

Profilo aziendale 2026

Nardi progetta e realizza arredi di design per spazi esterni, studiati per garantire il massimo comfort e relax all'aria aperta. L'azienda produce **sedute, poltrone** oltre a **tavoli fissi e allungabili, divani modulari, lettini prendisole, divisori per esterno** e molte altre soluzioni integrate, pensate per arredare qualsiasi ambiente outdoor, dal residenziale al contract.

Il polipropilene, l'alluminio e la plastica post-consumo costituiscono i materiali principali della produzione, scelti per la loro totale riciclabilità e per l'elevata resistenza agli agenti atmosferici, che li rende perfetti per un utilizzo prolungato all'esterno senza necessità di particolare manutenzione.

Tutti gli elementi sono proposti in un'ampia selezione di colori, abbinati a tessuti tecnici e a una ricca scelta di imbottiture, per dare vita a collezioni d'arredo versatili e adatte a ogni ambiente.

Dall'intuizione del fondatore all'arredo degli spazi esterni di tutto il mondo

L'azienda nasce nel 1990 dall'intuizione dell'attuale presidente Giampietro Nardi che, forte di una solida esperienza nel settore della stampistica, riconosce con largo anticipo le potenzialità di crescita del mercato dell'arredo per esterni. Da questa visione prende forma un percorso imprenditoriale orientato all'innovazione, alla qualità e alla specializzazione nel design outdoor che ha portato Nardi a essere fra i più riconosciuti e dinamici player a livello internazionale.

Guidata oggi da Floriana e Anna Nardi (CEO di Nardi S.p.A.), l'azienda ha adottato un approccio fortemente orientato alla sostenibilità, concretizzato nel 2019 con il lancio della linea **Regeneration**, dedicata alla realizzazione di arredi outdoor in plastica post-consumo. Questo progetto ha segnato l'avvio di un percorso strutturato verso l'ecocompatibilità, che coinvolge l'intero processo produttivo: dall'ideazione dei singoli mobili fino al loro imballaggio. Nello stesso anno, Nardi ha inoltre avviato l'analisi del ciclo di vita (LCA) su diversi articoli, con l'obiettivo di individuare e implementare progressivamente ulteriori azioni di miglioramento delle performance ambientali.

Tutti gli arredi sono fabbricati interamente a Chiampo (VI), sede centrale dell'azienda, all'interno di tre stabilimenti dotati di tecnologie d'avanguardia e progettati per assicurare un elevato risparmio energetico. Gli impianti utilizzano esclusivamente **energia elettrica 100% green**, proveniente da fonti rinnovabili certificate, integrata da quella prodotta dal sistema fotovoltaico aziendale.

L'azienda adotta un **approccio glocal**, in cui la visione internazionale e la propensione all'innovazione sostenibile si uniscono alla valorizzazione delle risorse del territorio e a una filiera organizzata su distanze estremamente ridotte. **Un modello coerente con l'identità di Nardi, fondata su un prodotto originale, di design, interamente italiano e di qualità.**

Acquisizioni

All'interno di una visione strategica di lungo periodo, volta a potenziare l'offerta e accrescere la competitività complessiva dell'azienda, puntando su innovazione, eccellenza e capacità produttiva, nel luglio 2025, Nardi ha sottoscritto un **accordo di ingresso nel capitale di Coverbi**, realtà bresciana specializzata nella produzione di cuscineria per esterni. In questo modo intende rafforzare il proprio ruolo come protagonista nell'arredo da esterni di qualità.

Bilancio di sostenibilità

Per Nardi, "fare impresa" significa generare valore attraverso relazioni qualificate, diffusione di cultura e sviluppo di collaborazioni che contribuiscano alla **crescita del contesto sociale ed economico**, come la recente partnership con **Fondazione Arena di Verona che ha portato Nardi ad essere Partner Ufficiale di uno dei simboli culturali più iconici e rappresentativi dell'Italia nel mondo**. Un'attenzione particolare è rivolta alle **giovani generazioni**, considerate una componente strategica per il futuro, con iniziative nelle scuole e il supporto allo sport. Parallelamente, conferma sostegno a iniziative dedicate alle fasce più vulnerabili della comunità e collaborando attivamente con diverse realtà associative locali.

In ambito strettamente lavorativo, la cultura aziendale si fonda sul dialogo, sulla valorizzazione del capitale umano e sul lavoro di squadra. In quest'ottica, Nardi adotta **politiche di welfare** mirate e promuove un ambiente professionale positivo e inclusivo, volto a favorire l'espressione delle capacità individuali.

In questa prospettiva si colloca la presentazione, nel 2025, del primo **Bilancio di Sostenibilità, redatto su base volontaria** per misurare, comunicare e rafforzare l'impegno dell'azienda nei confronti dell'ambiente, delle persone e della comunità. Si tratta di un ulteriore passo concreto verso una gestione improntata alla trasparenza e alla responsabilità, inserita in una strategia di lungo periodo orientata alla sostenibilità integrata. Tra i principali risultati evidenziati nel Bilancio emergono la **riduzione delle emissioni di CO₂ dal 23% al 28% nei prodotti rigenerati**, a conferma dell'efficacia delle pianificazioni industriali adottate nell'ambito del programma Regeneration, e una significativa ottimizzazione dei consumi energetici e idrici.

Showroom aziendali

Accanto all'ampia **area espositiva aziendale nell'headquarter di Chiampo**, un ulteriore passo decisivo nella crescita e nel posizionamento del brand Nardi è stata l'inaugurazione, a febbraio 2025, del **Nardi Showroom Milano**, primo touch point milanese del marchio nel cuore di Brera.

Questo spazio esclusivo, che cambia volto quattro volte l'anno per seguire le stagioni, è pensato come **hub di networking**, luogo di incontri ed eventi e punto di riferimento per architetti e interior designer. Per i clienti privati offre inoltre una consulenza personalizzata che include rendering e layout su misura, preventivi indicativi e l'indirizzamento al rivenditore più vicino.

Mercati e Organizzazione commerciale

Nardi opera da sempre nei mercati internazionali, **generando l'80% del proprio fatturato nei settori retail e contract**. Attualmente, l'azienda è **attiva in 132 paesi nel mondo**, grazie a un'organizzazione commerciale capillare e a una rete di partner selezionati, che collaborano a diversi livelli in sintonia con le strategie dettate dalla casa madre. Nel 2024, è stato introdotto il programma commerciale "**Gold Partner**", riservato a clienti strategici per posizione geografica e con possibilità di riservare al brand spazi espositivi di almeno 100 mq. Queste aree, progettate e realizzate da Nardi, diventano veri e propri punti vendita *brand ambassador* del marchio.