

Lamart, 50 ANNI VISSUTI con passione!

«**E**bbene sì, 50 anni nel 2021! Che confidiamo possa essere un anno di rinascita ed evoluzione verso un mondo migliore di quello che ci stiamo lasciando alle spalle», ci dice Walter Montagna, Managing Partner di Lamart.

Come inizia l'avventura Lamart?

La storia inizia dal matrimonio dei miei genitori e dal fatto che il papà di mia madre produceva porcellane che già esportava in Europa. La passione dei miei genitori per l'artigianato orientale li porta quindi a viaggiare in Cina, Giappone e Korea - strade a quel tempo non così battute - alla ricerca di prodotti originali da distribuire in Italia. Nel 1971, con l'incontro tra i miei genitori ed il padre del mio socio Cassardo Corrado viene fondata l'azienda, che diventa gradualmente una delle principali realtà in Italia nell'importazione di articoli dall'oriente, fino al culmine della costruzione di una propria fabbrica in joint venture in oriente, con prodotti venduti in esclusiva in tutta Europa.

Poi però il percorso cambia...

Negli anni '90 avviene una trasformazione stilistica: l'azienda si orienta verso produzioni di gusto più europeo e nasce il progetto **Palais Royal**, casa fondata tra Torino e Parigi nel 1995 e specializzata nella produzione di porcellane di alta qualità. Palais Royal prende a bordo le

maestranze della fabbrica Valenzano di Torino e inizia da qui un nuovo corso.

Nell'ultimo periodo la strategia aziendale ha puntato sulla progettualità attivando collaborazioni illustri.

L'azienda è cresciuta molto sotto l'aspetto creativo, stringendo collaborazioni di successo con validi designer e studi creativi provenienti per lo più dal mondo dell'arredamento e della moda. Questo ci ha permesso di uscire dai canoni tipici del mondo tavola e avanzare proposte più coraggiose che sono riuscite ad appassionare i nostri clienti e ci hanno permesso

di crescere molto fuori dai confini nazionali. Ogni nuova collezione **Palais Royal Boutique**, che rappresenta la massima espressione dell'universo Palais Royal, si sviluppa intorno a un concetto centrale dalla forte identità. Il progetto parte da un'idea che possa appassionare, divertire e far star bene le persone. Nel nostro dna ci sono un pizzico di positiva irriverenza, quella che strappa un sorriso, e la citazione di elementi culturali e iconografici. Queste idee vengono quindi sviluppate a 360° anche con riguardo ai materiali. Pur rimanendo di fondo produttori di porcellane, stiamo sperimentando anche



I BRAND INTERNAZIONALI CHE ARRICCHISCONO LA PROPOSTA LAMART

Lamart è anche il distributore esclusivo in Europa della rinomata casa americana Fitz and Floyd, apprezzata soprattutto per le straordinarie figure natalizie, oltre che agenzia per il segmento retail di Riedel, Nachtmann e Royal Copenhagen. «Sono partnership delle quali siamo estremamente orgogliosi. La nostra cultura aziendale e distributiva ci ha permesso di consolidare e far crescere la presenza sul mercato di queste prestigiose aziende che ci stanno sostenendo avvicinandosi maggiormente, attraverso di noi, alle esigenze del nostro particolare territorio. Siamo convinti che il nostro modo di lavorare, la semplicità che hanno i clienti a relazionarsi con noi, e la nostra attitudine al problem solving siano stati ingredienti importanti nel determinare il successo di queste rappresentanze. Inoltre, con Royal Copenhagen abbiamo stretto un accordo per la distribuzione esclusiva in tutti i paesi delle famose figurine in porcellana Royal Figurines, queste sono una parte molto importante dell'universo Royal Copenhagen e siamo davvero entusiasti di questo progetto».

www.lamart.it



Lamart

ROYAL COPENHAGEN
PARTNER TO THE QUEEN OF DENMARK

Nachtmann
FINE BAVARIAN CRYSTAL
THE LIFESTYLE DIVISION OF RIEDEL GLASS WORKS

PALAIS ROYAL
Boutique



RIEDEL
THE WINE GLASS COMPANY
GRAPE VARIETAL SPECIFIC

nuovi materiali come resine e tessuti, inclusione importante per ambire a creare un universo lifestyle.

Dalla collaborazione con lo **Studio Mamo** di Milano sono nate due linee di grande successo: **Santa Rosalia**, che ritrae figure allegoriche, leggende e storie popolari ispirate al mondo fantasioso e unico dei carretti siciliani, e **Tattoo Age**, molto di avanguardia, dedicata all'arte dei tatuaggi e ai suoi simboli che stimolano la nostra fantasia. Le carpe, la tigre, il drago e la fenice rappresentano coraggio, determinazione, lunga vita, equilibrio, rinascita, elementi positivi che invociamo a nostra protezione con la nostra caratteristica ironia.

La collezione **Mediterraneo** nasce invece dalla straordinaria collaborazione con **Antonello Blandi**, di professione grafico pubblicitario e pittore. Mediterraneo inneggia al puro ottimismo ed esprime una carica emotiva spensierata. I colori vivacissimi e gli aspetti iconografici dei paesaggi del Sud Italia, in composizioni dinamiche e imprevedibili, celebrano la vita e la natura.

Tra le proposte 2021 vogliamo citare **Fashion Candles**, progetto di home fragrance declinato in un'ampia collezione di portacandele in porcellana con i decori Boutique, come una sfilata di bellissi-

mi vestiti alla moda. Mentre la linea **Bel-imbusti**, creata anch'essa con lo Studio Mamo, è un lifestyle a tutto tondo, che comprende soggetti da arredamento, porcellane, fragranze e tessuti, dove storia e arte si uniscono in geometrie contemporanee e colori accesi. Dei e dee, invincibili e al tempo stesso specchio dei vizi e delle virtù degli uomini, sono i protagonisti di questa collezione di tendenza.

Lamart e dettaglio specializzato: un vero e proprio rapporto di partnership.

Certo, la parte complementare e fondamentale di questa lunga storia sono infatti i nostri splendidi clienti. Tante volte gli stessi degli inizi, o i loro figli. La centralità del punto vendita è il cardine della nostra impostazione. Lamart propone collezioni esclusive e originali che sono distribuite unicamente attraverso la rete dei partner commerciali. Chi scommette su di noi sa di poter contare su una distribuzione selettiva e ragionata, mai sovraesposta, e che non troverà offerte al ribasso online. Questo oggi è un aspetto sempre più essenziale. Lamart non si mette mai in competizione con i propri clienti, investe per il comune successo. Credo fortemente che la vendita assistita in un contesto di elevata qualità e professionalità sia la dimensione necessaria e

ideale delle nostre creazioni, contrapposto all'appiattimento delle vendite sulle piattaforme di terze parti. Certamente utili se sai esattamente cosa stai cercando, penso soprattutto all'elettronica. Per il resto è spesso solamente un gioco al ribasso dal quale vogliamo restare fuori. Al contrario, credo nel successo del punto vendita che abbia una sua forte identità e che faccia continua ricerca, sapendo proporre ai propri clienti idee e soluzioni alle quali non si sarebbe mai pensato (adoro quando i clienti mi sorprendono con idee che non ho mai visto neanche girando tutte le fiere di settore).

Lo sviluppo online è fondamentale per i nostri rivenditori e noi vogliamo essere al loro fianco e sostenerli in questo, non certo metterci in competizione. □