato un rapporto già solido, confermando quanto la sinergia tra Gardini e Battistella si fondi su valori condivisi: la centralità della persona, il rispetto per il lavoro ben fatto, la tensione costante verso l'innovazione. È il segno di una Gardini che continua ad aprirsi al nuovo, mantenendo salde le proprie radici, e che trova nei suoi partner non semplici fornitori, ma **compagni di viaggio** con cui crescere, sperimentare e immaginare il domani.

Una continuità che si rinnova

Il filo rosso che lega la Gardini di Mario a quella di Marco e Italia è lo stesso: costruire legami. Cambiano le forme – dalle serate da ballo degli anni '70 alle cooking academy, dalle feste paesane ai networking imprenditoriali – ma resta intatta la volontà di essere parte viva del territorio.

Sotto la guida dei figli, Gardini non si è limitata a vendere mobili: ha creato comunità, ha promosso cultura, ha costruito ponti tra generazioni.

È questa la vera eredità di una famiglia che, dopo sessant'anni, continua a chiedersi ogni giorno: **come possiamo fare meglio?**



Dicembre 2023 – Visita alla Battistella Company

Una giornata di incontro e confronto presso la sede della Battistella Company. Un'occasione per approfondire la collaborazione e conoscere da vicino le novità e i progetti futuri del partner storico di Gardini.



Marco Gardini sulla moto del papà

Un piccolo Marco in sella alla moto di Mario: forse i primi segnali di un lungo amore per i motori e per la libertà.

"Sono architetto e imprenditore. Due ruoli inscindibili nella mia vita." Così si racconta Marco Gardini, descrivendo una passione che affonda le radici nella sua infanzia. Cresciuto tra i mobili e il fermento creativo dell'azienda di famiglia, ha respirato sin da piccolo l'atmosfera del design, dell'artigianato e della progettazione.

"Sapevo che avrei lavorato in azienda, era naturale. Ho sempre affiancato mio padre, anche durante i miei studi di architettura. Ciò che lui mi ha trasmesso resta il cuore pulsante del mio lavoro ancora oggi."

Accanto a lui, anche sua sorella Italia, responsabile del settore amministrativo e del controllo di gestione. *"Lei tiene i cordoni della borsa"*, sorride Marco, riconoscendo il perfetto equilibrio che si è creato all'interno della gestione familiare.

"Mio padre ci ha sempre guidato e oggi seguiamo i suoi insegnamenti. I suoi occhiali, che tengo sempre sulla mia scrivania, spero servano a vedere lontano come faceva lui."

La forza di Gardini: dall'idea al servizio su misura

Ciò che distingue Gardini è la capacità di seguire il cliente in ogni fase del processo. *"Non ci limitiamo a vendere mobili. Accompagniamo il cliente dall'idea iniziale fino alla realizzazione finale. La nostra filiera parte dalla ricerca dei materiali e dalla progettazione, passando per il servizio di rilievo misure, montaggio eseguito da falegnami specializzati e un'assistenza post-vendita meticolosa."*

Questa filosofia si riflette anche nella **falegnameria interna**, che consente all'azienda di **realizzare soluzioni su misura, personalizzando ogni ambiente al centimetro**.

"Il nostro obiettivo è offrire la massima qualità e un servizio impeccabile. Ogni cliente deve sentirsi seguito e compreso nelle proprie esigenze, sia estetiche che funzionali."

La dedizione al lavoro è totale, una passione che va oltre il semplice impegno professionale e diventa parte integrante della sua quotidianità.

"Diverso è il tempo che si passa fisicamente in azienda, circa dodici ore al giorno, compreso il sabato e spesso anche la domenica. Ma con il pensiero, ci siamo ventiquattro ore su ventiquattro. L'azienda è sempre con noi. E chi ci sta vicino lo sa bene."

Un coinvolgimento assoluto, che non si spegne mai, perché essere imprenditore significa vivere ogni sfida con lo sguardo sempre rivolto al futuro, con la consapevolezza che ogni scelta influenza non solo l'azienda, ma anche le persone che ne fanno parte. Eppure, nonostante l'impegno incessante, Marco sa bene che il valore della vita non

si misura soltanto attraverso il successo professionale. Per quanto l'azienda sia il fulcro del suo quotidiano, c'è un progetto che per lui rimane ancora più importante, più grande di ogni risultato economico e di ogni traguardo imprenditoriale:

“Il mio progetto più riuscito resta comunque la mia famiglia.” Un equilibrio difficile, ma necessario, perché il successo non è solo costruire qualcosa di grande, ma anche dividerlo con le persone che si amano.

Le prospettive per il futuro e la nuova frontiera digitale

La visione di Marco e Italia Gardini è chiara: *“Davanti a noi vediamo la continuazione del progetto che aveva nostro padre e che ora coincide con il nostro. Fare bene ciò che facciamo, con attenzione ai cambiamenti del mercato, ai nuovi trend e alle esigenze dei nostri clienti. Progettare il nostro operato in modo che l'azienda possa continuare a crescere e innovarsi nel tempo.”*

Negli ultimi anni, Gardini ha puntato sempre più sul digitale, comprendendo l'importanza di un'esperienza d'acquisto omnicanale.

“Il nostro e-commerce, Gardini Store, è una realtà consolidata che ci permette di raggiungere clienti in tutta Italia e anche all'estero. Abbiamo trasportato online la stessa esperienza che offriamo nei nostri showroom, garantendo assistenza, consulenza e prodotti di alta qualità.”

L'innovazione digitale non sostituisce l'esperienza in negozio, ma la integra.

“Oggi il cliente può iniziare il suo percorso online e poi approfondire la scelta nei nostri showroom, dove trova consulenti preparati e ambienti reali in cui immergersi. Il nostro obiettivo è mantenere quell'attenzione al dettaglio e al servizio che ci ha sempre contraddistinto.”

Un futuro da costruire con passione

La storia di Gardini è fatta di tradizione, innovazione e relazioni.

“L'azienda non è solo un'impresa, ma un patrimonio di valori, di persone e di idee che continuano a crescere e rinnovarsi. Il nostro compito è portare avanti questo progetto con passione, visione e rispetto per chi ha reso possibile tutto questo.”

Con un occhio sempre rivolto al futuro, Marco e Italia Gardini guidano l'azienda con lo stesso spirito che ha animato il loro padre: lavorare con dedizione, credere nell'innovazione e mantenere vivo il legame con le persone.

Perché, come insegna la storia di Gardini, il vero successo si costruisce con il cuore e con la visione di chi non smette mai di guardare avanti.

Due Anime, una sola visione

Marco, di nove anni più grande, racconta con affetto il suo ruolo di fratello maggiore: *“Per me, Italia è sempre stata la mia sorellina”*. Un legame che si è rafforzato nel tempo, tra condivisione di esperienze, responsabilità e, soprattutto, fiducia assoluta l’uno nell’altra.

Marco è il volto più esposto dell’azienda, la parte creativa e dinamica, il *“front man”*, come lui stesso si definisce scherzando. È lui che partecipa agli incontri associativi con realtà come Rete PMI e, in passato, Confindustria, perché crede profondamente nel valore delle connessioni tra le imprese e nella forza del network. Italia, invece, è più riservata, pur essendo una presenza costante e imprescindibile all’interno dell’azienda. Si occupa di tutto ciò che riguarda il controllo di gestione burocratico e amministrativo, della contrattualistica trasversale tra i vari dipartimenti e della gestione delle risorse umane. È lei a coordinare i 40 dipendenti di Gardini, occupandosi di ogni aspetto che riguarda il loro percorso in azienda.

“Abbiamo ruoli diversi, ma siamo perfettamente complementari”, racconta Marco. *“Io mi occupo della parte creativa, del design, del rapporto con gli architetti e della scelta dei prodotti da commercializzare. Italia, invece, ha una mente metodica e inquadrata. Se siamo in una riunione con i commercialisti, io esclamo che non ci ho capito granché, poi mi giro e vedo Italia che mi fa un cenno: ‘Ho capito tutto io.’ E allora so che siamo in una botte di ferro.”*

Nonostante le competenze differenti, Marco e Italia si confrontano su tutto. Si mettono sempre in copia nelle comunicazioni, si tengono reciprocamente aggiornati, ogni decisione – importante o marginale - passa da entrambi. È un equilibrio solido, costruito nel tempo e radicato nella loro infanzia condivisa.

La famiglia e il lavoro: un equilibrio dai confini sottili

Anche Italia racconta episodi della sua infanzia che dimostrano quanto, per la famiglia Gardini, casa e azienda fossero stati da sempre immersi un’unica dimensione.

“Mi alzavo la mattina e se non c’era la mamma perché era andata a fare la spesa, la cercavo negli uffici, ancora in pigiama. Il magazzino era la mia sala giochi: usavo le reti dei letti come trampolini elastici.”

Nei suoi ricordi d’infanzia, il concetto di sabato libero non esisteva. Mentre i suoi coetanei festeggiavano la fine della settimana scolastica, per lei e Marco significava restare in azienda ad aiutare e imparare il mestiere. Non era un’imposizione, ma una consapevolezza naturale: *“C’era sempre da imparare. Il mio primo divano l’ho venduto a 11 anni, a una giovane coppia che si fidò di me. Feci scegliere loro i tessuti, li guidai nella scelta... per me era un gioco, un’emulazione di mio padre. Ma il senso di soddisfazione che provai allora, lo ricordo ancora oggi.”*

Per Marco e Italia, il futuro professionale non è mai stato una scelta da ponderare, ma un percorso naturale, quasi scritto nel loro DNA. Fin da bambini, sapevano che avreb-



bero lavorato nell'azienda di famiglia, senza mai mettersi realmente a confronto con altre possibilità. Non si trattava di imposizione, ma di una consapevolezza intrinseca, maturata nella quotidianità di una casa che era anche un luogo di lavoro, tra mobili, clienti e riunioni che scandivano il ritmo della loro infanzia.

"Non ci siamo mai chiesti se volessimo fare altro," raccontano. "Semplicemente, sapevamo che il nostro destino era qui, dentro Gardini. Non c'erano alternative da considerare, perché questa è sempre stata la nostra casa, la nostra storia."

Anche Marco ricorda con emozione quanto fosse forte il legame con il padre, Mario Gardini.

"Era un uomo di altri tempi, un uomo duro. Ci elogiava quando non eravamo presenti, ma difficilmente ci faceva un complimento in faccia. Era il suo modo di insegnare, di prepararci alla vita."



Maggio 2023 – Inaugurazione del punto vendita di Rimini

Marco con il Dott. Carlo Battistini, Presidente della Camera di Commercio della Romagna.

Mario Gardini era davvero un uomo di altri tempi, forgiato da un'epoca in cui il lavoro e il sacrificio erano valori imprescindibili, da dimostrare più che da dichiarare.

La sua era una figura autorevole, solida, che incuteva rispetto, ma che dentro di sé celava un affetto profondo, manifestato più nei gesti che nelle parole. Non era un uomo incline ai complimenti diretti, non dispensava lodi con facilità, ma questo non significava che non fosse orgoglioso dei suoi figli. Anzi, il suo modo di riconoscere i loro successi era indiretto, quasi pudico: parlava bene di loro agli altri, li elogiava in loro assenza, raccontava con fierezza i loro traguardi, ma difficilmente glielo diceva in faccia. Crescere accanto a lui significava imparare il valore dell'impegno senza aspettarsi una pacca sulla spalla, comprendere che il riconoscimento più importante non era una parola di incoraggiamento, ma la fiducia che riponeva nel lasciar loro spazio, nel permettere di assumersi responsabilità sempre maggiori all'interno dell'azienda.

Oggi, guardandosi indietro, Marco e Italia Gardini capiscono che quella fermezza, a tratti ruvida, nascondeva il desiderio di renderli forti, indipendenti e dunque capaci di reggere il peso di un'eredità importante.

"Non ci ha mai reso le cose facili, ma proprio per questo ci ha dato la possibilità di diventare quelli che siamo oggi."

Il Futuro dell'azienda

Marco e Italia non hanno bisogno di molte parole per capirsi. Il loro è un dialogo continuo, fatto di sguardi, di cenni impercettibili, di intese silenziose che raccontano di una vita vissuta fianco a fianco, prima come fratelli, poi come soci alla guida dell'azienda. È un linguaggio privato, costruito nel tempo, radicato nell'infanzia e consolidato da anni di lavoro fianco a fianco; un codice fatto di parole che solo loro comprendono, come l'appellativo "*punina*", un termine romagnolo che Marco usa ancora oggi per riferirsi alla sorella.

"Nostra madre la chiamava così", racconta con un sorriso. "È un modo affettuoso di dire 'piccolo pulcino', una parola che porta con sé tutta la tenerezza di un fratello maggiore verso la sua sorellina."

Ma guai a confonderlo con purina, un altro termine dialettale dal significato meno nobile. Un dettaglio che può sembrare piccolo, ma che in realtà dice molto di loro: fratelli uniti da un legame che va oltre il semplice rapporto familiare, un'intesa che si riflette in ogni aspetto del loro lavoro insieme, basato principalmente sull'equità e sul rispetto.

Questa profonda sintonia è, senza dubbio, una delle chiavi del successo firmato Gardini. La loro capacità di bilanciarsi a vicenda, di fidarsi ciecamente l'uno dell'altra, di dividersi i ruoli senza mai perdere la visione d'insieme, ha permesso all'azienda di evolversi pur conservando la sua più intima identità. Uno sguardo di Marco è spesso sufficiente perché Italia comprenda, e viceversa. Una decisione presa da uno dei due non necessita di conferme formali, perché è già stata implicitamente condivisa.

Due fratelli, due percorsi diversi, ma un unico obiettivo: custodire e far crescere l'eredità de padre Mario, mantenendo viva la sua visione con la stessa passione, lo stesso impegno e lo stesso amore per il lavoro che ha sempre contraddistinto la famiglia Gardini.

E anche quando si parla di futuro, Marco e Italia Gardini hanno una visione chiara e condivisa.

"Noi abbiamo lasciato liberi i nostri figli di scegliere la loro strada, senza imposizioni. La felicità passa attraverso la libertà di decidere".

A differenza della loro generazione, per la quale il destino era insito nel DNA familiare, i loro figli hanno la possibilità di esplorare altre strade, eppure una cosa è certa: Gardini è diventata un'entità che va oltre la loro stessa presenza. È un'istituzione, un punto di riferimento per il territorio, costruito su decenni di passione, dedizione e intuizione imprenditoriale.

"Ciò che abbiamo costruito deve poter camminare con le proprie gambe, indipendentemente da noi. Il nostro compito, finché ci è concesso, è quello di continuare a migliorarla, giorno dopo giorno, portando avanti il sogno iniziato da nostro padre e rendendolo sempre attuale."

L'innovazione non è un'opzione, ma una necessità per mantenere vivo il progetto Gardini.

"Non si può restare fermi. Ci interroghiamo costantemente su come evolverci, su cosa possiamo fare meglio, su quali direzioni intraprendere per restare un punto di riferimento nel settore."

Nel frattempo, i due fratelli continuano a lavorare fianco a fianco, con la stessa sintonia e lo stesso affetto che li lega da sempre. Un legame che non si esaurisce nell'ambito professionale, ma che si estende ben oltre, in un equilibrio costruito sui valori di fiducia e rispetto.

"Sappiamo di poter contare sempre l'uno sull'altra," dicono con semplicità.

E forse, è proprio questa la loro più grande forza.



Foto di Italia Gardini



UN PATRIMONIO DA RACCONTARE

Raccontare la storia di un'azienda non significa solo ripercorrere i passaggi chiave del suo sviluppo, ma anche restituire l'atmosfera, le persone, i dettagli che l'hanno resa ciò che è. In questa sezione, Gardini per Arredare si mostra anche attraverso immagini, aneddoti, documenti, pubblicazioni, eventi e materiali che hanno accompagnato il suo cammino.

È il capitolo della memoria visiva, dove il racconto testuale lascia spazio a fotografie di famiglia, ricordi privati, campagne pubblicitarie, articoli di giornale e momenti aziendali che hanno segnato intere epoche. È qui che la storia aziendale si intreccia con quella locale, culturale, sociale. E dove il legame tra generazioni diventa tangibile.

È il luogo dove il racconto diventa testimonianza. Dove i volti, le strette di mano, i volantini sbiaditi, gli articoli di giornale, le fotografie di famiglia e le istantanee aziendali ci restituiscono l'anima più profonda di un'impresa che ha saputo crescere restando fedele alle proprie radici. Un'impresa che è famiglia, nel senso più concreto, autentico e romagnolo del termine.

Troverete tracce delle grandi fiere, delle prime cucine vendute, dei primi showroom, dei loghi che si sono evoluti, della comunicazione che ha seguito l'onda del tempo – dalle cartoline inviate a Pasqua oppure di quelle inviate il giorno della festa della donna. Vedrete i momenti di festa, quelli formativi, quelli commerciali. I sorrisi con Primo Poggi, gli aperitivi con i partner, le convention Lube, le serate all'Ippodromo, gli eventi con la comunità, i cartelli pubblicitari che ancora oggi raccontano la presenza di Gardini sul territorio. Perché sì, ogni luogo della Romagna, da Gatteo a Ravenna, da Cesena a Rimini, porta un segno del suo passaggio.

E in mezzo a tutto questo, un episodio tra i più amati: la collaborazione storica con il Cesena Calcio. Non solo un progetto commerciale, ma un legame d'affetto profondo, nato da una condivisione di valori e radici. Quando la Romagna chiama, Gardini risponde. La squadra è scesa in campo, e Gardini ha fatto lo stesso. La vittoria sul Milan l'11 settembre 2010 fu epica, ma altrettanto lo fu l'evento che ne seguì: l'azienda aperta ai tifosi, ai cittadini, alla stampa. Due mondi – sport e arredo – uniti dallo stesso entusiasmo, dalla stessa passione.

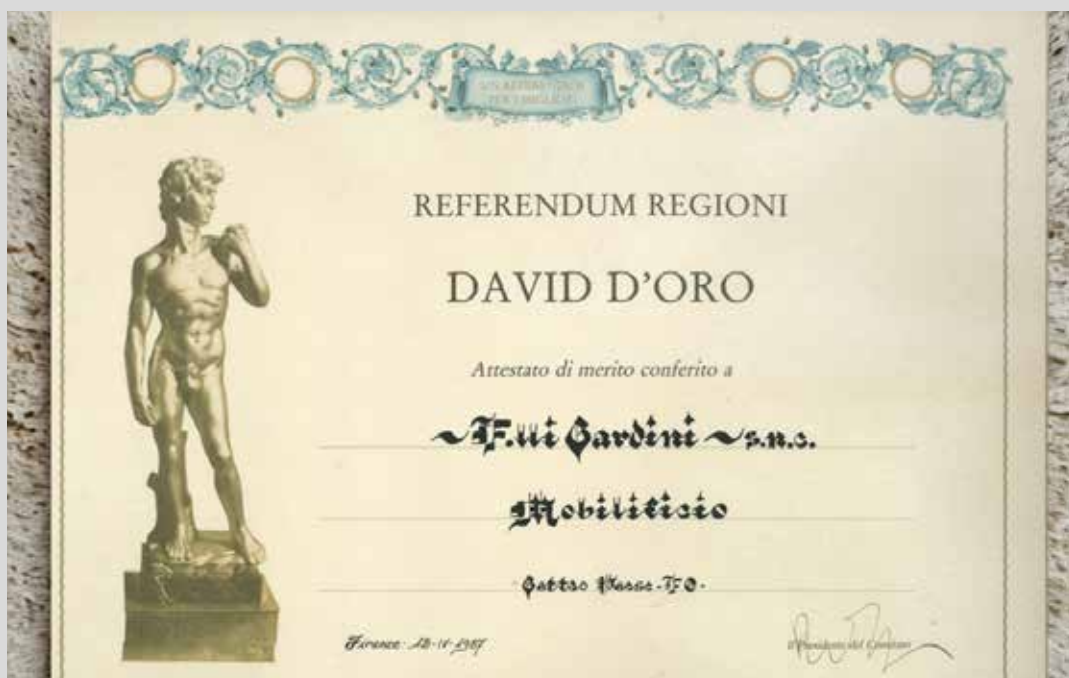
E poi le fiere alberghiere di Rimini, le riviste di design, gli showroom iconici, le collaborazioni con Lube e ALF Dafré, i momenti con Rete PMI, le pubblicazioni locali e nazionali, le cene aziendali che oggi come ieri uniscono generazioni. I volti dei collaboratori, degli amici, dei familiari. Ogni scatto è un battito di storia. Ogni nome, una pietra posata sul cammino.

Le immagini che vedrete sono selezionate tra decine e decine di fotografie, raccolte



Settembre 1985 – Un premio per il Mobilificio

Uno dei riconoscimenti ricevuti dal Mobilificio Gardini nel corso della sua storia, in un momento che testimonia l'impegno, la qualità e il valore del lavoro svolto.



Firenze, 1987 – Premio "Referendum Regioni – David d'Oro"

Attestato di merito conferito a Gardini per l'impegno e la qualità nel settore dell'arredamento: un riconoscimento che celebra la crescita e la reputazione dell'azienda a livello nazionale.

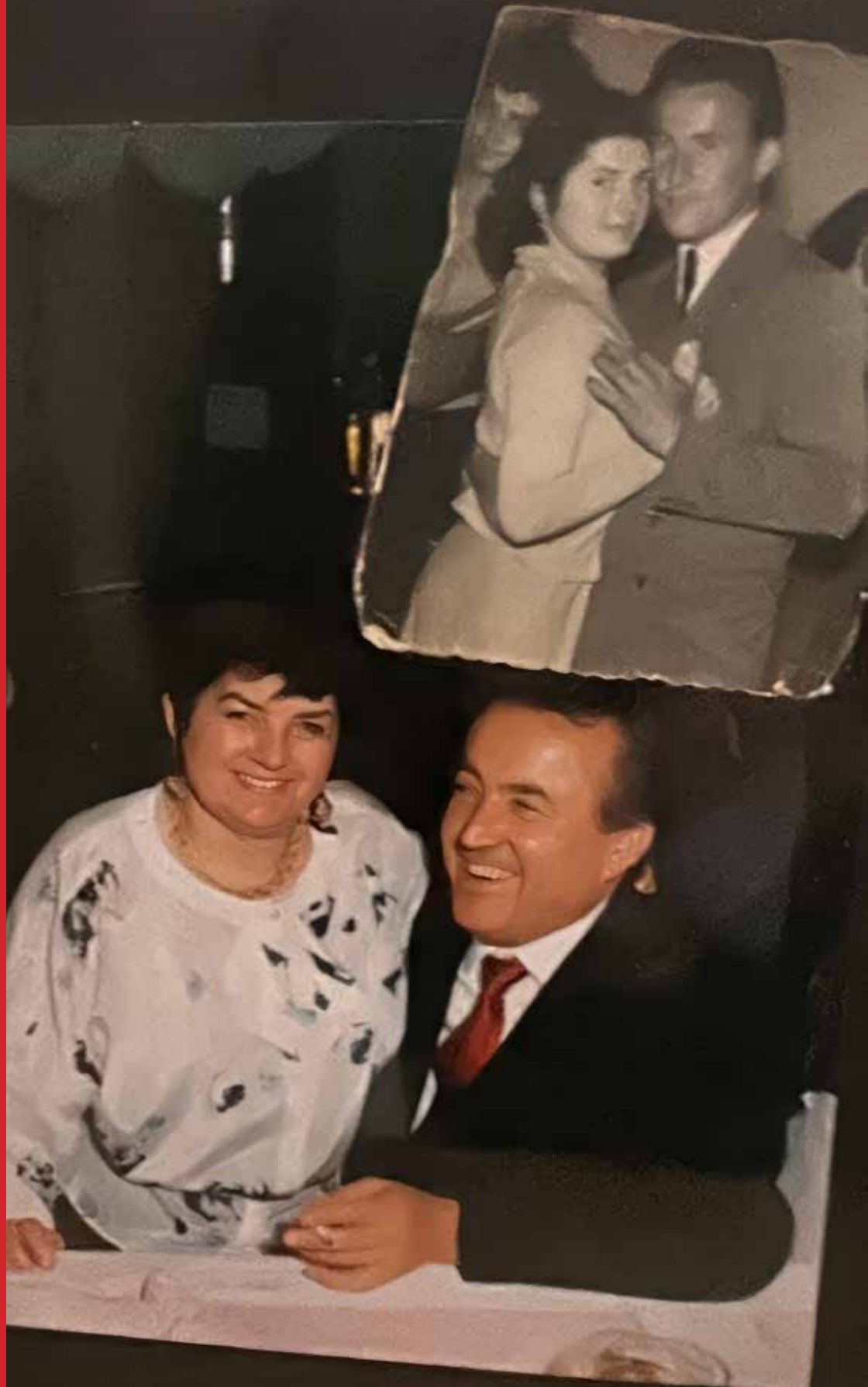
nel tempo, custodite negli archivi di famiglia, spedite nei mesi della scrittura. Ogni scatto è stato scelto non per la sua perfezione, ma per la sua verità. C'è chi beve da una bottiglia in cucina, chi indossa un braccialetto Lube, chi brinda, chi sorride, chi lavora.

Gardini per Arredare è una casa, un'impresa, una visione. Ma è soprattutto una grande storia italiana. E questo capitolo è la porta d'ingresso a tutto ciò che questa storia ha lasciato impresso nel tempo.

"Quando un'azienda romagnola incontra un sogno, sa sempre come trasformarlo in realtà".



FAMIGLIA GARDINI





Marco e la moglie Monica

Marco Gardini e Monica Turrone, a cena. Un momento di condivisione che racconta la dimensione più autentica delle relazioni: quelle che nascono anche lontano dal lavoro, attorno a una tavola.



Una foto di vent'anni fa

Al centro, Maria, con accanto i figli Marco e Italia. Un ricordo semplice e familiare che racchiude l'essenza di ciò che la famiglia Gardini rappresenta: l'amore, la complicità e la presenza costante della mamma, punto fermo di tutta la loro storia.



Anni '80 – Maria e Mario Gardini di ritorno da Bali

Uno scatto che li ritrae al rientro da un viaggio a Bali. Un'immagine che restituisce la complicità e l'intesa di una coppia unita nella vita e nel lavoro.



La terza generazione di Gardini

Dopo l'impegno del fondatore, Mario Gardini, l'azienda è stata portata avanti dai figli, Marco e Italia. Oggi la terza generazione comincia a farsi strada: Mila, responsabile dell'e-commerce, è già parte attiva dell'impresa, mentre Isabella, ancora studentessa, mostra interesse per il percorso familiare. Gli altri figli – Giammarco, Eleonora e Matteo – hanno intrapreso strade diverse, ma restano legati ai valori di famiglia che ispirano l'azienda.



Le domeniche di casa Gardini

Vent'anni fa era tradizione ritrovarsi tutti a pranzo, spesso ospiti di Mario Gardini. In questa foto è seduto a capotavola, accanto al genero Christian, al nipote Giammarco, a Italia e alla moglie Maria. La sedia vuota di fronte a lui appartiene a Monica, dietro l'obiettivo a immortalare una delle tante domeniche in famiglia.



Maria Antonelli, la madre

Non ha mai lavorato in azienda: si è sempre dedicata alla famiglia, con una presenza silenziosa e costante che teneva unita la casa. È stata la forza gentile accanto a Mario Gardini, capace di sostenerlo e incoraggiarlo quando, nel 1966, muoveva i primi passi del suo sogno.

VITA IN AZIENDA





2007 – Gli arredatori con Mario Gardini

Una foto di gruppo che ritrae Mario Gardini insieme al team di arredatori. Un ricordo prezioso di collaborazione e spirito di squadra, valori che da sempre contraddistinguono l'azienda.



Natale 2024

Un momento di festa condiviso con tutto il team Gardini. Un brindisi insieme per celebrare un altro anno di impegno, collaborazione e passione, nel segno di una famiglia che continua a crescere unita.



Luglio 2018 – Cena estiva Gardini per Arredare

Una serata di festa con tutto lo staff, tra cena, musica e divertimento. Un momento di condivisione e allegria che riflette lo spirito di squadra e la coesione dell'azienda.



Luglio 2018 – Cena estiva Gardini per Arredare



Luglio 2018 – Cena estiva Gardini per Arredare



Mario e Marco Gardini insieme a Daniele Briadori in uno dei consueti festeggiamenti aziendali.



2007 – Visita del Principe Emanuele Filiberto di Savoia

Da sinistra, Emanuelli, al centro il Principe e a destra Marco Gardini. L'incontro avvenne presso la 2R Engineering di Ravenna, dove Gardini aveva curato gli allestimenti e gli arredi. Un momento di prestigio che in grado di conferire professionalità e riconoscimento al lavoro svolto.



Gennaio 2025

In occasione della sua recente nomina a Vescovo della Diocesi di Cesena-Sarsina, S.E. Antonio Giuseppe Caiazza ha incontrato Marco Gardini, in un momento di dialogo cordiale che ha unito valori, visione e senso di comunità.



2015 – Cena a Riccione

Una serata conviviale al Calamario Piadinaro con una parte dello staff Gardini, insieme ai rappresentanti e ai dirigenti della Battistella. Un incontro tra lavoro e amicizia, nel segno delle collaborazioni che durano nel tempo.



Il team Gardini

Un gruppo unito da passione, professionalità e spirito di squadra. Ogni volto racconta una parte della storia di Gardini, un'azienda che da sempre cresce grazie al valore delle persone che ne fanno parte.



Ottobre 2022 – Fattore R, Fiera di Cesena

Gardini ha partecipato all'edizione 2022 di Fattore R, l'evento dedicato alle imprese e all'innovazione del territorio romagnolo.



Novembre 2024 – Visita alla Lamborghini

Marco Gardini in visita presso la sede Lamborghini insieme all'associazione Rete PMI, di cui Gardini per Arredare è associata. Un incontro dedicato all'innovazione e al dialogo tra imprese.



Team building con Rete PMI Romagna

Momento conviviale durante un'attività di team building organizzata da Rete PMI Romagna. In foto, Marco Gardini alle prese con la preparazione della piadina romagnola.



2017 – Inaugurazione di Creo Romagna

Lo chef Alessandro Borghese ospite d'eccezione e testimonial all'inaugurazione del punto vendita Creo Romagna. Un evento di grande partecipazione che ha celebrato l'apertura del nuovo spazio Gardini, dedicato alle cucine dal design contemporaneo.



3 ottobre 2019 – Inaugurazione della colonnina elettrica a Gatteo

Cerimonia di inaugurazione della nuova colonnina per la ricarica elettrica. Nella foto: Mario Gardini, la consigliera regionale Montalti, Marco Gardini, il sindaco di Gatteo Vincenzi, il dott. De Rosa, amministratore delegato del Consorzio Romagna Energia, e Italia Gardini. Un momento simbolico che testimonia l'attenzione dell'azienda verso l'innovazione e la sostenibilità.



Primi anni 2000 – Incontro con il professor Antonino Zichichi

Marco Gardini stringe la mano al premio Nobel per la Fisica Antonino Zichichi, in occasione della visita del professore a Gatteo.



Jerry Calà in visita al negozio di Gatteo

Scatto ricordo durante le riprese di uno spot pubblicitario girato da Jerry Calà all'interno del punto vendita di Gatteo. Nella foto, l'attore posa insieme a Mario e Marco Gardini.



2017 – Presentazione alla stampa del punto vendita Creo Romagna

Evento di presentazione ufficiale del nuovo showroom Creo Romagna, dedicato al design accessibile e alle cucine moderne.



10 giugno 2022 – Magazzino di Savignano sul Rubicone

Scatto realizzato presso il magazzino di via Bevilaqua, dove si vedono i mobili pronti per la consegna ai clienti. Un'immagine che racconta l'organizzazione e l'impegno quotidiano dietro ogni progetto firmato Gardini.



Aprile 2023 – Cena con i partner Battistella

Serata conviviale con Alberto Battistella, titolare della Battistella Company, e Dorianò D'Ambrosio, direttore commerciale. Presenti anche Daniele Briigliadori, direttore generale di Gardini per Arredare, insieme a Manuel, Antinisco e Ilario dell'agenzia Calza, rappresentanti per la Romagna e le Marche. Un incontro all'insegna della collaborazione e del dialogo tra partner storici.



9 dicembre 2024 – Giada con la nuova berretta Gardini

Giada, una delle storiche collaboratrici dell'azienda posa con la berretta appena realizzata e personalizzata con il logo Gardini. Un piccolo simbolo di appartenenza e orgoglio per chi ogni giorno contribuisce alla crescita del marchio.



Dicembre 2022 – Cena degli auguri della Company

Un momento di festa e condivisione per tutto il team Gardini, riunito per scambiarsi gli auguri di Natale.



Cena estiva della Company

Una delle tradizionali serate aziendali organizzate da Italia e Marco Gardini: momenti di convivialità e intrattenimento, con la consegna dei premi a marchio BEKO e il piacere di condividere, insieme, i successi dell'anno.



Luglio 2022 – Cena estiva Gardini

Una serata di festa e condivisione con tutto il team, dedicata ai riconoscimenti e alle premiazioni dei collaboratori, per celebrare l'impegno, la passione e lo spirito di squadra che continuano a far crescere l'azienda.



Luglio 2023: Cena estiva aziendale Gardini

Una serata di festa insieme a tutto il team, tra momenti di convivialità, premiazioni e riconoscimenti. Un'occasione per celebrare i traguardi raggiunti e rinnovare lo spirito di squadra che da sempre contraddistingue l'azienda.



Cena estiva 2024

La gioia dell'incontro, fuori dal lavoro ma dentro la stessa storia.



Cena estiva 2024

Una risata che racconta meglio di mille numeri il gusto dei successi conquistati insieme.



Cena di Natale 2025

Una grande tavolata, un unico brindisi. La forza del gruppo, la gioia dei risultati ottenuti e lo sguardo rivolto al futuro.



Italia Gardini con Angela Piazzolla

Un momento che parla di ascolto, sensibilità e ispirazione.





Agosto, sempre aperti

Una delle campagne pubblicitarie pensata per ricordare ai clienti che l'azienda non si ferma neppure in estate. Un messaggio semplice ma efficace, simbolo di disponibilità, continuità e attenzione verso chi cercava casa anche nel mese delle vacanze.



In campo con la Romagna

I cartelloni Gardini, simbolo di un'azienda che ha sempre saputo parlare alle persone nei luoghi della loro quotidianità.



Rimini Calcio – allo stadio con Gardini

Gli striscioni pubblicitari Gardini esposti allo stadio testimoniano la vicinanza dell'azienda al territorio e al mondo dello sport. Una presenza costante sugli spalti, a sostegno della squadra e dei valori di passione e appartenenza che uniscono impresa e comunità.



Il simbolo della "Caveja Romagnola"

Emblema realizzato in occasione del quindicesimo anniversario di attività, a testimonianza del percorso e dell'identità della Caveja Romagnola. Un segno grafico che racchiudeva lo spirito, la passione e la continuità di un progetto profondamente legato al territorio.



Cartello pubblicitario a San Mauro Mare

Pannello 15x4 metri collocato presso il campo sportivo, di fronte all'Iper di San Mauro Mare, rinnovato nel 2024. Un segno visibile della presenza costante di Gardini sul territorio e della volontà di mantenere vivo il legame con la comunità locale.



Anni '80 – L'attaccapanni Gardini

È stato recentemente ritrovato in una palestra un attaccapanni realizzato con il logo dell'azienda. Rappresenta uno dei tanti oggetti promozionali con cui Gardini faceva conoscere il proprio nome e rafforzava il legame con la comunità locale.



Cartolina di Pasqua, primi anni 2000

Una delle cartoline augurali che Gardini inviava ai clienti e ai partner in occasione della Pasqua. Un gesto semplice ma sentito, che rifletteva l'attenzione e la cura nei rapporti costruiti nel tempo.



Fiere alberghiere di Rimini

Materiale promozionale realizzato per le fiere del settore alberghiero, dove Gardini presentava le proprie soluzioni d'arredo dedicate al mondo dell'hotellerie.



Marco Gardini in Vespa a Capo Nord

Marco ha attraversato tutta l'Europa in 16 giorni. Ha restaurato una vecchia due ruote del 1980 e si è iscritto alla terza edizione del Nordkapp Classic Raid.

RICONOSCIMENTI PUBBLICI





Racconti di stampa

La rivista bmm ZONE dedicò un servizio a Gardini, con un'intervista e una fotografia, affiancate dalla pubblicità del punto vendita di Ravenna.

dicembre 2012 | la GAZZETTA del RUBICONE Dal Rubicone **39**

La Famiglia Gardini

Gardini, da 46 anni è uno dei leader romagnoli e nazionali

Nel settore dell'arredamento. Mario Gardini, nato a Roncofreddo 77 anni fa, il 14 maggio 1935, residente a Gatteo dal 1965, ha iniziato nel 1966 prima come falegname e poi creando, insieme ai suoi familiari, nel suo paese, l'omonimo mobilificio sulla provinciale che da Savignano porta al mare. Il piccolo luogo dove si vendevano mobili, negli anni è diventato un vero impero dell'arredamento in Romagna e in Italia, condotto a tutt'oggi insieme ai figli Marco e Italia. Il mobilificio Gardini conta 37 dipendenti e collaboratori. Mario Gardini il 2 giugno 2002 l'allora presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi e il presidente del consiglio Silvio Berlusconi lo nominarono Cavaliere della Repubblica. Ma sono tanti i premi nazionali che Mario Gardini ha ottenuto nella sua lunga carriera di mobiliere

Maggio 2017 – Articolo su Il Resto del Carlino, edizione locale

Una pagina intera dedicata al punto vendita Cucine Lube Rimini, con un'intervista a Dorotea Pianezza, responsabile del negozio, che racconta la sua idea di design e architettura. Un contributo che valorizza la professionalità e la visione del team Gardini sul territorio.



Un riconoscimento pubblico

Il 22 marzo 2015 il quotidiano La Voce dedicò un articolo all'azienda, raccontando il percorso di famiglia e d'impresa che, da quasi sessant'anni, porta il nome Gardini nelle case della Romagna e in tutta Italia.



2017 – Pagina pubblicitaria

Una delle pagine curate da Gardini realizzata nel 2017. Un esempio di comunicazione coordinata che racconta lo stile, l'identità e la presenza costante dell'azienda nei principali canali del settore arredamento.



TUTTI I NOSTRI SHOWROOM



GATTEO

VIA SAVIGNANO, 54



CESENA

VIALE BOVIO, 44



RIMINI

VIA FLAMINIA, 177/B



RAVENNA

VIA CIRCONVALLAZIONE
PIAZZA D'ARMI, 90



VIA EMILIA

VIA EMILIA, 2051
LONGIANO

GARDINISTORE.IT
vendita online on-line

RETI E LETTI.IT
SPECIALISTI DELLA DORABILITÀ

E-COMMERCE
DI ARREDAMENTO

2017 – Pagina pubblicitaria sul giornalino Mizar

Una delle pagine curate da Gardini per il periodico Mizar, realizzata nel 2017. Un esempio di comunicazione coordinata che racconta lo stile, l'identità e la presenza costante dell'azienda nei principali canali del settore arredamento.

Addio a Gardini, leader dell'arredamento

Ieri è spento il noto imprenditore. Il ricordo del figlio: «Da piccolo falegname ha costruito un impero, un grande lavoratore»

GATTEO

di Gianni Pasolini

Grande commozione e condoglio ha suscitato l'improvvisa scomparsa di Mario Gardini, 84 anni, presidente di Cimpro e titolare di un'azienda di Cesena da 54 anni, il 24 gennaio in via Sapporo 24, a viale 33, dell'ex palazzo Maglioli. Mario Gardini abitava nella casa insieme al figlio Giancarlo che ha inviato rivelandoci domenica 6 dicembre sepolto, stato a torto, staccato stabilmente da un infarto. «Giani era stato per tutto la durata del suo mobilificio, direttore di tutto ed amministratore e l'ultimo ad andare via», ricorda il figlio Giancarlo Gardini. «Per tutta la sua vita è stato con gli anni come faceva subito, ma in tutti i modi, come al solito, presto a casa».

Ma forse pensava che la non avrebbe amata poche ore dopo. «Gianni sospirava che il babbo non dava segni di vita improvvisamente ha allestito l'inhumazione del 116, ma il per-



Clamp e il presidente dei comi Gioi Sforza (1974) con il camaronario Cavallotti della Repubblica. Sono passati 33 anni da quando il piccolo falegname di Borzoli, 113 lavoratori, un imprenditore geniale per il gusto arduo, casto, affettuoso, modesto, era diventato quello che era stato. Mio? della mattina arriva. Con il figlio e la sorella di loro.

INMAN

È stato trovato senza vita ieri mattina. Il 116 non ha potuto fare nulla

La notizia della scomparsa di Mario Gardini è stata annunciata dal figlio Giancarlo Gardini. «Per tutta la sua vita è stato con gli anni come faceva subito, ma in tutti i modi, come al solito, presto a casa».

Mario Gardini è stato trovato senza vita ieri mattina. Il 116 non ha potuto fare nulla.

La notizia della scomparsa di Mario Gardini

L'articolo apparso sul giornale annunciava la perdita di Mario Gardini, fondatore dell'azienda. Un momento di grande commozione per la famiglia, i collaboratori e tutta la comunità che lo aveva conosciuto e stimato.

SI SONO SVOLTI IERI POMERIGGIO A GATTEO

Tantissima gente per i funerali di Mario Gardini

L'affettuoso manifesto dedicatogli dai dipendenti il parroco nell'omelia: «Esempio di grande spessore»

GATTEO
GIORGIO MASHAGGI
Una mare di gente per l'inhumazione al cavalier Mario Gardini. Si è svolto ieri pomeriggio il funerale dell'imprenditore B'enne, che per 54 anni è stato la guida del mobilificio "Gardini per arredare".

Imprenditore lungimirante

Imprenditore che con pochi mezzi, ma tanta creatività e impegno, mettendosi in gioco e pensando in grande, ha creato dal nulla l'azienda "Gardini per arredare" poi divenuta leader. Per questo era stato nominato anche cavaliere al merito della Repubblica italiana e si era anche raccontato in un libro dato alle stampe nel '59 dell'azienda.

di Vincenzi, e di Longiano, Ettore Battistini, Fex sindaco di Gatteo Tiziano Gasperini, Tiziano e compianto ex sindaco Massimo Bulbi, il responsabile della Cna del Rubicone, Marco Lucchi, e tanti altri. In mezzogiorno c'erano anche tutti i dipendenti del gruppo Gardini con le loro famiglie, che oltre al funerale hanno dedicato un manifesto: «Gratie Mario con affetto la famiglia Gardini della Repubblica».

Articolo dal Corriere Romagna

Milestones

1966

Nasce il mobilificio Gardini,
a Gatteo

Durante gli anni '70

Partnership con fornitori storici
(Lube, Alf, etc)

Tra gli anni 70 e gli anni 80

Trasformazione del building
Gardini Gatteo in struttura unica

2009

Nasce Gardinistore.it sito di
vendita mobili online aperto 24/7

2012

apre Lube Store Cesena,
il primo in Italia

2014

apre Lube Store Rimini via Flaminia

2015

apre Lube Store Ravenna

2016

apre Creo Store Romagna
a Longiano

2023

apre nuovo Lube Store Rimini

Lube Rimini via Flaminia diventa Creo
Store Rimini via Flaminia

2026

60 anni di storia

LA NOSTRA MISSION

*Arrediamo secondo il gusto e il design italiano,
dando ai nostri clienti un prodotto su misura
con il miglior servizio possibile.*

Esperienze

ARREDO CASA

Cucine su misura
moderne | classiche | in muratura

Soggiorni

Salotti

Camere - camerette

Bagni

Complementi

ARREDO UFFICI

Pareti attrezzate

Pareti in vetro

Sale riunioni

Uffici direzionali

Uffici operativi

ARREDO HOTEL

Camere da letto

Reception

Sale da pranzo

Sale d'attesa

COMUNITÀ

Dormitori

Sale riunioni

Refettori

LA FORZA DELLE NOSTRE OFFERTE NEGLI STORE DELLA ROMAGNA



via Bovio, 44
CESENA



via Cina, 3 - SS9
RIMINI



via Circonvallazione
Piazza d'Armi, 90
RAVENNA



via Flaminia, 177/B
RIMINI



via Emilia, 2051
LONGIANO

Gardini per Arredare s.r.l.
via Savignano, 54 - 47043 Gatteo (FC)
tel. 0541 932511 - info@gardiniperarredare.it
p.iva 03193200403
www.gardiniperarredare.it

60 ANNI DI STORIA, UNA SOLA PAROLA: GRAZIE.

Nel 1966 nostro padre ha dato vita a Gardini per Arredare. Nessuno poteva immaginare che negli anni quel garage sarebbe diventato una realtà capace di attraversare le generazioni, aprirsi a nuovi linguaggi e restare, nel profondo, sempre fedele a sé stessa.

Da allora, e per ogni nostro singolo giorno, abbiamo arredato case, accompagnato famiglie, ascoltato esigenze e risposto a sogni.

Abbiamo aperto nuovi showroom, rinnovato i linguaggi della comunicazione, investito in formazione e digitalizzazione, creato una squadra sempre più solida, preparata e motivata.

È vero: in sessant'anni tante cose sono cambiate, **ma il cuore del nostro lavoro batte sempre allo stesso ritmo.**

La cura con cui selezioniamo ogni materiale. La dedizione con cui accogliamo ogni persona che entra in uno dei nostri punti vendita.

La passione che mettiamo nel nostro lavoro, ogni giorno e da sempre.

È per questo che oggi, in occasione di questo anniversario così speciale, vogliamo dire **grazie.**

Grazie a chi lavora con noi, fianco a fianco, con professionalità e cuore. Grazie ai nostri clienti, che ci scelgono e ci affidano spazi preziosi delle loro vite. Grazie ai partner e fornitori che credono nel valore della relazione, oltre che del prodotto.

E grazie a chi, anche solo per un tratto di strada, ha camminato accanto a noi, lasciandoci qualcosa da ricordare.

Sessant'anni sono un traguardo che commuove, ma sono anche una promessa. La promessa di continuare a meritarcì ogni giorno la fiducia ricevuta. Di restare fedeli a ciò che siamo e di continuare a domandarci, ancora e ancora:

come possiamo fare meglio?

Famiglia Gardini

Marco, Italia e tutti coloro che ogni giorno rendono possibile questa storia.



Ilaria Spadaccini è autrice, ghostwriter e copywriter con una solida esperienza nel campo dello storytelling strategico. Consulente per aziende, professionisti e progetti editoriali, lavora ogni giorno sulle parole per dare forza alle identità, coerenza ai messaggi e valore alle visioni. Collabora con brand, editori e imprenditori trasformando percorsi individuali e aziendali in narrazioni autentiche e potenti. È presidente di un'associazione culturale dedicata alla promozione della lettura e della scrittura. Cura progetti narrativi, campagne di comunicazione e libri. Questo libro nasce dal desiderio di celebrare un'impresa di famiglia che da sessant'anni attraversa la storia con passione, visione e radici profonde nel territorio.



*Anche oggi, come ogni mattina da oltresessant'anni,
la famiglia Gardini si alza con una domanda semplice ma potente:
"Come possiamo fare meglio?"*

Italia e Marco Gardini



€ 22,00