



Aprile 2015 - La terza generazione prende in mano le redini della Bianchi e Nardi, azienda storica del Made in Italy nel settore pelletteria di Alta Gamma. Un team al comando composto da cinque giovani decisi a sviluppare l'impresa creata a Firenze nel 1946 da Mario Bianchi e Aldemaro Nardi; e a rendere sempre attuale la sfida raccolta dalla seconda generazione, guidata da Mauro Bianchi assieme a Marco e Massimo Nardi.

Adesso tocca ai trentenni insediarsi nel consiglio d'amministrazione e caricarsi delle principali responsabilità manageriali: Gabriele Bianchi, responsabile amministrativo; Giulia Bianchi, responsabile ufficio legale. Laura Nardi, presidente e account manager; Alessandro Nardi responsabile produzione; Andrea Nardi, responsabile dell'approvvigionamento e qualità della materia prima.

Un'azienda proiettata al futuro come Bianchi e Nardi non poteva smentire se stessa sul piano della governance aziendale. Il passaggio generazionale, che per molte imprese del made in Italy costituisce una tappa drammatica, è stato invece affrontato di slancio come un'occasione di crescita da cogliere al volo. Appena insediato il nuovo consiglio di amministrazione ha preso la decisione di sbarcare sul mercato del luxury con un proprio brand, pur continuando a produrre per conto dei grandi gruppi mondiali del lusso.

Nasce con *Bianchi e Nardi 1946* la nuova collezione di borse in pellami pregiati dove forme, materiali e lavorazioni si uniscono in un prodotto d'alta gamma, simbolo della qualità e della tradizione pellettiera fiorentina. Una scelta coraggiosa che attinge a un capitale umano, ad un sapere artigianale e a un'organizzazione industriale con pochi paragoni. Contemporaneamente il gruppo ha aderito al programma Elite di Borsa italiana per avvicinarsi al mercato dei capitali e

accelerare l'internazionalizzazione.

La storia di Bianchi e Nardi costituisce un'eccezione nel panorama industriale italiano. Non solo perché la società venne costituita sulla base della stima reciproca che legava fra loro due amici come Mario Bianchi e Aldemaro Nardi. Ma soprattutto perché quel patrimonio di fiducia e amicizia si è conservato intatto per tre generazioni e per quasi settanta anni. E adesso consente alla società di raccogliere la sfida della globalizzazione dei mercati e della competizione internazionale. Ma senza rinunciare a quelle abilità artigianali che da sempre hanno differenziato l'azienda fiorentina. Un esempio fra tanti: l'utilizzo magistrale della pietra d'agata per diamantare la pelle del coccodrillo ben sapendo che tutti i pezzi tagliati saranno diversi l'uno dall'altro, ma che una volta uniti daranno vita a un oggetto unico e prezioso.

Con oltre 30 milioni di euro di ricavi (+17,4%) e un utile prima delle imposte pari a 3,6 milioni (+19%), dati 2014, Bianchi e Nardi è a tutti gli effetti uno dei protagonisti della pelletteria italiana. Lo conferma il moderno stabilimento di Scandicci con una capacità produttiva di circa 80mila pezzi all'anno. E lo certificano sia l'adozione di tecnologie avanzate di produzione come il taglio delle pelli al laser sia il sofisticato sistema informatico che connette l'azienda alle 24 botteghe dell'indotto, tutte dell'area di Firenze. Perché ogni borsa va costruita con passione e pazienza. Mentre la tecnologia consente di ottenere l'alta qualità ottimizzando tempi e costi.

Per Bianchi e Nardi il Made in Italy è un elemento essenziale del Dna aziendale da cui non si può prescindere. Già nel 1941, prima che la società fosse fondata, Aldemaro Nardi aveva venduto le prime "cinque borse in feltro" a Guccio Gucci. In seguito, soprattutto a partire dagli anni '80, crebbe la produzione per i grandi marchi del lusso sia italiani sia internazionali. Ma la manifattura, oggi come allora, è sempre stata italiana, anzi fiorentina.

*Nella foto: da sinistra Gabriele Bianchi, Andrea Nardi, Laura Nardi, Alessandro Nardi, Giulia Bianchi*

