

Perfil de la empresa 2026

Nardi diseña y fabrica mobiliario de diseño para exteriores, destinado a garantizar el máximo confort y relax al aire libre. La empresa produce **sillas, sillones** además de **mesas fijas y extensibles, sofás modulares, tumbonas, separadores de exterior** y muchas otras soluciones integradas, creadas para amueblar cualquier espacio exterior, del residencial al contract.

El polipropileno, el aluminio y el plástico posconsumo son los principales materiales utilizados en la producción, elegidos por ser totalmente reciclables y por su alta resistencia a los agentes atmosféricos, por lo que son perfectos para un uso prolongado en exteriores sin necesidad de un mantenimiento especial.

Todos los elementos se proponen en una amplia selección de colores, combinados con tejidos técnicos y una rica variedad de cojines, que crean colecciones de muebles versátiles y adecuadas para cualquier ambiente.

De la intuición del fundador al mobiliario de espacios exteriores en todo el mundo

La empresa fue fundada en 1990 y es fruto de la intuición del actual presidente Giampietro Nardi quien, gracias a su sólida experiencia en el sector del moldeo reconoce con mucha antelación el potencial de crecimiento del mercado del mobiliario de exterior. A partir de esta visión cobra vida una trayectoria empresarial orientada a la innovación, a la calidad y a la especialización en el diseño de exteriores que ha llevado a Nardi a ser uno de los actores más reconocidos y dinámicos a nivel internacional.

Dirigida actualmente por Floriana y Anna Nardi (CEO de Nardi S.p.A.), la empresa ha adoptado una estrategia orientada a la sostenibilidad, que se materializa en 2019 con el lanzamiento de la línea **Regeneration**, dedicada a la fabricación de muebles de exterior con plástico posconsumo. Este proyecto marca el inicio de una trayectoria estructurada hacia el respeto del medioambiente, que abarca todo el proceso de producción: desde el diseño de cada mueble hasta su embalaje. Ese mismo año, Nardi comienza un análisis del ciclo de vida (ACV) de varios productos, con el objetivo de identificar e implementar gradualmente nuevas medidas para mejorar su desempeño ambiental.

Todos los muebles se fabrican por entero en Chiampo (VI), sede central de la empresa, en tres plantas dotadas de tecnologías de vanguardia y diseñadas para garantizar un alto ahorro energético. Estas plantas utilizan exclusivamente **energía eléctrica 100 % ecológica** procedente de fuentes renovables certificadas, junto con aquella generada por su propio sistema de paneles fotovoltaicos.

La empresa adopta un **enfoque glocal**, en el que la visión internacional y la propensión a la innovación sostenible se unen a la valorización de los recursos del territorio y a una cadena de suministro organizada en distancias muy cortas. **Un modelo coherente con la identidad de Nardi, que se basa sobre un producto original, de diseño, totalmente italiano y de calidad.**

Adquisiciones

En el marco de una visión estratégica a largo plazo, destinada a potenciar la oferta y aumentar la competitividad global de la empresa, apostando por la innovación, la excelencia y la capacidad productiva, en julio de 2025 Nardi firma un **acuerdo para entrar en el capital de Coverbi**, una empresa de Brescia especializada en la producción de cojines de exterior. De esta manera, desea reforzar su papel como protagonista en el sector del mobiliario de exterior de calidad.

Balance de sostenibilidad

Para Nardi, «hacer negocios» significa generar valor a través de relaciones cualificadas, la difusión de la cultura y el desarrollo de colaboraciones que contribuyan al **crecimiento del contexto social y económico** como el reciente acuerdo con la **Fondazione Arena di Verona, con el que Nardi se ha convertido en patrocinador oficial de uno de los símbolos culturales más icónicos y representativos de Italia en el mundo**. La empresa también dedica especial atención a las **generaciones más jóvenes**, consideradas un componente estratégico para el futuro, con iniciativas en las escuelas y el apoyo al deporte. Al mismo tiempo, confirma su apoyo a iniciativas dedicadas a los sectores más vulnerables de la comunidad y colabora de forma activa con diversas asociaciones locales.

En el ámbito estrictamente laboral, la cultura empresarial se basa sobre el diálogo, la valorización del capital humano y el trabajo en equipo. Con tal finalidad, Nardi adopta **políticas sociales** específicas y promueve un ambiente profesional positivo e inclusivo, destinado a favorecer la expresión de las capacidades individuales.

En esta perspectiva se incluye la presentación, en 2025, del primer **Balance de Sostenibilidad, elaborado de forma voluntaria** para medir, comunicar y fortalecer el compromiso de la empresa con el medioambiente, las personas y la comunidad. Se trata de un paso más hacia una gestión inspirada en la transparencia y la responsabilidad, que se inserta en una estrategia a largo plazo orientada a la sostenibilidad integrada. Entre los principales resultados que destaca el Balance surgen la **reducción de las emisiones de CO₂ entre un 23 % y un 28 % en los productos regenerados**, lo que confirma la eficacia de la planificación industrial adoptada en el marco del programa Regeneration, y una optimización significativa del consumo de energía y agua.

Showrooms de la empresa

Junto a la amplia **zona de exposición de la empresa en la sede central de Chiampo**, otro paso decisivo en el crecimiento y posicionamiento de la marca Nardi fue la inauguración, en febrero de 2025, del **Nardi Showroom Milano**, el primer punto de contacto de la marca en Milán, en el corazón de Brera.

Este espacio exclusivo, que cambia de aspecto cuatro veces al año para seguir las estaciones, está concebido como un **centro de networking**, un lugar para encuentros y eventos y un punto de referencia para arquitectos e interioristas. Para los clientes particulares, también ofrece un asesoramiento personalizado que incluye renderizados y layouts a medida, presupuestos orientativos y la indicación del distribuidor más cercano.

Mercados y Organización comercial

Nardi está presente desde su fundación en los mercados internacionales, en los que **genera el 80 % de su facturación en los sectores minorista y contract**. Actualmente, la empresa está **presente en 132 países del mundo**, gracias a una organización de ventas bien distribuida y a una red de socios seleccionados, que colaboran a distintos niveles en sintonía con las estrategias dictadas por la empresa. En 2024, Nardi ha integrado el programa comercial «**Gold Partner**», reservado a clientes estratégicos por ubicación geográfica y con la posibilidad de dedicar a la marca áreas de exposición de al menos 100 m². Estas áreas, diseñadas y realizadas por Nardi, se convierten en puntos de venta *brand ambassador* de la marca.