



La campaña United for Harmony de Natuzzi

Hijo de tigre

Pasquale Natuzzi, Jr., director de comunicación y vicedirector creativo de Natuzzi, desea mantener vivo el legado de su padre.

Por/**Alonso Escudero**



Pasquale Natuzzi, Jr.

¿Qué relevancia tiene el Salón del Mueble para una marca como Natuzzi?

Es la plataforma de diseño e interiorismo más importante del mundo. Es un lugar en el que convergen los creativos más sobresalientes y las marcas más destacadas. Un espacio al que todos venimos en busca de inspiración y a maravillarnos con la innovación de marcas internacionales. Incluso es un destino para los creadores más jóvenes, quienes cada año tienen algo novedoso que ofrecer.

Muchas de las grandes marcas de diseño de mobiliario vienen de Italia, ¿cómo es la industria del mueble en tu país?

La realidad es que sí existe una rivalidad entre las compañías que vienen del norte y del sur de Italia, pero mi filosofía es distinta. Yo soy integrante de la Asociación Italiana de la Industria del Mueble, así que una de mis tareas es establecer relaciones con todos los miembros. No soy amigo de todos [risas], pero sí tengo una relación cordial con ellos.

Eres un empresario muy joven, ¿en qué momento decidiste que querías formar parte del negocio familiar?

Siempre he dicho que Natuzzi es el sexto hijo, y primogénito, de mi papá [risas]. Yo crecí en la empresa. Recuerdo claramente la ocasión en la que mi padre [Pasquale Natuzzi] me llevó a los talleres de la compañía por primera vez. Yo tendría cinco años, aproximadamente, y fue una experiencia que nunca olvidaré. Cuando me preguntaban: “¿Qué quieres ser de grande?”, yo respondía: “¡El presidente de Natuzzi!” Crecí con una visión muy clara

de lo que quería. Cuando finalmente me uní a la compañía, hace seis años, entendí muchas cosas. No ha sido tan fácil como me lo imaginé [risas]. Porque he tenido que aprender mucho y ganarme mi lugar.

¿Cuál es el área que más llama tu atención de este negocio?

La creación de contenidos es mi pasión, es decir, cómo nos comunicamos con nuestros clientes y la visión de la marca que les transmitiremos. A veces paso la noche despierto haciendo mi trabajo. Soy muy afortunado porque hago lo que en verdad me apasiona.

¿Y la parte de diseño industrial te atrae?

No soy ingeniero ni diseñador, pero amo y admiro esa parte del proceso. Mi labor en las áreas de comunicación y relaciones públicas es muy importante porque mi tarea es perpetuar el trabajo hecho a lo largo de casi 60 años. Tengo que establecer convenios, asegurarme de que la compañía sea sustentable y que la calidad e innovación sigan siendo parte fundamental de todo lo que hacemos.

En cuestión de diseño, ¿tienen un equipo que crea todo in-house o colaboran con diseñadores externos como otras marcas?

Este año lanzamos 22 productos nuevos y el 90% fueron diseñados por talentos externos. Tenemos un equipo que se encarga de que Natuzzi mantenga su línea y estilo, pero también nos encanta “la contaminación de ideas” y la participación de nuevos talentos. No te puedo adelantar mucho, pero ahora mismo estamos desarrollando varias cosas con grandes nombres de la industria.

¿Cuál es el consejo más valioso que te ha dado tu padre?

Él nunca me ha dado consejos. Su forma de hacerlo, de manera indirecta, ha sido con el ejemplo. Siempre lo recuerdo trabajando, siendo honesto y manteniendo los pies en la tierra. Su dedicación y esfuerzo han sido la mejor forma de decirme: “Esto es lo que tú tienes que hacer para ser exitoso”.

Tomando en cuenta los valores con los que tu padre ha trabajado a lo largo de su carrera, ¿cómo definirías la filosofía de la compañía?

Tenemos un código de ética muy estricto que cada uno de nosotros debe seguir al pie de la letra. Mi padre lo estableció desde un principio y significa mucho para él. Gracias a esto ha logrado tantas cosas. Y no se trata nada más de mantener nuestra empresa, Natuzzi es responsable de más de 6,000 familias y es nuestro deber velar por ellas. En cuanto a nuestro ADN, yo diría que la palabra clave es “armonía”. Somos una marca que quiere crear espacios hermosos que te hagan sentir bien, pero no podríamos lograrlo si al interior de la compañía pensáramos de otra forma. Tenemos que ser muy congruentes con lo que hacemos desde adentro para proyectarlo en cada uno de nuestros productos.

Tú eres parte de la nueva generación de Natuzzi, ¿cómo planeas preservar el legado de tu padre?

Seguiré comprometido con los valores de la empresa que fundó mi padre, respetando todo lo que se hizo antes de que yo llegara aquí, para que las nuevas generaciones sigan apreciando lo que mejor sabemos hacer. Y ése es un gran reto. Todos hablan ahora de los *millennials* y de cómo atraerlos, así que ahora tenemos que pensar en ellos y en cómo satisfacer sus demandas, pero siempre conservando los valores centrales de Natuzzi.

Natuzzi también está muy involucrada con proyectos relacionados con el arte, ¿qué nos puedes contar al respecto?

Natuzzi Open Art es un proyecto en el que queremos involucrar a artistas de diversas disciplinas. Mi padre es un gran apasionado de la belleza y buscamos establecer colaboraciones que resulten en hermosas piezas de arte [la firma ha trabajado de la mano de artistas como Arnaldo Pomodoro, Giacomo

“
Mi mayor compromiso es con los códigos de ética que mi padre estableció hace 60 años.
”

Benevelli, Nicola Del Verme y Adrien Missika, entre otros]. Esta año, aquí en el Salón del Mueble, estamos exhibiendo el gran talento de la pintora Gina Lombito.

¿Cuál dirías tú que es la razón principal por la que Natuzzi ha sido tan exitosa a lo largo de casi seis décadas?

Nunca hemos imitado a nadie. Nos consideramos creadores de tendencias. A lo largo de nuestra historia nos hemos aventurado a crear productos que incluso nuestros arquitectos e ingenieros creían que no prosperarían, pero lo logramos. Eso nos hace diferentes del resto.

¿Cuál es la habitación que más te gusta de tu casa?

¡Mi recámara! Yo diseñé mi cama. ¡Es muy cómoda! No hay nada mejor que los fines de semana que paso ahí, viendo Netflix, acompañado de mi perro [risas].

¿Te veremos pronto en México?

¡Espero que sí! Amo la Ciudad de México. Tengo recuerdos muy buenos de ella.
natuzzi.com

UNITED FOR HARMONY

En su campaña global, presentada en el pasado Salón del Mueble de Milán, Natuzzi pretende encabezar un movimiento, el Harmony Club, que una a todos los que creen en la belleza, la *joie de vivre* y el respeto a los demás y el ambiente. En harmony.natuzzi.com encontrarás todos los mensajes, objetivos y contenido del programa.



SILLÓN ANTEPRIMA
54,420 pesos



GLASS CABINET PROXIMA
56,180 pesos



SILLÓN TRATTO
49,930 pesos



RECLINABLE GENNY
72,880 pesos



MESA ACCADEMIA
82,530 pesos



SILLA SONATA
33,670 pesos



MESA DE NOCHE EUCLIDE
30,380 pesos



SOFÁ DIECIS
95,300 pesos

Esta entrevista fue editada por cuestiones de espacio y claridad.

Natuzzi de venta en El Palacio de Hierro, excepto Centro.