

Profil de l'entreprise 2026

Nardi conçoit et fabrique des meubles de design pour les espaces extérieurs, étudiés pour garantir un maximum de confort et de détente en plein air. L'entreprise produit **des assises, des fauteuils, des tables fixes et extensibles, des canapés modulaires, des bains de soleil, des cloisons d'extérieur** et de nombreuses autres solutions intégrées, conçues pour meubler tout type d'espace extérieur, du résidentiel aux lieux publics.

Le polypropylène, l'aluminium et le plastique post-consommation constituent les principaux matériaux de production, choisis pour leur recyclabilité totale et leur grande résistance aux agents atmosphériques, ce qui les rend parfaits pour une utilisation prolongée à l'extérieur sans nécessiter d'entretien particulier.

Tous les éléments sont proposés dans une large sélection de couleurs, associés à des tissus techniques et à un large choix de rembourrages, pour donner vie à des collections de mobilier polyvalentes et adaptées à tous les environnements.

De l'intuition du fondateur à l'ameublement des espaces extérieurs du monde entier

L'entreprise est née en 1990 de l'intuition de l'actuel président Giampietro Nardi qui, fort d'une solide expérience dans le secteur de l'impression, a très tôt reconnu le potentiel de croissance du marché du mobilier d'extérieur. De cette vision est né un parcours entrepreneurial axé sur l'innovation, la qualité et la spécialisation dans le design d'extérieur, qui a conduit Nardi à devenir l'un des acteurs les plus reconnus et les plus dynamiques au niveau international.

Dirigée aujourd'hui par Floriana et Anna Nardi (PDG de Nardi S.p.A.), l'entreprise a adopté une approche fortement axée sur la durabilité, concrétisée en 2019 par le lancement de la ligne **Regeneration**, dédiée à la fabrication de mobilier d'extérieur en plastique post-consommation. Ce projet a marqué le début d'un parcours structuré vers l'éco-compatibilité, qui implique l'ensemble du processus de production : de la conception des meubles individuels à leur emballage. La même année, Nardi a également lancé une analyse du cycle de vie (ACV) sur différents articles, dans le but d'identifier et de mettre en œuvre progressivement d'autres mesures visant à améliorer les performances environnementales.

Tous les meubles sont entièrement fabriqués à Chiampo (province de Vicence), siège social de l'entreprise, dans trois usines équipées de technologies de pointe et conçues pour garantir des économies d'énergie élevées. Les usines utilisent exclusivement de **l'électricité 100 % verte**, provenant de sources renouvelables certifiées, complétée par celle produite par le système photovoltaïque de l'entreprise.

L'entreprise adopte une **approche globale**, une décentralisation de l'économie mondiale, dans laquelle la vision internationale et la propension à l'innovation durable s'allient à la valorisation des ressources du territoire et à une chaîne d'approvisionnement organisée sur des distances extrêmement réduites. **Un modèle cohérent avec l'identité de Nardi, fondée sur un produit original, de design, entièrement italien et de qualité.**

Acquisitions

Dans le cadre d'une vision stratégique à long terme visant à renforcer l'offre et à accroître la compétitivité globale de l'entreprise, en misant sur l'innovation, l'excellence et la capacité de production, Nardi a signé en juillet 2025 un **accord d'entrée dans le capital de Coverbi**, une entreprise de Brescia spécialisée dans la production de coussins d'extérieur. Elle entend ainsi renforcer son rôle de leader dans le domaine du mobilier d'extérieur de qualité.

Bilan de durabilité

Pour Nardi, entreprendre signifie générer de la valeur grâce à des relations qualifiées, à la diffusion de la culture et au développement de collaborations qui contribuent à la **croissance du contexte social et économique**, comme le récent partenariat avec la **Fondazione Arena di Verona qui a conduit Nardi à devenir le partenaire officiel de l'un des symboles culturels les plus emblématiques et représentatifs de l'Italie dans le monde**. Une attention particulière est accordée aux **jeunes générations**, considérées comme un élément stratégique pour l'avenir, avec des initiatives dans les écoles et le soutien au monde sportif. Parallèlement, l'entreprise confirme son soutien aux initiatives dédiées aux individus les plus vulnérables de la communauté et collabore activement avec diverses associations locales.

Dans le domaine strictement professionnel, la culture d'entreprise est fondée sur le dialogue, la valorisation du capital humain et le travail d'équipe. Dans cette optique, Nardi adopte des **politiques de bien-être** ciblées et promeut un environnement professionnel positif et inclusif, visant à favoriser l'expression des capacités individuelles.

C'est dans cette perspective que s'inscrit la présentation, en 2025, du premier **Bilan de durabilité, rédigé sur une base volontaire** afin de mesurer, communiquer et renforcer l'engagement de l'entreprise envers l'environnement, les personnes et la communauté. Il s'agit d'une nouvelle étape concrète vers une gestion axée sur la transparence et la responsabilité, s'inscrivant dans une stratégie à long terme orientée vers la durabilité intégrée. Parmi les principaux résultats mis en évidence dans le Bilan, nous pouvons citer la **réduction des émissions de CO₂ de 23 à 28 % dans les produits régénérés**, ce qui confirme l'efficacité des plans industriels adoptés dans le cadre du programme *Regeneration*, et une optimisation significative de la consommation d'énergie et d'eau.

Showrooms d'entreprise

Outre le vaste **espace d'exposition de l'entreprise au siège de Chiampo**, l'inauguration, en février 2025, du **Nardi Showroom Milano**, premier point de contact milanais de la marque au cœur du quartier de Brera, a constitué une nouvelle étape décisive dans la croissance et le positionnement de la marque Nardi.

Cet espace exclusif, qui change d'aspect quatre fois par an au fil des saisons, est conçu comme une **plaque tournante de réseautage**, un lieu de rencontres et d'événements et un point de référence pour les architectes et les designers d'intérieur. Pour les clients privés, elle offre également un service de conseil personnalisé qui comprend des

rendus et des agencements sur mesure, des devis indicatifs et l'orientation vers le revendeur le plus proche.

Marchés et organisation commerciale

Nardi a toujours opéré sur les marchés internationaux, **réalisant 80 % de son chiffre d'affaires dans les secteurs de la vente au détail et des collectivités**. Actuellement, l'entreprise est **présente dans 132 pays à travers le monde**, grâce à une organisation commerciale très ramifiée et à un réseau de partenaires sélectionnés, qui collaborent à différents niveaux en accord avec les stratégies dictées par la maison mère. En 2024, Nardi a introduit le programme commercial « **Gold Partner** », réservé aux clients stratégiques par emplacement géographique et avec la possibilité de réserver à la marque, des espaces d'exposition d'au moins 100 m². Ces espaces, conçus et réalisés par Nardi, deviennent de véritables points de vente ambassadeurs de la marque.