

**OF**ARCH

132

Angelo Mangiarotti • Claudio Lucchin-Clea •  
Erick van Egeraat • vib architecture - Bettina  
Ballus + Franck Vialet • DesignInc •  
Hill Engineering Research & Development  
Center • Macchi Cassia • OFX •



OF ARCH 132

## IL NOSTRO AMBIENTE È IL VOSTRO UFFICIO

Fin dai suoi esordi, nel 1957, la Faram ha avuto l'ambizione di essere sempre all'avanguardia sui mercati. Qualità, design e tecnologia sono le caratteristiche fondanti dell'azienda, che ha scelto come simbolo un cavallino rampante, quasi a sottolineare la voglia di successo

Txt: Claudio Moltani

Foster & Partners, Zaha Hadid, Jean Nouvel, H.O.K, Dert... non si ferma qui il lunghissimo elenco di architetti e studi di architettura, italiani e stranieri, con i quali, nel corso degli anni, Faram ha collaborato alla realizzazione di importanti e prestigiosi palazzi, centri studi, sedi aziendali. Sono tanti i segreti del successo, ma su uno in particolare si appunta l'attenzione del management dell'azienda, ovvero quello di essere una vera e propria 'sartoria dell'arredo', capace di interpretare le esigenze di personalizzazione del cliente, una vera vocazione che ha consentito a Faram di fornire le proprie soluzioni d'arredo a clienti internazionali quali, ad esempio, il McLaren Technology Center in Gran Bretagna, la torre CMA CGM di Marsiglia, la torre Agbar di Barcellona, la Comcast a Filadelfia, la Central Bank of Kuwait, Groupama a Parigi, l'Hotel Armani a Milano, la torre Burj Khalifa a Dubai, la Swiss Re a Londra, e per molti altri importanti edifici nel mondo.

La mission del management aziendale è quella di dare nuovo impulso allo storico marchio, puntando ad offrire al cliente non solo un prodotto di qualità ma anche la consulenza per l'ambientazione dell'ufficio, e questo grazie allo studio dell'ergonomia, dei colori, delle fonti di luce, dei differenti ambienti in cui si svolge l'attività lavorativa, per creare un luogo ideale dove la persona, e le sue esigenze, assumono un ruolo centrale. Per questo Faram sta implementando la metodologia Lean Six Sigma, investendo sulla formazione continua delle risorse umane, sulla sicurezza, sull'ambiente e su R&S. Ad oggi, la società opera nel sito produttivo storico, quello di Giavera del Montello, Treviso, dispone di sedi commerciali a Milano e Roma ed è presente, con collaborazioni commerciali, in Paesi quali Francia, Spagna, Germania, Inghilterra, M.O., Russia, Cina e a breve Faram approccerà il mercato USA.

Recentemente, Faram è stata acquisita dalla holding industriale e finanziaria Aliante di Milano; il gruppo Aliante, da sempre, è attento ai marchi italiani sinonimo di qualità ed espressione del concetto di made in Italy, ed è impegnata in diversi settori, tra i quali quello dell'arredamento di qualità; nel suo portafoglio,



ha importanti marchi, fra i quali una storica vetreria brianzola è una produttrice di parquet di lusso, ed ha una dotazione patrimoniale di 120 milioni di euro, con un fatturato consolidato di oltre 240 milioni di Euro. Obiettivo del gruppo Aliante è quello di completare la filiera, acquisendo società di illuminotecnica e di porte d'arredo.

Abbiamo posto alcuni brevi domande all'A.D. di Faram, Maurizio Adonia:

**Siete un'azienda a forte vocazione internazionale, il che significa numeri e volumi, dunque produzione standardizzata. Eppure, vi definite una 'sartoria dell'arredo', in grado di realizzare soluzioni ad hoc, personalizzate... è una contraddizione? Oppure, è la chiave di lettura di un successo?**

Confermo che la nostra vocazione è internazionale, ma non vi è contraddizione tra il concetto di sartoria ed elevati volumi, infatti i più importanti lavori che hanno reso noto a livello internazionale la Faram sono afferenti ad importanti commesse vinte grazie proprio alla nostra capacità di interpretare l'esigenza dell'archistar e quindi del cliente, nel Portfolio che le ho consegnato in occasione della nostra intervista potrà trovare riscontro a quanto da me affermato; del resto il settore dell'alta moda insegna.

**State puntando in alto, offrendo non solo un prodotto di qualità ma anche "consulenza per l'ambientazione d'ufficio"... che cosa intende con questo?**

Offrire delle soluzioni a 360 gradi che curino l'ambiente ufficio nel suo insieme proponendo soluzioni quali, l'ergonomia, l'arredo, l'illuminazione, i colori e l'armonia dell'insieme, il tutto nel presupposto di mettere l'utilizzatore nella migliore condizione per operare.

**Fra pochi mesi, il Salone del mobile di Milano riproporrà l'area ufficio. Come vi presenterete a questo appuntamento?**

Se pur il tempo a nostra disposizione sarà limitato, l'azienda si presenterà con novità interessanti che attireranno l'interesse dei visitatori.

## OUR ENVIRONMENT IS YOUR OFFICE

*From its very beginning in 1957, Faram had the ambition of being at the cutting edge on the markets. Quality, design and technology are the basic features of the company, which chose a rampant horse as symbol, almost to underline the desire of success*

*Foster & Partners, Zaha Hadid, Jean Nouvel, H.O.K, Dert... it is not finished here the long list of architects and studios, Italian and foreign, which cooperated with Faram to the realization of prestigious buildings, companies HQs and Educational Centers. Many are the secrets of its success, but on one in particular the attention of the company management is focused, the one of being a real 'furniture tailor's shop', able to interpret needs of customers, a vocation which allowed Faram to give its own furniture solutions to international customers such as, McLaren Technology Center in Great Britain, the CMA CGM tower in Marseille, the Agbar tower in Barcelona, the Comcast in Philadelphia, the Central Bank of Kuwait, Groupama in Paris, the Armani Hotel in Milan, the Burj Khalifa tower in Dubai, the Swiss Re in London, and other important buildings in the world. The mission of the company management is to give a new impulse the historic brand, aiming to give customers not only high quality, but also the consultancy for the office environment, thanks to the study of ergonomics, colors, lights, in the different settings, to create an ideal place where the person and his need have primary importance. For this reason Faram is implementing the Lean Six Sigma methodology, investing on the continuous training of human resources, safety, environment and R&D. Up to now, the society works in the historic production site, in Giavera del Montello, Treviso, it has commercial seats in Milan and Rome and partnerships in France, Spain, Germany, England, M.O., Russia, China and the company will soon approach the USA market.*

*Recently Faram has been acquired by the industrial and financial holding Aliante in Milan; Aliante group has always paid attention to the Italian brands synonym of quality; it has important names in its portfolio such as the historic glass-making workshop in Brianza and a manufacturer of luxury parquet; it operates in different fields, such as the quality furniture one and it has an initial equity of 120 million euro, with a turnover of more than 240 million euro. Goal of Aliante group is to complete the chain, purchasing the illumination and furniture doors company.*

*We asked some short questions to the Faram CEO, Maurizio Adonia:*

**You are a company with strong international vocation, this means volumes and numbers, and so standardized production. But you define yourself as a 'furniture tailor's shop', able to realize ad hoc solutions... is that a contradiction? Or is it the interpretation of your success?**

*I confirm our company is internationally oriented, but there is no contradiction with the concept of a sartorial production, indeed the most important works that made Faram internationally well-known are afferent to important orders won thanks to our skills in interpreting needs of the archistar and therefore of the customer; in the portfolio I gave to you on the occasion of our interview you will find a confirmation of what I am saying; the field of haute couture teaches.*

**You are aiming high, offering not only a quality product, but also "consultancy for the office environment"... what do you mean? Offering 360° solutions which manage the office environment in its completeness proposing solutions such as ergonomics, furniture, illumination, colors, harmony of the whole, everything aiming to make the user comfortable to operate.**

**In a few months the Salone del Mobile in Milan will propose again the office area. How will you take part in this meeting?**

*Even if the available time will be limited, the brand will present with interesting news which will attract the visitors' interest.*