

COVER STORY

PERDORMIRE

**L'azienda che ha rivoluzionato
il mercato del dormire**

*The company that has revolutionized
the 'bedding' market*





PERDORMIRE

L'azienda che ha rivoluzionato il mercato del dormire

PerDormire propone non solo materassi capaci di mettere al centro innovazione e qualità, ma un intero sistema per la salute e il benessere del sonno. Distribuito in negozi specializzati monomarca **di Giulia Gagliardi**

Dormeuse Abito
"Una Fiaba PerDormire"
by Fabio Novembre

Dimensione artigianale, conduzione familiare e un nuovo modo di pensare e distribuire il prodotto: PerDormire è un brand che ha alle spalle lo storico Materassificio Montalese, un family business nato negli anni Settanta e oggi player affermato nell'industria del dormire, in Italia e all'estero.

Ne parliamo con **Paolo Luchi**, direttore commerciale e marketing, che è entrato in azienda nel 2000 e con orgoglio racconta di come siano cresciuti insieme: «in una cinquantina d'anni siamo passati da una piccola produzione artigianale a una realtà strutturata come quella attuale. I numeri sono cresciuti in maniera esponenziale, da 40 a oltre 3000 materassi prodotti ogni giorno, per un giro d'affari che sfiora i 70 milioni di euro, il 65% del quale sviluppato in Italia. A non essere cambiati sono alcuni capisaldi della nostra filosofia, come il rigoroso made in Italy, che vale anche per i nostri fornitori, o la qualità dei nostri materassi, frutto di una continua innovazione che mette al centro il comfort».

Un modello di business unico

Il caso di PerDormire è anomalo nel panorama italiano, e per due ordini di ragioni. Da una parte c'è la scelta della famiglia proprietaria di lasciar gestire l'azienda da un board di professionisti, infatti il Materassificio Montalese rimane nelle mani della famiglia Caso - oggi alla seconda generazione -, ma tutti i settori





chi: «quello dei materassi è un mercato che tradizionalmente si sviluppa attraverso punti vendita in franchising o plurimarca. Noi, invece, abbiamo scelto di proporre i nostri prodotti in negozi monomarca, una rete che oggi conta 110 punti vendita (170 in prospettiva). Questa scelta distributiva è coerente con i due pilastri fondamentali della nostra strategia: il primo è legato alla competitività, che non può essere cavalcata, mantenendo la qualità, senza accorciare la filiera distributiva. L'altro pilastro è legato alla competenza: tutto il nostro personale di vendita, prima di entrare in negozio, viene coinvolto in una vera full immersion in azienda, per imparare i tanti

Antonio Caso
Amministratore Unico e
Paolo Luchi Direttore
Commerciale &
Marketing

operativi dell'azienda sono affidati a professionisti, dalle vendite e marketing alle finanze, dagli acquisti alle operation, che hanno contribuito al successo degli ultimi anni.

Dall'altra parte, altrettanto unico, c'è il modello distributivo. Come ci spiega Lu-

FlyingBed
by Massimo Mussapi



contenuti tecnologici e di personalizzazione che servono per seguire al meglio il cliente. Un investimento importante, che, però, ci ripaga con la professionalità e la preparazione di chi ci rappresenta di fronte al pubblico».

Un simile approccio vale anche per il mondo dell'Hospitality, dove al centro ci sono le esigenze di confort specifiche della clientela di ogni struttura ricettiva e la volontà di dare agli ospiti la sensazione di essere a casa. «Il viaggiatore oggi non cerca più ambienti anonimi e standardiz-

zati, ma vuole sentirsi a casa. Una camera di hotel deve quindi coniugare design, funzionalità, confort e benessere, per creare un'esperienza unica, da raccontare e da rivivere».

Il sistema letto

Un altro elemento essenziale che caratterizza il brand PerDormire è la scelta di proporre non solo i materassi, ma l'intero sistema letto. Una scelta dettata dalla considerazione che: «in Italia c'è un gap distributivo enorme nel settore del bed-



ding. Oggi il consumatore gestisce l'acquisto di un letto in due momenti diversi, pensando a due negozi diversi: l'arredatore, il mobiliere o il centro arredo per la struttura letto, e la casa del materasso per il materasso. Prima dei negozi PerDormire non esisteva un luogo dove trovare letto, materasso e cuscino. Anche per questo è fondamentale dedicare al cliente una consulenza personalizzata e approfondita, che parta dalla conoscenza delle sue abitudini e dei suoi bisogni in termini di comfort e di stile. Per trovare il

letto ideale bisogna concentrarsi su tre aspetti principali, l'ergonomia, la qualità igienica e la condizione termica».

Design, comfort e personalizzazione

Ovviamente anche l'occhio vuole la sua parte. «Per questo il sistema letto di PerDormire ha più di 100 varianti di colore, un range di misure per la struttura, oltre trenta piedini a scelta, reti in decine di modelli, trenta differenti tipi di cuscini». Il materasso stesso, per cui ci sono più di venti variabili, ha subito importanti evoluzioni ed è al centro di una continua ricerca.

«Abbiamo sviluppato materiali esclusivi e prodotto più di 20 tecnologie brevettate. Clima fresh è un esempio: un memoryfoam che, a contatto con il corpo e a raggiungimento dei 26-27°C, si attiva e mantiene costante la temperatura corporea. Oppure l'Air Technology, unico nel suo genere, in grado di aumentare la traspirabilità del materasso, riducendo l'umidità accumulata». Accanto al comfort, anche l'estetica, con collezioni d'autore come "Una Fiaba PerDormire" firmata da Fabio Novembre, la prima del progetto "Design Democratico italiano", che mette al centro la funzionalità senza dimenticare il design, a prezzi accessibili.

Il mondo di PerDormire dedicato agli hotel

Sono oltre 100 le referenze dedicate al settore hospitality. Si passa dai materassi in diversi materiali e livelli tecnologici, incluso il modello Dubai che utilizza le molle ottagonali in foam Octaspring®, 8 volte più traspirante di un materasso tradizionale, all'intero sistema letto, il FyingBed, il primo di design progettato esclusivamente per gli hotel, per una migliore pulizia della camera, dal pillow menu al programma No Bed Bugs per prevenire e contrastare la proliferazione delle cimici del letto con un trattamento a base vegetale.



The company that has revolutionized the 'bedding' market

PerDormire not only offers mattresses capable of focusing on innovation and quality, but also an entire system for the health and well-being of sleep. Distributed in specialised mono-brand stores **by Giulia Gagliardi**



Letto Abito
 "Una Fiaba PerDormire"
 by Fabio Novembre.
 Bed Abito
 "Una Fiaba PerDormire"
 by Fabio Novembre

Craftsmanship, family-run and a new way of thinking and distributing the product: PerDormire is a brand that stems from the historic Materassificio Montalese, a family business founded in the 70s and now an established key player in the 'sleep' industry, both in Italy and abroad.

We chatted with **Paolo Luchi**, sales and marketing manager, who joined the company in 2000 and proudly tells how they grew up together: «In fifty years we moved from a small artisan production to the current structured reality. The numbers have grown exponentially going from 40 to over 3,000 mattresses produced every day, creating a turnover of

nearly 70 million Euros, 65% of which in Italy. What hasn't changed over the years are some cornerstones of our philosophy, such as products that are strictly 'Made in Italy', which also applies to our suppliers, and of course the quality of our mattresses, the result of continuous innovation that focuses on comfort».

A unique business model

PerDormire's example is an anomaly in the Italian scenario, for two reasons: on the one hand there is the choice by the family owner to let the company be run by a board of professionals. In fact the Materassificio Montalese company is still in the hands of the Caso family – now in

PerDormire for hotels

There are more than 100 products aimed specifically at the hospitality market, from mattresses in different materials and technologies, like the Dubai model, which uses foam octagonal springs Octaspring®, 8 times more breathable than the standard mattress, to the FyingBed, the first design bed system created only for hotels, which makes the cleaning of the room easier, from the pillow menu, to the No Bed Bugs program, which prevents and fights the spreading of bedbugs thanks to a plant-based treatment.

its second generation –, however all the company's operating sectors are entrusted to professionals, from sales and marketing to finance, from purchases to operations, who have contributed to its success in recent years.

On the other hand, the distribution model is equally unique. As Luchi explains: «The mattresses market traditionally develops through franchising or multi-brand stores, whereas we have chosen to offer our products in single-brand stores, a network that now has 110 sales outlets (aiming for 170). This distribution choice is consistent with the two fundamental pillars of our strategy: the first is linked to competitiveness, which cannot be overlooked, maintaining quality, without reducing the distribution chain. The other pillar is related to competence: all our sales personnel, before entering the store, experience a full-immersion in the company, to learn the many technological and customisation contents that are needed to best serve customers. This is an important investment, which, however, repays us with the professionalism and preparation of those who represent us in front of the public».

Also the hospitality market is approached with a similar method. At its core there are the comfort needs of the customers, specific to every different accommodation, together with the aim to give a homely feeling to the guests. «Today a traveller is not looking for anonymous and standardised places, but would like to feel at home. A hotel room, therefore, should combine design, functionality, comfort and wellness, in order to create a unique experience, to be told to other and lived again».

The bed system

Another fundamental element that characterises the PerDormire brand is the choice to offer not only mattresses, but the entire bed system. A choice dictated by the consideration that: «There's a huge distribution gap in the bedding sector in Italy. Nowadays consumers manage the purchase of a bed in two differ-

ent moments, thinking of two different shops: they go to the decorator, furniture companies or furnishing stores for the bed frame, and the mattress company for the mattress. Prior to the PerDormire stores there was no place available where one could find bed, mattress and pillow. For this reason as well, it is vital to dedicate a personalised and in-depth consultation to clients, starting from the knowledge of their habits and needs in terms of comfort and style. In order to find the ideal bed you need to focus on three main aspects: ergonomics, hygienic quality and the thermal condition».

Design, comfort and customisation

Obviously looks matter too. «This is why the PerDormire bed system has over 100 colour variations, a wide range of frame, over thirty types of feet to choose from, dozens of models of bedsprings and thirty different types of cushions». The mattress itself, which consists of over twenty variables, has undergone important development and is at the centre of continuous research.

«We have developed exclusive materials and produced more than 20 patented technologies. "Clima fresh" is an example: a memory-foam which, when in contact with the body at 26-27°C, is activated and maintains body temperature. The "Air Technology", unique in its kind, is capable of increasing the mattress's breathability, thus reducing any accumulated moisture». Aside from comfort, aesthetics too play a crucial role, with designer collections such as "A PerDormire Fairy Tale" designed by Fabio Novembre, the first of the "Italian Democratic Design" project, which focuses on functionality without overlooking design, at affordable prices.