



PIANCA



ALDO PIANCA

# Made in Italy

Quem escolhe uma mobília procura mais do que um conceito. Exige uma nova forma de estar. Na Pianca trabalha-se de acordo com este princípio. A busca de um *design* ímpar, a flexibilidade na produção das peças e a garantia de qualidade são determinantes para o sucesso da marca

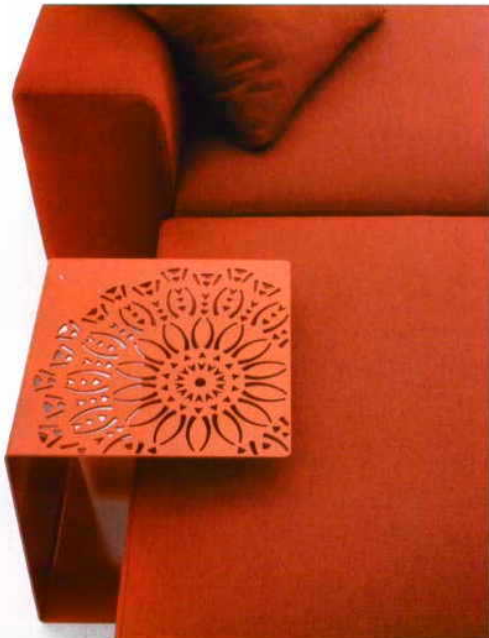


**Lacados** – São a grande tendência e, por isso, assumem-se como prioridade nos artigos. A Pianca é a empresa que utiliza a maior percentagem de água na sua produção.



É na pequena vila de Gaiare, a poucos quilómetros da cidade de Treviso e de Veneza, que está edificada a fábrica da Pianca, marca de mobiliário italiano comercializada em Portugal pela Interforma. À semelhança de outras empresas do mesmo segmento, também este projecto nasceu, há 60 anos, no seio de uma família empreendedora e com olho para o negócio. Na época, Enrico Pianca transformou a sua oficina de manufactura numa indústria de produção de móveis. Inicialmente, fabricava apenas quartos de dormir, mas, mais tarde, expandiu as vendas de artigos ao resto da casa.

Nos anos 80, o empresário passou a pasta ao filho que ao criar colecções com *design* próprio, elevou a Pianca a uma marca de referência, marcando presença em todo o Mundo. Portugal não é excepção e exhibe as peças em várias lojas do País, onde, no momento, são os lacados que ditam as tendências. "Somos dependentes dos pedidos que os clientes nos fazem. Se as encomendas forem dirigidas a um determinado tipo de objectos é esse desenho que iremos produzir no imediato", explica Aldo Pianca. E como a inovação é meio caminho andado para o sucesso, em todas as linhas a empresa desenvolve novas técnicas que contribuem para a evolução da indústria e dos produtos: "Os nossos lacados utilizam



**Linha People** – É a colecção favorita do presidente da empresa, devido às questões que levantou, no início de produção. Os problemas foram solucionados e tornaram-na especial.

como base a água. Somos os únicos a utilizar uma percentagem tão elevada deste líquido.”

Tímido e reservado, o presidente não consegue eleger os produtos da sua preferência, porém salienta que “as peças que mais problemas apresentam durante a produção são, sem dúvida, as que se transformam nas minhas favoritas. Um desses exemplos, é a linha People”.

Com um estilo aparentemente moder-

nó e minimalista, Aldo assume que é complicado desenhar e criar produtos intemporais, pois as tendências de mercado alteram-se com bastante frequência, levando a empresa a apresentar produtos contemporâneos e clássicos, em simultâneo. “São colecções democráticas”, acrescenta com um sorriso.

Com uma forte presença nos Estados Unidos, na América Latina,

na Ásia e no Médio Oriente, a Pianca é obrigada a ajustar as suas colecções às culturas e costumes de cada país: “Seria ridículo fabricar uma cama de dois metros de largura para o Japão, quando o povo apresenta, na sua maioria, uma estatura pequena.” Na prática, alteram-se pequenos detalhes, mas não se muda o conceito. “O design nunca muda, só o lado técnico”, sublinha Aldo Pianca. ■