

# N FACTORY

**N FACTORY**  
LA FABBRICA DEI SOGNI  
THE DREAM FACTORY

**Noctis<sup>®</sup>**



# **PUNTUALE E VISIONARIO A PARTIRE DAL NOME**

## ACCURATE AND VISIONARY FROM THE NAME ON

Introduzione/Introduction  
di/by Cristiana Colli  
p. 8

### **1. L'IMPRESA EVOLUTA**

#### THE SOPHISTICATED ENTERPRISE

p. 17

**La visione di Piero**  
Piero's vision

Intervista/Interview  
con/with Piero Priori  
p. 24

**Dalla piccola  
alla grande scala**  
From small  
to large scale

L'incontro con/Meeting  
Massimo Beretta  
p. 38

**Vittorio Prato & Noctis**  
**Creare in libertà**  
Creativity freedom

di/by Ilaria Prato  
p. 40

### **2. ALCHIMIA IN BLU**

#### ALCHEMY IN BLUE

p. 47

**Storie e incontri:  
uomini e donne in blu**  
Encounters and stories:  
Noctis' people

Interviste/Interviews  
p. 52

### **3. UNA QUESTIONE DI STILE**

#### LIFE STYLE

p. 63

**Trasparenza:  
un linguaggio globale  
per il marketing**  
Transparency: a global  
language for marketing

Interviste/Interviews  
con/with Giacomo Bartolucci  
e/and Francesco Lucchetti  
p. 68

### **4. QUALITÀ DINAMICA**

#### DYNAMIC QUALITY

p. 83

**Icons.**  
**Le cinque punte  
di diamante**  
Noctis' five  
bright stars  
p. 88

**Il futuro è d'obbligo**  
**Il Folding Box**  
Future is a must  
The Folding Box  
p. 96

### **5. FUTURO PRESENTE**

#### PRESENT FUTURE

p. 99

**Le voci di Caterina  
e Mattia Priori**  
Caterina and Mattia  
Priori's voice

Interviste/Interviews  
p. 104

**HISTORY**  
p. 119

**La storia continua...**  
The story continues...  
p. 133

**aVOID.**  
**La micro-casa  
da vivere in libertà**  
A micro-home  
for great freedom  
p. 134



PUNTUALE  
E VISIONARIO  
A PARTIRE  
DAL NOME.

---

ACCURATE  
AND VISIONARY  
FROM  
THE NAME ON.

di/by Cristiana Colli

**Noctis** sceglie i classici per accogliere le sfumature infinite di una parola che non descrive ma evoca un tempo sospeso, poetico, intimo. La notte e il sonno sono accesso a una terra di confine, ristoro, rigenerazione, punto di contatto tra il noto e l'ignoto; abbandono che svela fragilità e verità - delle persone, delle relazioni, degli affetti. Materia spirituale e poi tecnica, come un'automobile prima che mezzo di trasporto è il viaggio, e il pane prima che grano è nutrimento. Piero Priori ha sempre saputo che la dimensione simbolica è ciò che determina ogni traduzione concreta, e non viceversa. Lo dicono i muri che accolgono il lavoro di donne e uomini orgogliosi ritagliati in una collina di querce e ulivi; lo dice la morfologia di un paesaggio in cui i capannoni non stanno in pianura ma in collina - sguardo alto e lontano - e così quando si sale al compound industriale di Pergola lungo la Val Cesano, l'abbraccio giallo delle ginestre si staglia sul bianco abbagliante e onirico del sito produttivo, un bel cortocircuito per chi lavora al core business della notte. Lassù l'immersione è immediata, fisica, una cerniera tra gli immaginari rinascimentali di Piero della Francesca e quelli dei distretti del mobile che da Pesaro scendono a Fano e poi Ancona e Macerata lungo le operose vallate a pettine; al centro di una geografia economica e produttiva che ha saputo intercettare ogni contemporaneo, ha capito come decodificare lo stile il gusto e i linguaggi, ha imparato a creare oggetti del desiderio - fossero lampade, poltrone, mobili per ufficio, barche, cucine, arredi di comunità, vetro curvato, casalinghi, complementi, letti.

**Noctis** prima che letto tessile fatturati occupati ricerca e sviluppo, è il nome di un pensiero universale, un'infrastruttura di significati, rivelazioni, intuizioni. Impresa intrinsecamente culturale già dall'origine quando nel 1990 sceglie una produzione di *alta qualità accessibile*, e così facendo avvicina parole che sembrano opposte, un'utopia contro ogni logica industriale e organizzativa. In quella visione originaria in totale controtendenza, affondano le radici di una leadership consolidata e riconosciuta nel settore del letto tessile. Intuizione apparentemente semplice ma di grande complessità che accoglie il *tailor made* artigianale e sartoriale dentro una dimensione progettuale produttiva e di servizio di tipo industriale. Una capacità di mantenere l'allineamento tra bisogni e desideri, tra tecnologia stile di vita e aspettativa di benessere; un equilibrio tra manifattura, capitale umano, conoscenza del mercato, innovazione trasversale.

**Noctis** ha imparato e praticato la coabitazione virtuosa tra la comunità interna e la community dei consumatori, tra il saper fare e il saper essere, tra i saperi di contesto e i saperi formali, tra progetto, comunicazione, strategia commerciale e distributiva. Ed è diventata un paradigma di quelle Marche, e di quel nuovo made in Italy che incorpora nei prodotti e nei servizi spirito del tempo e mani intelligenti, memoria di luogo e prospettiva globale, prossimità e simultaneità. Così il letto si fa luogo, esperienza della funzione, segno nello spazio, idea, stile.

E il letto tessile – storicamente prodotto *no name* per la GDO – si arricchisce di un alto valore aggiunto, si declina sulle forme, il colore, le personalizzazioni. Dove il bello e il buono sono un diritto all'identità di ogni singolo consumatore, profilato secondo desideri, appartenenze, tradizioni sociali e culturali, stile di vita. Un plus che lo trasforma in prodotto di alta qualità accessibile, possibile, personale, dentro un processo concettuale prima che produttivo nel quale la merce possiede una vita aumentata fatta di etiche ed estetiche nelle quali riconoscersi. In questa metamorfosi la fabbrica diventa *factory* con asset pregiati – tecnologie all'avanguardia, un capillare sistema di gestione e controllo informatico, una piattaforma produttiva a marchio e in licenza con partnership strategiche, una suite di personalizzazioni infinite che rende credibile il rapporto 1:1 con il consumatore.

Una relazione fatta di reputazione, attenzione e rispetto con un'offerta che supera le 50 collezioni, le 250 varianti tra tessuti e pelli, un'infinita palette cromatica, linee esclusive di accessori tessili, e una filosofia di personalizzazione estrema che nel reparto di taglio dei rivestimenti arriva a realizzare *l'abito in tessuto* su misura, vale a dire l'unicità di ogni prodotto.

**Noctis** ha dato vita ad un sistema aperto all'insegna della *qualità totale* - filiera specializzata totalmente made in Italy e un network internazionale di designer e creativi sinergico all'ufficio stile interno – con una capacità produttiva che soddisfa una domanda di 600 unità di prodotto al giorno. In un concetto, *la quantità della qualità*. È in questa chimica fine dei nessi lo sviluppo impetuoso degli ultimi quattro anni che segna la crescita del 100% del fatturato, il raddoppio del capitale umano, l'ampliamento del network professionale, l'orientamento alla sostenibilità dei materiali e dei processi, l'investimento negli ampliamenti per la funzionalizzazione logistica degli stabilimenti, partnership strategiche e contratti in licenza esclusiva.

Un trend positivo da top player del settore che Piero Priori, fondatore e presidente, condivide con la seconda generazione – Mattia e Caterina – coinvolti con ruoli di responsabilità nella governance dell'azienda. Il consolidamento e lo sviluppo guardano a una diversificazione orizzontale sul piano commerciale – canali GDO ma anche piattaforme retail e store di nuova concezione – e a una decisa politica di internazionalizzazione che mira a raddoppiare la quota export e a presidiare il posizionamento internazionale del brand, alla conquista di nuove quote di mercato. Paesi target si confermano Emirati Arabi, Francia, Germania, Svizzera, Malta, Israele, Romania ed Hong Kong, che vanno ad affiancare i presidi nel continente europeo, USA, Canada, Far East e Middle East, e i rivenditori di Londra, Barcellona e Miami.

Una leadership che alle infrastrutture di relazione tradizionali e consolidate affianca politiche di branding e riconoscibilità internazionale, legate alla qualità accessibile e democratica come frontiera di responsabilità individuale, stile di vita e di consumo, qualità formale, rimandi e rimbalzi alle iconografie e agli immaginari contemporanei. Per dare vita a una catena del valore che dalla funzione rimbalza alla cura, dentro la mutevolezza degli spazi dove il letto non è più solo il letto, e l'acquisto è orientato dalla fiducia e dall'appartenenza.

Anche per questo i luoghi della rappresentazione e le narrazioni privilegiano contesti dinamici e smart, gli off, i luoghi temporary.

**Il letto oltre il letto,  
per il sonno e per la veglia.**

**Noctis** uses classics to enhance the shades of a concept that recalls a poetic, intimate and timeless dimension. Night and dream are the gates to a boundary land of solace and regeneration, where the known meets the unknown; guard is left down here, unveiling the delicate and true essence of persons, relationships and feelings. It is a matter of spiritual meaning, before being a technical subject: just like a car means the journey itself before being a vehicle, and just like bread is nourishment before being considered as flour. Piero Priori has always been aware that the symbolic dimension would determine any possible physical consequence. This tale becomes tangible between these walls housing men and women, shaped in a landscape made of oaks and olive trees. It is tangible, again, where the hangars are set on the hills, where the gaze can look far and high: while reaching the industrial compound in Pergola, along the Cesano valley, yellow brooms following the line of the dazzling white industrial buildings where the core business of dreams is carried on. A feeling of full immersion where the Renaissance landscapes, recalled by Piero della Francesca, blend into the new furniture industrial compounds that run from Pesaro to Fano, and then again to Macerata and Ancona, along beautiful valleys. A new industrial geography is set here, as we meet personalities who have really understood and reinterpreted the many languages of contemporary needs and trends, creating any sort of cult and desire objects: lamps, chairs, office furnishing, kitchens, curved glass, houseware, beds.

**Noctis** was born as a universal concept, before materializing into upholstered beds, jobs, sales, research and development. It is a fine construction of meanings, intuitions and disclosures: a cultural enterprise since its very beginning in 1991, when it set its steps on the way of an affordable high quality, thus choosing a business that was by then considered against any industrial and management logic. This original and uncommon vision, against the flow, became the soil where Noctis grew its leadership in the upholstered bed world. The brilliant idea of adding tailor-made features to industrial production and supply came in a natural way, but it was very complex to perform, harmonizing needs and desires, technology, lifestyle and expectations, keeping a balance between manufacturing, human resources, marketing skills and innovation.

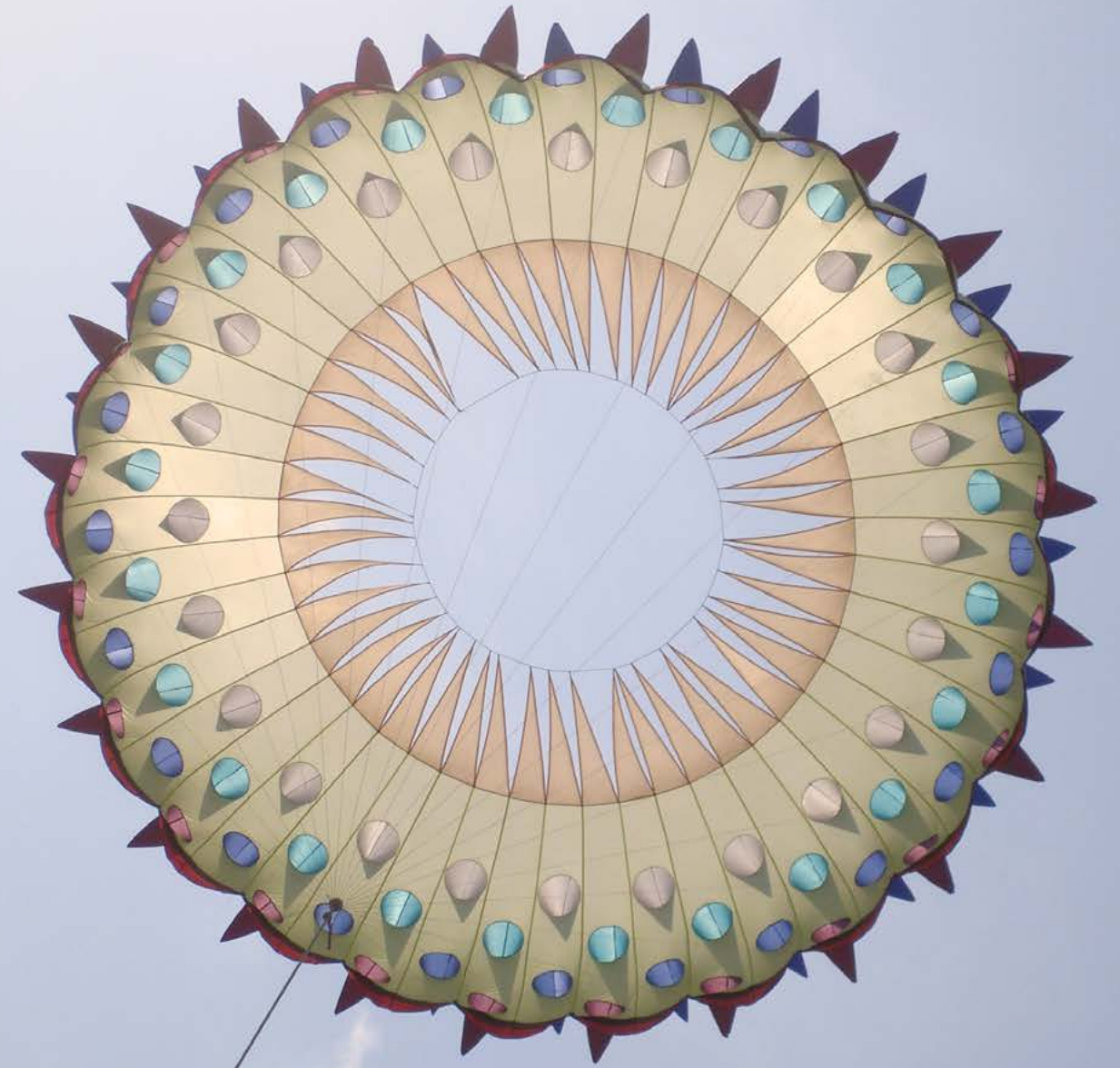
**Noctis** has been an opportunity, both for locals and consumers – the inner and the outer world – to practice a positive sharing of common grounds made of context and formal knowledge, of planning, communication and sales strategy. This firm is now one of the archetypes of the Marche region, of the Made in Italy, a standard expressing the essence of the presiding spirit of this land. Given this perspective, the bed itself becomes expression of its function, of a specific concept of space, style and creativity.

Moreover, the upholstered bed was considered a no-brand product within the large scale market, but Noctis gave it a personality through shapes, colours and customization possibilities that allow pointing out the client's character and diversity. This is the real plus transforming the bed into a top standard personal and affordable product, resulting from a bigger plan considering goods as the collectors of acknowledged ethic and aesthetic values. A factory enhanced by selected assets – avant-garde technologies, a sophisticated management and control system, a branded and licensed production plant, key partnerships, a unique craftsmen ability that is the credible evidence of a 1:1 customer-to-maker rate. It is a constant relationship relying upon care and respect, given a production of over 50 collections, 250 alternatives, an outstanding colour and fabrics assortment, textile accessories and so many other interchangeable features that the final product will always be a tailor made bed. Unique. International designers work well matches with the in-house design team, relying upon a solid high skilled Italian production chain. This blending allows the production of about 600 units per day, thus adding another rare and precious combination on the table: quantity and quality, in every single piece.

This is the fine alchemy that allowed the astounding growth of this firm within only four years: a 100% sales increase, doubling human resources, an enlarged professional network, a care for sustainability, logistic investments. Over the years Piero Priori has started many strategic partnerships, new exclusive distribution agreements. And more is yet to come, as Piero is sharing this capital with the upcoming generation – his children, Mattia and Caterina – now playing key roles in the company governance. Further consolidation and development will take a horizontal sales diversification (large scale together with new retail platforms and stores), as well as a precise export policy aiming to double the current export rate and setting a proper brand position. The Emirates, France, Germany, Switzerland, Malta, Israel, Romania and Hong-Kong are going to be soon set on Noctis' present connection map, where the flag is already set in Europe as well as in the U.S., Canada, Far and Middle East (see the dealers in London, Barcelona and Miami). A traditional and solid relationship network has now improved by new branding policies aimed to awareness, related to the concept of an affordable quality and democratic design as personal responsibility, lifestyle and memory. A new value chain that lines up functionality, care, mutability of spaces and purchasing behaviours, as customers need to feel engaged in a more dynamic, smart and somehow temporary dimension.

**The bed beyond,  
for sleep and for wake.**





**1.  
L'IMPRESA  
EVOLUTA**

---

**THE  
SOPHISTICATED  
ENTERPRISE**



SE PUOI  
SOGNARLO,  
PUOI FARLO.

---

IF YOU CAN  
DREAM IT  
YOU  
CAN DO IT.



### La visione di Piero.

Piero Priori ascolta sempre molto attentamente il suo interlocutore, riflette e poi, guardandolo negli occhi, rilancia.

### Piero's version.

Piero Priori always listens very attentively. Thinking over your words, after a while he will raise, staring straight into the eyes of his conversation partner.

Intervista/Interview  
con/with Piero Priori



*Un dialogo con lui finisce per l'assumere sempre una dimensione estremamente dinamica, quasi agonistica: sembra che riesca a cogliere in tutto un germoglio di idea per creare, migliorare, salire di livello.*

*Meeting him always ends up into an extremely dynamic event, a positive competition: seems everything can be a seed to him, the seed for a good idea to grow by creating, improving, raising the level.*

**Analizzare, sempre e poi agire. Perché per Piero nella vita contano i fatti.**

**Always analyze. Then... action! Because in life facts matter, according to Piero's philosophy.**

**Un flusso ininterrotto, il suo, che da quando nel 1990 ha creato Noctis, ha canalizzato energie e sinergie e ha dato loro il valore aggiunto della macronarrazione di un territorio attraverso la filiera di un processo produttivo.**

**An uninterrupted flow, since the creation of Noctis in 1990, has been channeling energies and synergies, mixing them in the big picture of this land, connecting them through a strong local supply chain.**

Ho preso per mano, riunendole, le tante declinazioni della vocazione artigianale di questa parte del territorio marchigiano e, unite all'apporto delle migliori tecnologie, le ho fatte dialogare tra loro e con il mondo attraverso il linguaggio del design. Che è il linguaggio dell'estetica che sottende il razionale. Un oggetto che è bello e, al contempo, assolve perfettamente alla sua funzione finisce col diventare irrinunciabile. Ma si badi bene che non faccio appello a bisogni indotti: sono una persona estremamente pragmatica e mi piace individuare le necessità precise su cui concentrarmi, la sfida dei nodi da sciogliere. Quando concepii Ortodosso® volevo creare un prodotto che andasse incontro a chi non voleva o non aveva la possibilità di cambiare il letto, ma poteva così accedere ad un miglioramento della qualità del proprio sonno. Era l'applicazione di un concetto elitario (di qualità) su vasta scala.

I gathered the many crafting attitudes of this part of the Marche region and helped them to create and consolidate a dialogue. Thanks to the best technologies I could allow them to open this talk worldwide, speaking the language of Design. It means the aesthetics underlying the rational. A fine object that perfectly accomplishes its function ends up becoming necessary. Mind that I'm not talking about a sort of driven consumer demand: I'm always very pragmatic and I spend most of my time focusing on real specific needs, the real challenge is finding solutions for them. When I created Ortodosso® I was looking for something that could fit the needs of those who could not – or just didn't want to – change their bed: that was a way for them to improve the quality of their sleep. There it was, the broadening on a vast range of an exclusive (quality) concept.



**Lifestyle.**

**Con analogo intuito ha rivoluzionato il concetto di letto tessile.**

Ormai è acclarato che con Noctis abbiamo dato un apporto fondamentale al passaggio del letto contenitore da dispositivo funzionale accessorio a elemento imprescindibile: oggi il letto tessile è quello anche grazie a noi. È stato un passaggio importante nella cultura del letto come oggetto, perché ha viaggiato di pari passo con l'evoluzione degli stili di vita che si rispecchiano nelle architetture contemporanee, in dimensioni domestiche ridisegnate e, soprattutto, in un ritrovato desiderio di possedere e usare un manufatto che rispecchi il gusto; e, aggiungo io, che sia alla portata del maggior numero di persone possibile. È il medesimo approccio adottato con Folding Box®: un altro progetto che abbiamo realizzato e brevettato, sulla scia del perfezionamento costante del nostro prodotto. Siamo stati i primi a pensare a questa soluzione. Un'innovazione semplice, per chi è attento all'utilizzo, ma affatto scontata.



**La parola design è ormai consueta nel nostro vissuto quotidiano. Ma dietro c'è molto di più: il design implica un'accurata progettazione.**

Assolutamente. Prima ancora del progetto, però, occorre una visione, un pensiero che sappia sentire e individuare tempi, luoghi e soprattutto persone. La tecnica puoi acquisirla, questo istinto non credo. È un'attitudine che per fortuna non ho addomesticato.

**Similarly, you revolutionized the concept of upholstered bed.**

It is by now broadly clear that Noctis played a main role in the transition of the upholstered storage bed, upgrading it from being just an optional to the status of a fundamental element in furnishing. It also set an important passage for the cult of bed itself, considered now as a pure object. Its concept changed through the years, in accordance to trends and lifestyle changes, to new indoor design and architecture. We also contributed to create and satisfy the desire of this sort of bed as an authentic craftwork that could express taste and identity, being – last but not least – affordable for as many people as possible. We had the same approach while shaping another system we created and patented: the Folding Box®. For as simple as it may seem we have been the first to think and produce it, as we are constantly pursuing improvement and innovation for our customers, in order to make their life easier and more comfortable.



**The word design is by now a daily presence for many. Nevertheless it implies a complex ensemble of many factors, an accurate planning.**

This is true, but even before the plan you need a vision and an instinct that allow you to feel when the moment is there, as well as the right people in the right place. You can improve your skills, but I think you can't learn this sensitivity. I actually never tried to train this instinct, I just followed it.

La visione è stata quella che poi ho potuto concretizzare, progettare, insieme a persone di talento come Vittorio Prato. Insieme a lui, che ha disegnato Tolò, abbiamo creato un campione dell'industrial design che ha segnato la nostra identità anche presso il grande pubblico. Mi piace palesare il giusto tributo a chi ha avuto una carica così innovativa: Vittorio è mancato nel 2016 e il mondo del bed design gli deve davvero moltissimo. Con Prato, dicevo, alla fiera di Parigi del 2010 ci siamo resi veramente conto della potenzialità del letto come oggetto puro di design, se si vuole anche ricercato, sempre interpretabile su più livelli. Oggi rispetto all'oggetto-letto si è tornati ad una maggiore libertà: ambienti domestici polifunzionali, spesso contaminazioni del living con il notte in raffinati recuperi industriali... Insomma, lo si è riportato al centro di un'attenzione nuova, si torna a considerarlo materia di desiderio, anche di culto. Sicuramente di stile.



**Persone, incontri. Le necessità contingenti su cui concentrarsi. Il focus sulla concretezza dell'individualità è uno dei suoi punti saldi.**

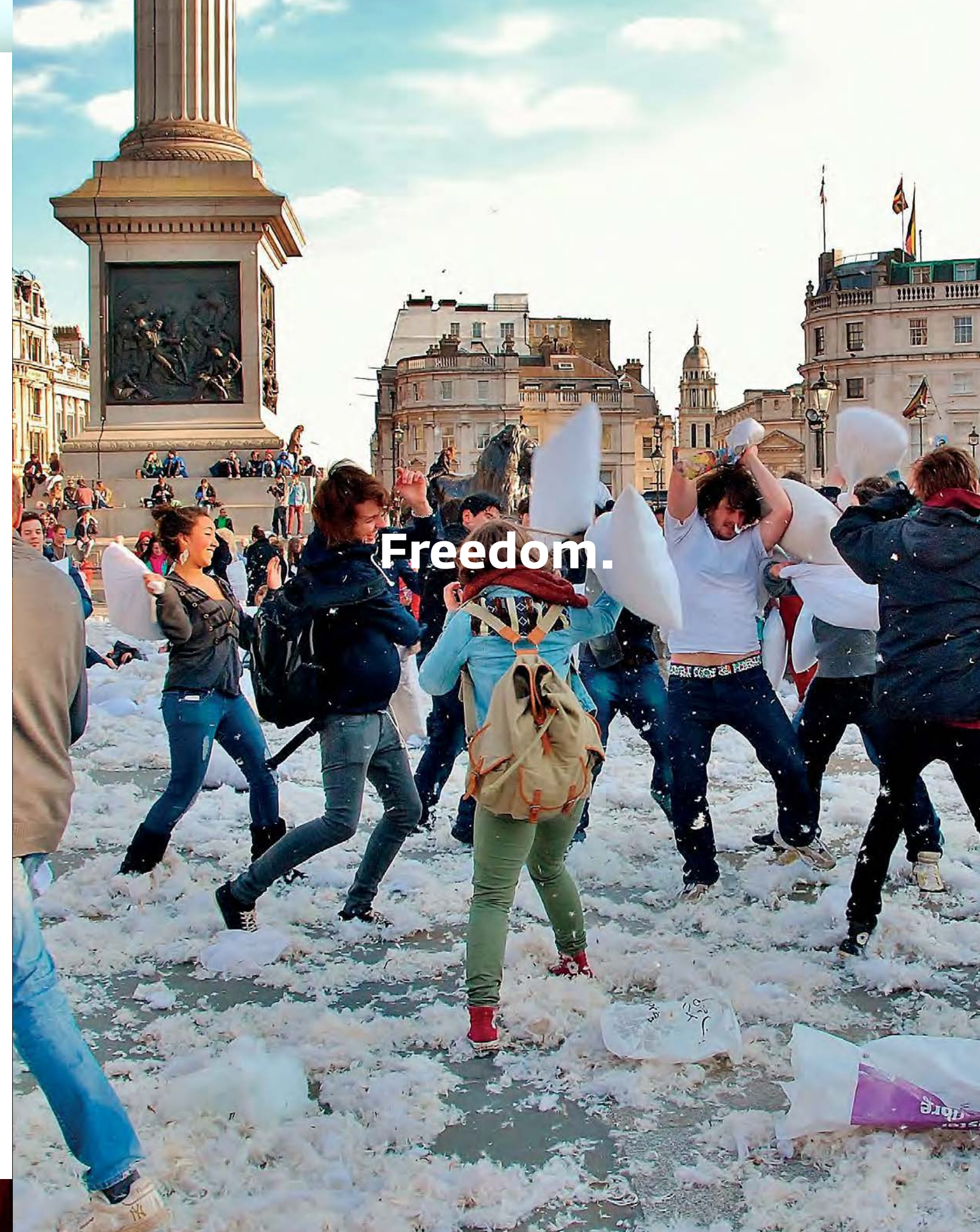
Certo! Si pensi che il letto è considerato un elemento talmente importante per la dignità dell'individuo da essere riconosciuto anche dal legislatore come bene impignorabile. È un concetto rivoluzionario! Ha a che fare con la persona in una molteplicità di accezioni, paragonabili forse solo alla cucina.

I was able to expand and realize the vision I had also thanks to persons like Vittorio Prato. He designed our Tolò bed, a real champion of industrial design that marked our identity to the general public. I always like to acknowledge those who, like him, have such a great innovation power: Vittorio passed away in 2016 and I really want to pay a tribute to him as we all in the world of bed design owe him a lot. We were together in Paris in 2010 when we first realized the great potentials of bed as a pure design object, maybe even sophisticated, always an expression of many meaningful layers. Nowadays we give the bed new spaces, multifunctional domestic locations where the living blends with the sleeping area, like lofts or other refitted locations. It means a new focus on the bed also as an important and distinguishing style mark.



**Persons, encounters. Contingencies. Focusing on the specifics of each individual is clearly one of your keynotes.**

Of course it is! The bed is such an important element for the dignity of the human being that even the Law – at least in Italy – establishes that it is not liable to distraint. It is indeed a revolutionary idea! It really deals with the essence of living, maybe like only a kitchen does.



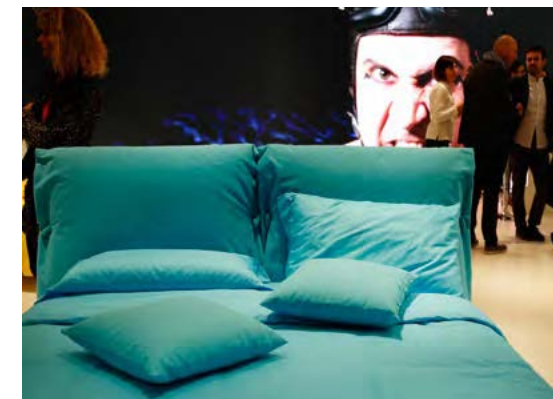




## Democratic design.

**E sonno e nutrimento soddisfano gli aspetti fisiologici fondamentali per l'esistenza stessa...**

Ma io credo che nel letto ci sia ancora di più. È intrigante e fonte d'ispirazione il fatto che abbia a che fare con due stati umani: il livello cosciente e il corpo – diciamo così – involontario; a questi stati sono legati la volontà estetica e funzionale (coscienti) e il rilassamento onirico (nel sonno), che pure deriva da un'armonia di forma, colori, materiali in cui si è immersi... Non può esistere casualità nella selezione ed elaborazione di questi elementi. È per questo che, quando ho deciso la direzione da intraprendere con Noctis, ho sempre mantenuto la bussola sull'obiettivo della qualità totale. Il massimo dei e dai collaboratori, dai partner, dalle materie prime e dalle tecnologie.



**Infatti Noctis è anche la narrazione di come si possa mantenere un livello qualitativo elevato alla portata di tutti.**

Questa disponibilità è arrivata anche grazie ai canali cui abbiamo avuto accesso. Devo riconoscere in Massimo Beretta l'incontro fondamentale, in questo senso: fu lui a creare il contatto con la grande distribuzione organizzata, a farmi comprendere che sarebbe stato il modo per cambiare ed esprimere appieno la differenza che sentivo esserci tra Noctis e i suoi competitor. Per fare fronte alle commesse dovetti inventarmi ex novo un primo vero sistema produttivo, e decisi

**As sleep and nourishment actually accomplish the basic physiologic aspects of living...**

Even more, it's a fascinating source of inspiration to me, because the bed deals with two specific conditions of the human nature: the conscious level and what I'd describe as the unintentional body. These poles recall the aesthetic and functional intention (conscious) and the oneiric, dreamy relaxation (during the sleep) that also is influenced by the harmony (or its lack) of shapes, colours and materials someone is surrounded by. Thus nothing can be accidental when we select and combine these features. This also explains why Noctis is constantly holding the course of total quality: I want the top of everything, from employees to partners, up to raw materials and technologies.



**As a matter of fact, Noctis is also the tale of how it became possible to make high quality affordable.**

This also happened due to the sales channels we chose to use. I really have to acknowledge Massimo Beretta for this, as he has been the one who put me in touch with the world of large scale market. He allowed my understanding of how I could really and successfully express the gap that I felt between Noctis and our competitors.

di coinvolgere una rete di fornitori qui sul territorio. Ero riuscito a trovare tutto: dalla manodopera specializzata alla possibilità di lavorare materiali di prima qualità e in tempi decisamente rapidi. Il massimo dell'efficienza. È stata anche questa la ragione per cui, dopo essere stati fra le prime 500 aziende a capitale interamente straniero ad approdare in Cina, ho deciso di riportare tutto in Italia: quell'esperienza – che andava fatta – è stata l'evidenza della nostra superiorità qualitativa.



**Dalla gdo al retail,  
il passo non è breve. O sì?**

Quando il primo incontro con la gdo si chiama Gianni Carosi (Mondo Convenienza), quando il gruppo Steinhoff elegge uno dei tuoi prodotti fra le proprie icone per il suo 50° anniversario, è chiaro che il livello delle relazioni è molto elevato, e tale si è mantenuto il nostro standard produttivo. Se decidi di proseguire questo percorso, ti rendi conto che anche la diversità è crescita. Poc'anzi ho citato la fiera di Parigi del 2010: fu un evento illuminante anche sotto questo profilo. Lì ho iniziato a sentire il desiderio che Noctis diventasse un brand in grado di trasmettere la propria verità anche senza la mediazione di altri nomi. In un quinquennio siamo partiti ex novo e abbiamo ampiamente superato le proiezioni che avevamo fatto. Il passo è stato breve? Non saprei, ma sicuramente ben ponderato e fatto al momento giusto. Anzi, abbiamo guidato anche in questo caso un cambiamento.

I had to promptly create a new production system as I was facing an unexpected amount of production job orders, so I set up a supply chain in this area: I found skilled labour that could quickly process and assemble high quality materials. Top efficiency. The evidence of this excellence can also be tracked in our China experience: Noctis had been one of the first 500 companies with total foreign capital to establish a factory in China, but we took our steps back home, as we quickly realized that the overall quality we could achieve here in Italy was far away to be reached there.



**The gap between large scale market  
and the retail market is not so small.**

My very first contact on the large scale market was Gianni Carosi – of Mondo Convenienza, one of the leading furniture stores in Italy – and Steinhoff International put one of our beds on its own 50th anniversary icon list: well located connections and top level relations, just as our production standards have always been. If you decide to follow this path you'll soon realize that diversity means growth. I already mentioned my experience in Paris in 2010: what really had come clear to me by then was that I wanted Noctis to become well known as a brand on its own, free to express its own reality. Since we directly approached the retail market it took us only five years to overcome our earlier sales forecasts. And of course we continue on both markets. I can't tell you whether the gap was small or not, but I can only tell you that we took our steps wisely and at the right moment. Once more we were the leaders in a change of mentality.





**Passion.**

**Un imprenditore lungimirante,  
eclettico ed entusiasta.  
Nel suo sguardo si legge la vitamina  
naturale, che arriva dalle sue passioni  
che alterna alla sua presenza in azienda.**

Noctis è la creatura in cui oggi ripongo tutte le mie energie, e mi rende orgoglioso il fatto di poterla condividere anche con i miei figli. Mattia e Caterina, infatti, hanno deciso di infondere i loro talenti e la loro passione in questo grande progetto che è Noctis. Ciascuno di loro ha trovato autonomamente la propria identità aziendale, in ambiti – specie il contatto con il mercato estero e la comunicazione – che trovano indubbiamente giovamento da un'attitudine nativa differente. Con loro mi trovo continuamente a scoprire situazioni e realtà con occhi diversi e ho imparato anche io a fidarmi: le soluzioni che mi propongono sono originali e, comunque, sempre ben ponderate.

**A farsighted, eclectic  
and enthusiastic entrepreneur.  
In Piero Priori's sight you can clearly  
see a natural vitamin that spills  
out even from his private passions.**

Noctis is like another child to me: I've really put all my efforts and energies into it, and I'm also proud to share it now with my children. Mattia and Caterina have decided to share their talents and their passion in the great Noctis project. Each of them found the specific identity into the company, making their different native attitudes available especially for trade in foreign markets and communication. Thanks to them I can constantly appreciate new points of view upon things, and I learned to trust: they do come up with original solutions, always based on solid grounds.



Mi piace perché mi portano a riflettere in maniera nuova. Per moltissimi aspetti siamo totalmente diversi, ma in una cosa siamo decisamente uguali: riconosciamo a tutto ciò che intraprendiamo una cura speciale. A noi piace fare bene le cose, dedicare il tempo necessario ad approfondire e tenere sempre alta l'attenzione. Questo vale nel lavoro come nelle passioni della mia vita: il Reining, una disciplina equestre che mi vede da anni impegnato anche a livello agonistico, e la musica, specie quella Jazz (ho dedicato anche una collezione Noctis ai grandi nomi del Jazz).

I enjoy the fact that they bring me to noteworthy ways of thinking. We are so different for many reasons, but we have one big point in common: we take a special care for everything we do. We like doing things in the appropriate way, taking time to deepen matters and to pay specific attention to what happens. This is also my approach to the other passions of my life: I have a true love for Reining, an equestrian sport I am also competing in quite successfully, and Jazz music (to which I also dedicated a whole Noctis collection).

**Una conversazione con lei non si riesce a chiudere: apre sistematicamente nuove finestre. Ogni argomento ne comporta altri e altri ancora, in un meccanismo frattale.**

Benissimo! Allora significa che sono riuscito a comunicarvi l'essenza del mio modo di fare: un approccio lungimirante e pragmatico, con le antenne costantemente ricettive sul nuovo, su ciò che posso far accadere. Si cerca di procedere continuamente, ed è doveroso farlo se ce n'è la possibilità. Essere pionieristici è, dal mio punto di vista, una precisa responsabilità dell'imprenditore: una questione di riguardo per l'azienda, per i propri dipendenti e collaboratori, per i clienti...

Cerco costantemente di trasmettere tutto questo a chi mi circonda, perché solamente avendo il coraggio di innovare ci si può evolvere.

**It is so difficult to put an end to a conversation with you! Every time you open new windows and connections. It's like a fractal logic.**

Good! It means that you really got the core of my message, of my style: I always want to have a pragmatic and farsighted approach to things, always ready to capture what comes new, and ready to make new things happen. It is right and dutiful to advance and grow, where there's a possibility. Being somehow a pioneer is a precise must for me as an entrepreneur: I owe it to my company, to my employees and collaborators, to my customers...

This is the message I constantly send to those who live and work with me, as only a brave innovation can turn out into a successful evolution.



**Punti di vista.**



## Dalla piccola alla grande scala

L'incontro con/Meeting  
Massimo Beretta

**Massimo Beretta, tra i primi in Italia a comprendere le potenzialità del connubio tra grande distribuzione e arredamento, così racconta come iniziò il sodalizio con Piero Priori.**

Nel 1996 la grande distribuzione era appena agli inizi: le aziende lavoravano per lo più sul retail e si pensava su piccola scala. Io cercavo, sì, un'azienda in grado di affrontare l'impegno con quel mondo, ma soprattutto cercavo un imprenditore che avesse la mentalità giusta, che sapesse avere pazienza e investire. Mi presentarono Piero Priori e insieme pianificammo una partenza, mettendoci alla prova (e parlo al plurale, perché con lui mi sono sentito coinvolto al cento per cento). Per Piero fu un bel cambio di passo, ma accettò la scommessa e oggi direi che l'ha vinta: capì subito che occorreva coinvolgere tutta la sua filiera di fornitura e produzione in questo progetto e lo seppe fare, da imprenditore evoluto qual è. Ricordo che un giorno di agosto di quell'anno mi telefonò euforico "Per quanti ordini abbiamo ricevuto ho finito tutte le scorte di carta da fax!" allora era quella la tecnologia: oggi tutto è sempre più veloce e facile, ma vedo che lui continua ad avere la stessa spinta innovativa.

## From small to large scale

**Massimo Beretta has been one of the earliest who figured out the great potential of furnishing for the large scale market.**

In 1996 large scale market was taking its first steps in Italy: companies were still focusing on the retail market, on a small scale. I was looking for a company that could face such a change, and even more I was searching for an entrepreneur with the right mentality, who could be patient and willing to invest. I was introduced to Piero Priori and we decided to test each other by scheduling together a new industrial planning (I say "we" as with him I felt immediately 100% engaged). I must acknowledge that, by that time, it was a great commitment for him, but we can now see how he definitely won that challenge: I saw how he found and engaged all his suppliers and workers to this project, as only a real advanced entrepreneur could do. I can still remember when he called me very excited one day in August, that very same year, saying "We ran out of fax paper due to the amount of production orders we received!". Fax was the technology by that time. Nowadays everything is faster, and apparently easier, but Piero still keeps up.



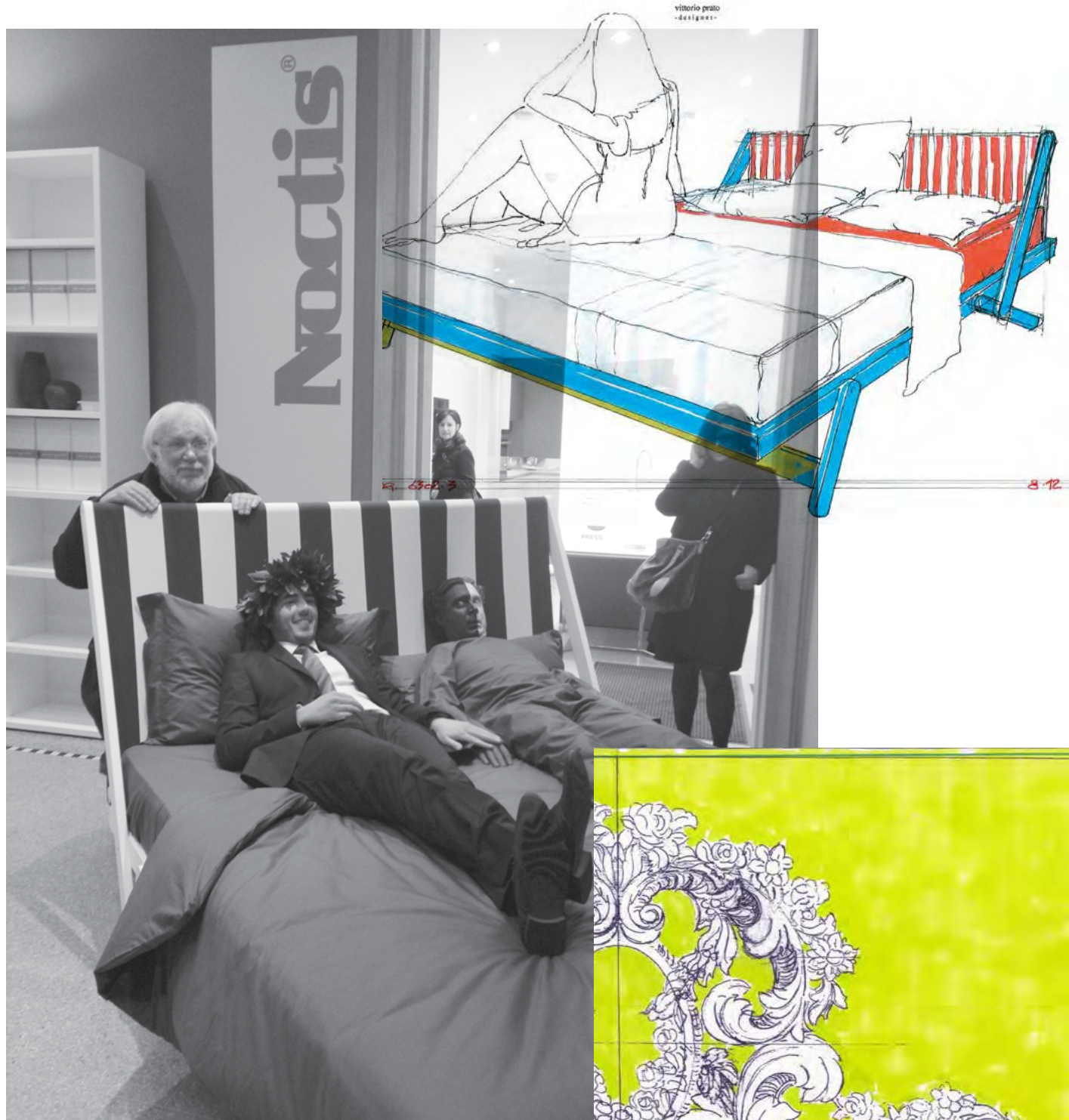
## Vittorio Prato & Noctis Creare in libertà Creativity freedom

di/ by Ilaria Prato

*Se chiudo gli occhi e immagino mio papà negli ultimi giorni lo vedo sorridente intento a creare con una matita, un pennarello, un pezzo di balsa in mano, circondato da carte e modellini. Pur se affaticato non riusciva a staccarsi dal suo lavoro che tanto amava. Una vita guidata da una forte e inarrestabile vocazione: la progettazione. Una vita caratterizzata da una grande passione: il disegno industriale e l'architettura. Un carattere indipendente e talvolta irriverente ma sempre rispettoso, un progettista pragmatico e con intuizioni geniali, una persona intelligente, spiritosa e umile, una persona speciale che mi ha insegnato tanto.*

*As I close my eyes I can still see my father in his last days surrounded by scale models, smiling, drafting with a pencil or a marker, or crafting a piece of balsa wood. Even though it was very difficult for him by then, he just couldn't quit the job he loved so much. His life had always been driven by his talent: designing. He lived his life under the sign of a great passion: industrial design and architecture. A free personality, sometimes ironic maybe, but always respectful. A pragmatic designer who had brilliant ideas, a smart, witty, humble person. A special man that taught me so much.*

Vittorio Prato  
Schizzi di progetto  
Project sketches



Vittorio Prato, Niba  
Fuorisalone, Milano, 2013

**Mio padre è stato un designer e progettista di interni che dai primi anni '60 ha legato il suo nome a quello di aziende italiane prestigiose. Noctis è stata una delle sue ultime avventure professionali, una sfida e una collaborazione che ha accolto con gioia ed entusiasmo.**

È sempre stata per lui una grande soddisfazione e uno stimolo continuo collaborare con aziende da creare dal nulla, appena nate, da sviluppare, in cerca di un cambiamento o da rilanciare. Con passione e senza risparmiarsi metteva in queste sfide tutte le energie per dare a queste realtà un'identità, un indirizzo, trovare i prodotti più adatti al DNA del marchio, ma anche ottimizzare la produzione, la resa, migliorarne il livello tecnologico o di qualità. Con Noctis il lavoro è stato stimolante, gioioso e privo di contrasti, perché aveva come interlocutore una famiglia di industriali illuminati, entusiasti, innovativi che volevano ugualmente lavorare per migliorare sempre di più la loro azienda e per offrire ai propri clienti prodotti nuovi, freschi, diversi e corretti dal punto di vista progettuale. Affermava che il sostantivo design non potesse essere disgiunto dal suo aggettivo qualificativo "industriale", altrimenti per lui significava parlare di forme senza contenuto. Pragmatico, tecnologico, credeva che per creare buoni prodotti bisognasse ragionare, disegnare tanto con la matita, con i colori, al tecnigrafo perché così il ragionamento fluiva più diretto e concreto. Occorreva sporcarsi le mani in produzione lavorando sui prototipi, sui meccanismi, sui componenti, provando, facendo e rifacendo, testando l'ergonomia e la comodità. Bisognava parlare con le maestranze per carpirne i segreti e a volte per cambiare mentalità troppo legate alla tradizione. Per Vittorio è stato bello lavorare con Noctis, che gli ha permesso di creare in libertà, in modo divertente e talvolta ironico, ma sempre con la massima serietà e coerenza.

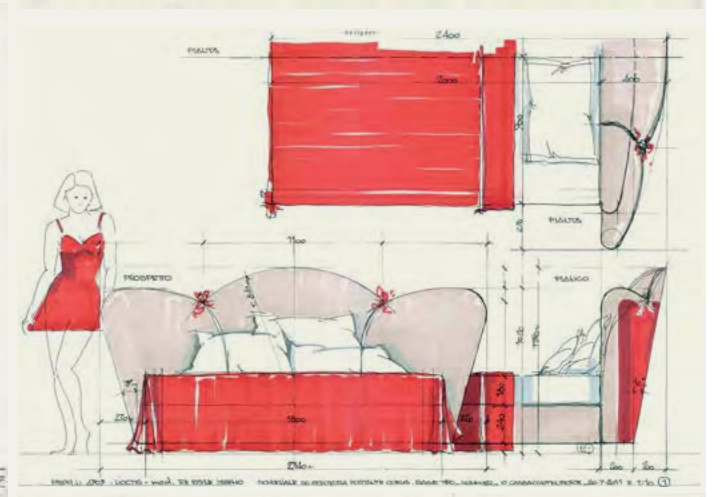
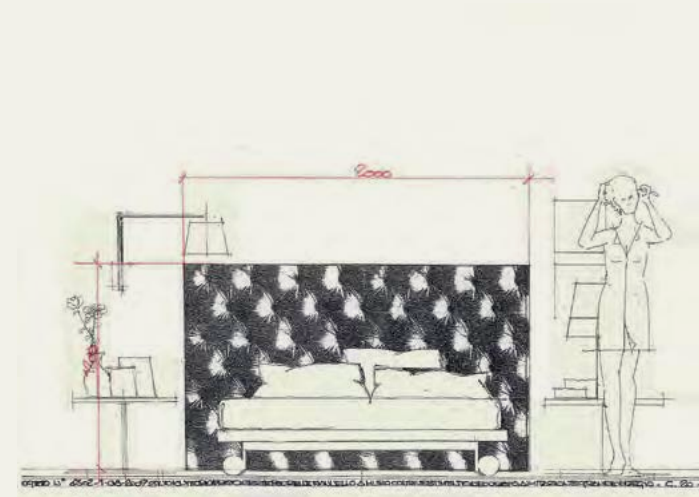
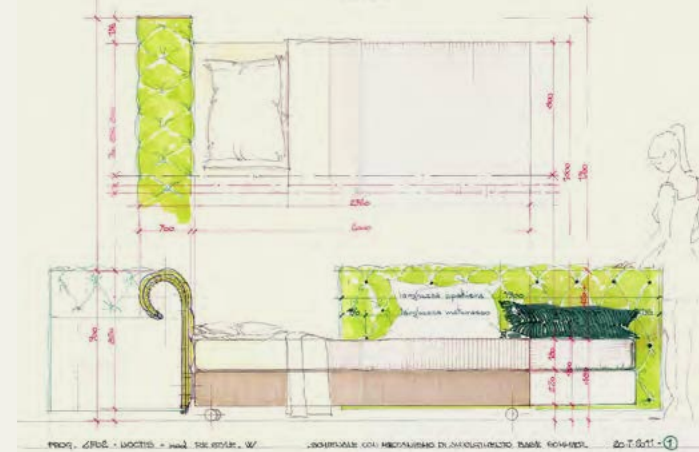
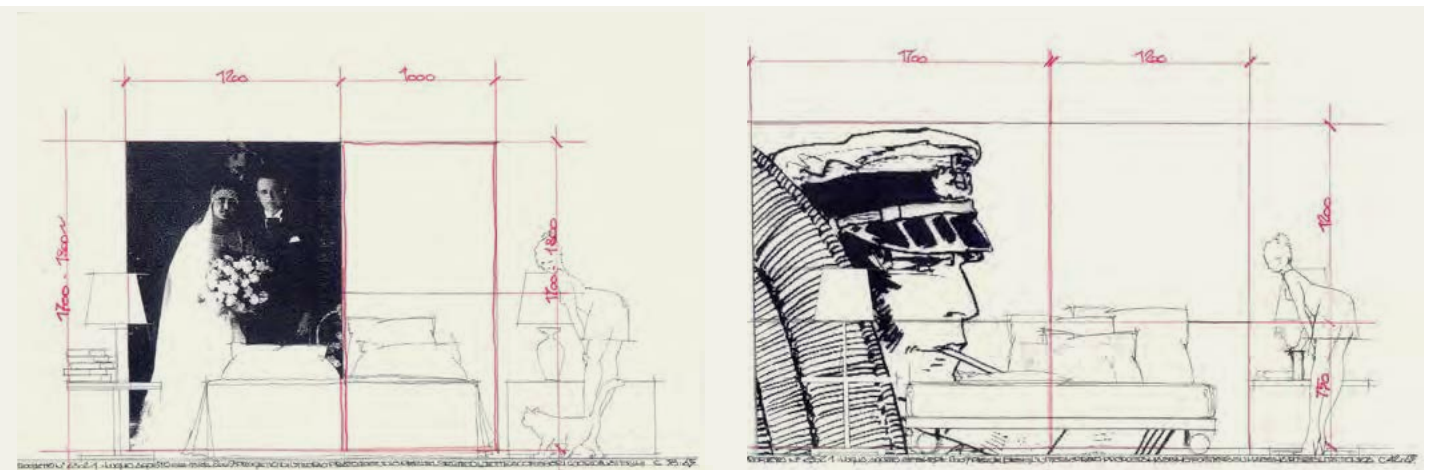
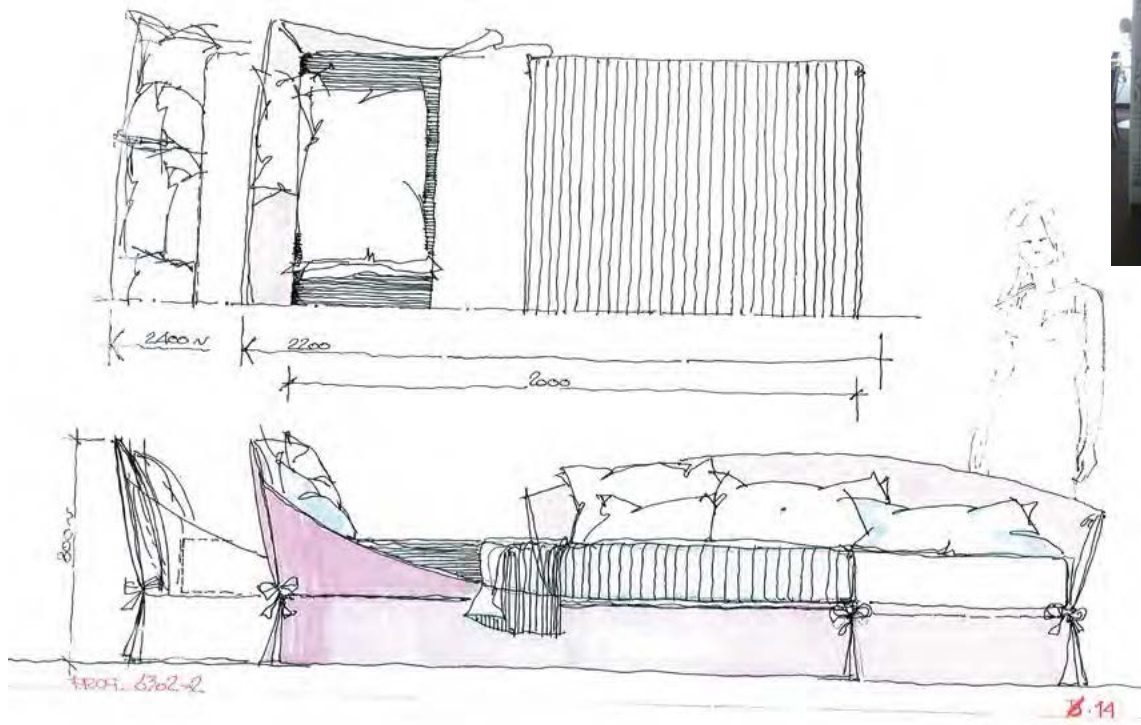
**My father was both an industrial and interior designer who worked since the early Sixties with many of the most outstanding Italian design companies. Noctis was one of his latest professional challenges and a partnership he was very engaged with and happy about.**

The thing he liked most was giving his contribution to the creation of new companies, or helping already existing ones, by setting the right impulse to change or development, or bringing in new ideas to renew their brand. He would hardly spare himself, and put all his talent and efforts to help these companies to find their identity and set their goals. He helped them to create products that could really fit their brand DNA also by improving production lines, outputs and both technological and quality levels. He found working with Noctis very exciting and stimulating, even joyful as he enjoyed the partnership with such a family of "enlightened entrepreneurs", enthusiastic and innovative people who wanted to constantly improve their company and provide customers with new, somehow uncommon, and always well designed products. In his view only talking about "industrial design" - and not just "design" - would make sense, as otherwise it meant talking about meaningless shapes. He was a pragmatist and a technology fan, and he supported the idea that creating the right products should take reflection, hand drawing, the use of colours and - by that time - also of the universal drafting machine, as only in this way concepts could flow through mind and hands to paper. He wanted to jump right in the projects by crafting prototypes, working on mechanisms, parts, and by testing ergonomics and comfort. He was curious and willing to talk to craftsmen to learn their skills and secret abilities, or sometimes to help them changing their minds if it was too tight by tradition. Noctis allowed Vittorio to work in a completely free and innovative way, with his ironic and sometimes funny approach, even though always very professional and consistent.



Schizzi di progetto  
Vittorio Prato nel suo studio

Project sketches  
Vittorio Prato in his atelier





**2.**  
**ALCHIMIA**  
**IN BLU**

---

**ALCHEMY**  
**IN BLUE**





Guardare le stesse cose non significa osservarle nella stessa maniera. Questo territorio, per chi lavora qui è acqua e respiro. È humus di generazioni. È bellezza e affetto. È community.

È, questa, la ricchezza che non si può rubare né tantomeno imitare o ricomporre altrove: rappresenta l'autentico patrimonio che muove corpi e menti negli spazi di Noctis. Uffici, laboratori, magazzini, mezzi sono animati da uno spirito comune che trova nelle persone che lavorano qui l'espressione speciale di una terra, delle ragioni che l'hanno resa uno dei territori più prolifici dal punto di vista sia artigianale che industriale. E che proprio in Noctis vede celebrati entrambi gli aspetti, come cuciti a mano in maniera unica e sapiente.

L'incontro con chi lavora in Noctis porta una chiarezza integrale: franchezza, incisività, serenità. Evidenza di un modo di concepire l'azienda che è unico, per peculiarità, e della consapevolezza di appartenere a un progetto significativo e rivoluzionario tanto per il mondo del bed design quanto per sé. Universale e particolare convergono. La voce è corale, eppure si distinguono uno ad uno tutti i componenti di questo ensemble. Ciascuno scelto primariamente in funzione delle necessità dell'azienda, ma con un'attenzione speciale alla personalità, quasi per un algoritmo che pondera le giuste alchimie di capacità, competenze, conoscenza, abilità professionali e relazionali.

Volti, voci, sguardi... sorrisi. donne e uomini, le loro famiglie, le loro storie.

Looking at the same things does not necessarily mean having the same view upon them. This ground is water and breath to those who work here. It means generations, beauty and love. It means community.

It is the wealth that can not be stolen, nor emulated or reproduced elsewhere: it is the true legacy that drives hands and minds through Noctis' rooms. A common essence permeates offices, warehouses and equipment, as you can see through the people working here, who become the expression of a land and of the features that made out of it one of the most productive areas ever, for craftwork and industry. Both these aspects are joined and celebrated by Noctis in a quite unique and special way.

Meeting someone working in Noctis can give you a very fresh feeling: honesty, incisiveness, calmness. It is the evidence of their specific company concept, of their feeling of belonging, being part of an innovative project that is so revolutionary for the bed world as it is for each of them. Universal and particular here do meet. It is a choir, an ensemble where each single voice can be clearly distinguished from the others. Each of them has been selected basing upon the company needs, of course, but with a special care for their personality, to match the special alchemy that blends skills, knowledge, professional and relational abilities.

Faces, voices, gazes... smiles. Women, men, their families, their stories.

SE SI SOGNA  
DA SOLI, È SOLO  
UN SOGNO. SE SI  
SOGNA INSIEME,  
È LA REALTÀ  
CHE COMINCIA.

---

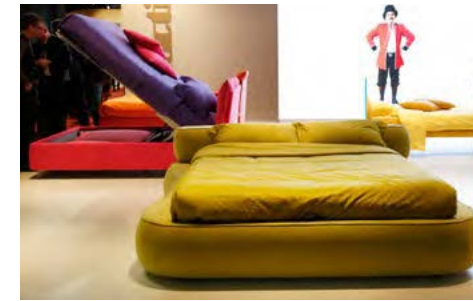
A DREAM YOU  
DREAM ALONE  
IS ONLY A DREAM.  
A DREAM YOU  
DREAM TOGETHER  
IS REALITY.

**Storie e incontri: uomini e donne in blu.**  
Conoscere la storia di un'azienda è anche leggerla attraverso lo sguardo di chi la fa e la vive nel quotidiano.

**Encounters and stories: Noctis' people.**  
Knowing the history of a company also means seeing it through the look of those who are a part of it and who live it daily.

Interviste/Interviews

## Community.



*Ciascuno ha una propria urgenza nel raccontare, specchio di una freschezza che si respira un po' ovunque, negli uffici e nelle aree di produzione. Merito di un'alchimia ottimale raggiunta in anni di incontri e selezioni fatte – da Piero Priori in primis – sempre ponendo la persona al centro, che dimostra l'importanza di saper scegliere i collaboratori sicuramente in funzione della loro competenza, ma con quel quid che porta a creare qualcosa di ancora più forte di un gruppo di lavoro, di una squadra tecnica. Sono persone affiatate, che con il tempo hanno maturato anche un affetto reciproco impossibile da non notare. Tutto questo emerge quando incontriamo alcuni dei dipendenti Noctis.*

**Parliamo di dipendenti storici, ma qui non c'è ancora aria di pensione... tutt'altro: siamo in un habitat di giovani!**

"Ma io sono storica, qui!" È **Verusca Brignoni**, impiegata negli uffici amministrativi, a rompere il ghiaccio. "Sono impiegata qui dal 1998! E prima di me ci lavorava già mia mamma. A dire il vero, dopo il matrimonio anche mio marito è venuto a lavorare qui. Noctis mi ha sempre accompagnata in tutte le fasi della mia vita, dalla famiglia d'origine al matrimonio: ha visto nascere i miei figli e mi ha sempre compresa sul lavoro anche nelle mie necessità di vita quotidiana."

"Anche di me dicono che sono storica" aggiunge, sorridendo, **Samanta Del Monte**. "Lavoro in Noctis dal 2001, da sempre nell'ufficio acquisti. Quando sono arrivata l'azienda era veramente piccola: eravamo una sola persona per ogni reparto. All'ufficio acquisti c'ero io, al commerciale c'erano due ragazze, allo sviluppo prototipi c'era una persona... eravamo proprio contati. Poi nel tempo siamo diventati quello che siamo adesso esso, siamo cresciuti tanto."

*Each one with their own enthusiasm, reflecting the freshness anyone can feel in Noctis offices and production areas. It is the outcome of a perfect alchemy of encounters and selections made during the years by focusing upon each single person. This shows how important it can be choosing the right collaborators certainly basing upon their skills, but also finding in them that certain quality that could strengthen the whole working group, making something more than just a technical team out of it. They are very close, and time has allowed them to blend into a familiar atmosphere that can be immediately perceived meeting them.*

**We are talking about employees that have been around here for a long time, but you see no retirement age people, on the contrary: it really is a young powered place!**

"I actually have been around here for a long time by now!" Points out **Verusca Brignoni**, of the Administrative Department "I've been working here since 1998, and before me my mother was already employed here. And I can tell you more: after I got married even my husband came in! Noctis has been by my side in every moment of my life, from my family of origin to my new one. This company saw the birth of my children, and I've always felt supported in my daily life, both working and private."

"I've been here for a long time as well" comes **Samanta Del Monte**, with her smile, "I've been working in the Noctis Purchase Department since 2001. When I came in it was still a small company: just one person for each department. I was in this one and there were two girls in the Sales Department, one person working on the prototype development... you could count us on your hands! Time passed and this is what we have become now: we really have grown up!"



**Qual è stato il momento in cui avete percepito lo “scatto”? c’è stato un momento preciso in cui avete compreso la crescita dell’azienda con e intorno a voi?**

“Per me è stato quando ci siamo trasferiti qui, nella nuova sede di Pergola” dice Verusca. “Essendo stata una crescita molto graduale, gli uffici e la produzione erano un po’ sparsi, seppure in zona. Adesso, invece, ci siamo trovati tutti insieme, in questo stabilimento che è davvero grande.” “Nel percorso non te ne rendi conto – Samanta – però ricordo che a volte mentre lavoravamo ci trovavamo a dire ‘Non riesco a stare dietro a tutto’ e allora venivano fatte delle assunzioni, esattamente quando e dove servivano (cosa che succede ancora oggi). Siamo cresciuti uno per uno e, in verità, realizzo quanto siamo cresciuti quando sono seduta in ufficio e sento le voci dei colleghi che chiacchierano nel corridoio e mi viene da dire ‘Mah... ero quasi da sola, una volta, e ora guarda quanti siamo!’ È stata una crescita molto naturale, ecco la parola perfetta per descriverla.”

Anche **Marisa Mancini** e **Manuel Ricci**, anime e mani del reparto Prototipi, rispondono volentieri.

Marisa arriva in Noctis nel 1995, dopo esperienze lavorative nel settore abbigliamento che l’avevano portata ad avere già familiarità con i tessuti: “Sono davvero qui dagli inizi: eravamo in tre! Io cercavo un lavoro diverso, che potesse essere più creativo, e ho puntato personalmente molto su questo posto. Oggi credo di poter dire che anche io nel mio piccolo

**Is there a specific moment you felt the change? That time you realised how much the company was changing around you?**

“For me it was suddenly clear when we moved in here, in the new plants in Pergola” says Verusca “Through the years we had grown gradually, and both the offices and the factory departments were a bit scattered in the Pergola area. Now that we’re here in this factory I can see how big it is, how big we have become.” “You don’t realise it while you’re on the run” Samanta says “but I can remember that, during the years, every time we said ‘we can’t handle it just as we are’ new persons were hired, only and precisely when and where they were needed (and it’s still so): we grew one by one, and I really think about it every time I hear the many voices of my colleagues in the corridor. That’s when I say ‘Wow! I used to be almost on my own and now look how many of us are here’. I’d say that the right description is the one of a natural growth.”



Also **Marisa Mancini** and **Manuel Ricci**, who work in the Prototype Development Department, are glad to tell us their view.

Marisa started in Noctis in 1995, she had previously been working in the clothing industry, thus gaining a great experience with fabrics. “I have been here since the very beginning. We were only three employees! I was looking for a job that could satisfy my creativity, so I decided to stake a lot on this job. Now I think I can say I won my bet. As the company



ho vinto la scommessa. Mano a mano che l’azienda cresceva ci specializzavamo sempre più e sono arrivata qui all’ufficio tecnico, anzi ai prototipi: una posizione che un tempo, era prettamente manuale mentre oggi è diventata hi-tech. Fortuna che ci sono anche i giovanissimi come Manuel che ci mettono del loro”. “Io invece sono quasi fresco fresco” – le fa eco ridendo Manuel – “ho iniziato a lavorare per Piero Priori nel 2008 grazie a un programma di interazione scuola-lavoro: studiavo da geometra e fui preso per una stagione alla Winch, l’azienda che si occupava di tappezzeria per la nautica diretta da Mattia Priori. L’anno successivo, preso il diploma, fui assunto direttamente qui in Noctis. All’inizio nel reparto tappezzerie, poi mi è stata data l’opportunità di assecondare la mia passione per le tecnologie ed eccomi qua, al fianco di Marisa e degli altri ragazzi dello staff.”

**C’è qualcosa di vostro in particolare che avete condiviso con Noctis? Qualcosa che sentite di aver messo per fare la differenza...**

Ci risponde Samanta, per prima. “Credo di aver portato un buon metodo, in ogni singola fase del lavoro; partendo, per dire, dal rispondere al telefono, mai più di tre squilli perché se qualcuno ti ha cercato voleva dire che aveva bisogno, come pure il cliente che ti chiama: devi dare un servizio efficiente, devi essere sempre presente. Anche se io mi occupo degli acquisti ho la consapevolezza che, se non sono puntuale, automaticamente il commerciale stesso non può essere sicuro di ciò che dice al cliente poiché quello che ci premia in maniera speciale è proprio il servizio, oltre che indubbiamente la qualità e il buon prodotto.

was gradually expanding we became more and more specialized and my skills proved to suit the Prototype Development where I am now. It was still a manual job by that time, but now it’s a high-tech department: lucky enough, a lot of young people like Manuel, here, are coming in to help.” Manuel sits smiling by her side “I’m relatively young here, just for my age. I started working for Piero Priori in 2008 thanks to an internship programme: I was studying as a surveyor when I had the opportunity to work at Winch, a company that produced nautical upholstery managed by Mattia Priori. The next year I got my degree and they hired me here, in Noctis. Given my experience, I started in the upholstery department, but soon my passion for technology came out and here I am, with Marisa and the Prototype Dept. staff”.



**Is there any specific skill you shared with this company? Something you feel may have helped Noctis in making the difference... call it the N-factor**

Samanta answers first “I think I introduced a good method, for each single working stage. Say, for instance, answering the phone: never let it ring more than three times, as if someone calls it means they need you; this is also true for customers: you owe them efficiency, must always be available. It’s a matter of awareness: even though I work in the Provisions Dept. I have to know that if I’m not accurate the Sales Dept. won’t be able to grant the customer a proper answer. We have really a special care for this, as the service and assistance must come next to the product level.

È piacevole ad oggi vedere che anche le persone che sono venute dopo di me hanno adottato questa regia, mi fa sentire apprezzata e dà uno sprint diverso.”

Anche **Enrico Donati**, che lavora insieme a Samanta e proviene da una lunga esperienza nel settore degli armadi, evidenzia il fattore affidabilità.

“La mia esperienza precedente era di carattere commerciale, per cui avevo sempre guardato al prodotto dal punto di vista della vendita. Qui in Noctis credo di poter trovare un terreno fertile per dare il mio contributo a uno dei valori fondamentali stabiliti da Piero Priori, ossia l'affidabilità dell'azienda: il cliente, quando sceglie un prodotto Noctis deve essere sicuro che gli arriverà un prodotto perfetto, progettato, confezionato e supportato in maniera ineccepibile. In questo senso anche dal punto di vista degli acquisti occorre applicare una cultura del prodotto, scegliendo fornitori di qualità ed affidabili.”

“Io ho portato l'esperienza che avevo maturato nel tessile nei lavori precedenti,” ci racconta, ancora, Marisa. “Parlo di materiali e macchinari, di metodiche e lavorazioni. A questo ho aggiunto sempre una grande curiosità, nella convinzione che se le cose le facevano gli altri le potevamo fare anche noi e qualche volta, perché no, anche meglio! Continuo a metterla in gioco ogni giorno, ho un terreno molto fertile qui, continuando ad imparare molto anche da tutti i nostri clienti.” Manuel: “Io credo di aver portato una forte volontà e un forte impulso nel fare più industrializzazione già nella fase di produzione del prototipo. Quando sono arrivato il lavoro era molto artigianale. Se il prototipo lo si pensa già con una mentalità di industrializzazione si risparmia un passaggio, una volta realizzato il prototipo stesso: avrà già assecondato le problematiche tecniche e i requisiti delle macchine, per esempio.” “Già” lo incalza Marisa. “Noi, ora, nel fare il prototipo pensiamo da subito all'industrializzazione e riusciamo ad essere molto più rapidi: una volta che il prototipo è stato approvato, siamo immediatamente pronti a partire con la produzione.”

I am pleased to see that who came to work here after me took up this method and showed appreciation for it: it is a booster for me.”

**Enrico Donati** works in the same office as Samanta. His background provided a long-time experience in the cabinet industry. For him reliability is fundamental:

“I had previously been working in a sales department, so that was my usual point of view over the product. I think that my real contribution is helping in the company reliability, one of the keynotes set by Piero Priori. By choosing a Noctis product, the customer is granted receiving an excellent service from any point of view: perfectly designed, assembled, packed and delivered, with a special devotion to the customer care. This is why we talk about achieving a specific service and product culture, also by selecting reliable and high quality providers”.

“My personal tribute to Noctis has always been my past experience in the textile industry” comes Marisa again “I’m talking about fabrics, machineries and processing methods. Then I always put on top my N-factor: curiosity. I’ve always thought that if the others were doing something we could do it as well, and even improving it! I train this curiosity every single day, I have found a good ground for it here, as I happen to learn constantly new things both from my colleagues and from our customers.” Manuel: “I think my enthusiastic approach to technology has been a booster for an earlier engineering in the production steps: I want also prototyping to be an industrial proceeding as much as possible. When I came here we were still handcrafting prototypes, but if you think about a product in an industrial perspective since its earliest design phase you’ll be able to skip a passage once the prototype has been made: it will already suit the machineries and equipment requirement.”. “Precisely” adds Marisa “what we do now is an engineering processing and it allows us to be much faster, as once the prototype is approved we are already ready to start the production.”

E in questo senso interviene anche **Marco Vici**, in Noctis dal 2013: dopo che Piero Priori aveva acquisito la licenza d'uso del marchio Bontempi Casa - Letti design, di cui Marco era un addetto commerciale, gli ha fatto curare la transizione e poi gli ha affidato la trasformazione del magazzino.

“Quello che mi ha colpito in maniera particolare di Noctis è la semplicità, la linearità. Un sano pragmatismo che evita mille passaggi burocratici interni all'azienda, portando a una velocità nel passaggio dalla ideazione alla realizzazione dei progetti. Piero riesce a rendere semplice ciò che in altre aziende è complicato. Quando si decide di fare una cosa, nel giro di una giornata è già avviata o fatta. Si tratta di un elemento nontrascurabile, perché implica meno sprechi di tempo e, alla fine, meno costi e parliamo sempre di grandi numeri.”

Qualità, affidabilità e rapidità, insomma. Un mix di successo grazie alle persone che fanno Noctis. Dietro le quinte ognuno di loro ha un aneddoto, una piccola osservazione tutta personale che lascia intendere quale sia il rapporto non soltanto con l'azienda, ma anche con i titolari. Un'aria di collaborazione in cui la componente femminile è forte. “Siamo in tante, è vero, - ci dicono le ragazze - ma a dispetto dei luoghi comuni, qui facciamo molto famiglia, creiamo quell'atmosfera un po' più rilassata che permette di lavorare meglio”.

---

**Sarà l'aria di Pergola, la genuinità degli sguardi che abbiamo incontrato, la serenità che ci hanno trasmesso... forse abbiamo capito da dove possano nascere i bei sogni che si fanno sui letti Noctis.**

In the same direction **Marco Vici** heads his opinion. He has been in Noctis since 2013, after Piero Priori acquired the Bontempi Casa - Letti design trademark use license, where Marco used to work as a sales manager. He took care of all the relevant transition phases, and was later in charge for the resetting of Noctis Stock department.

“What impressed me most when I first arrived was simplicity, the consistency I found here. I’d say a healthy pragmatic attitude that prevents from wasting time, thus making all passages light and fast, from planning to production. I think Piero managed to simplify what in other companies is still complex. If we decide to do something, it takes one day to start it or do it all. It’s not a secondary factor at all, if you just consider how much time and money can be saved on such a large production scale.”

Quality, reliability, speed. A successful blend that comes from the Noctis people. Each of them tells about a story, a personal view showing their connection and bond with the company and moreover with its owners. Maybe another N-factor can be found in the women working here: “It’s true, - the girls say - we are so many here, but maybe our presence helped in creating a softer mood, a relaxed atmosphere that improves the quality of our working hours. We really make family here as well.”

---

**Maybe it’s the air in Pergola, the true gazes and the calm these people spread... now we know how sweet dreams can come while sleeping over a Noctis bed.**



**Francesco Barattini** in Noctis dal 2010, si occupa, in quanto capo fabbrica, anche di manutenzioni e sicurezza. "Vengo dal settore meccanico e conosco Piero Priori fin dai tempi della Società Sportiva Laurentina. Quando mi ha assunto ho potuto mettere a disposizione tutta l'esperienza che avevo occupandomi delle manutenzioni e, di conseguenza, anche della sicurezza. Nel tempo, ho anche avuto l'occasione di crescere e acquisire anche competenze nella lavorazione delle tappezzerie."

**Andrea Torcolacci** in Noctis dal 2011, si occupa della lavorazione poliuretano espanso. "Mi occupo, in particolare, dei tagli di grandi dimensioni: nel mio reparto abbiamo tutte le apparecchiature che occorrono per i lavori di precisione delle imbottiture e della gommapiuma. È una lavorazione che Noctis ha internalizzato con me e quindi ho avuto la possibilità di creare e gestire tutta l'organizzazione di questo settore in maniera abbastanza autonoma."



**Francesco Barattini** arrived in Noctis in 2010, and he is in charge of both the equipment maintenance and the safety supervision. "I have known Piero Priori for a long time, we both were working also for the Società Sportiva Laurentina (the local soccer team). When he personally hired me here I could use my experience as a mechanic and, knowing how equipment worked, he also appointed me as a safety supervisor. By the time I also had the opportunity to acquire new skills in the upholstery processing".

**Stefano Barillozzi** has worked in Noctis since 2011. Stock supply manager. "I work with a team of seven persons: just like a family. We all play our roles, of course, but what is nice is that none of us is ever prevailing over the others. We talk a lot to each other, discuss things and this allows us to keep a good synchronicity and balance in the different phases: design, cutting and modelling, packaging and supply."

**Gianluca Borghesi**, also known as Pedro, has been a Noctis employee since 2008, and is in charge of the production of sofas and of the Dreamers Box® (the revolutionary catalogue that Noctis created in 2016). "I believe that working here gave me a lot, from both human and professional point of view. What excited me most and made me feel really appreciated is the fact that Piero Priori personally appointed me for the Dreamers Box® project: I confess it was flattering, but it also made me feel responsible as it is actually the project we are using to introduce the company and our brand to the market and to each single customer. It's a fundamental tool for our dealers, as it really is the medium between them and us."

**Andrea Torcolacci** has been in Noctis since 2011 and he is in charge of the foamed polyurethane processing chain. "More specifically, I'm in charge of the large cuts: in my department we have all the equipment for the precision processing of paddings and foam rubber. It was with me that Noctis internalized this process, thus I had the opportunity to be quite free to organize and manage this department as I wanted it."

**Stefano Barillozzi** in Noctis dal 2011, responsabile magazzino spedizioni. "Ho con me una squadra di sette persone: come fosse una famiglia. Ci sono sempre, ovvio, i ruoli da rispettare, ma è logico: il bello qui è che nessuno fa pesare la propria posizione, e questo fa sì che ci possa essere una buona comunicazione e sincronizzazione per cui tra progettazione, taglio, confezionamento e distribuzione riusciamo sempre a seguire dei ritmi piuttosto bilanciati."

**Gianluca Borghesi** – ma ci tiene a dire che qui lo chiamano tutti Pedro – è in Noctis dal 2008. Si occupa della produzione dei divani e della Dreamers Box®. "Credo che lavorare in Noctis mi abbia arricchito moltissimo, umanamente e in termini di professionalità. Mi sono sentito molto apprezzato e il fatto che Piero mi abbia personalmente incaricato di seguire il progetto Dreamers Box® mi ha lusingato, da un lato, e responsabilizzato tantissimo, dall'altro: si tratta del progetto che presenta l'azienda, il brand ai clienti. Uno strumento molto importante perché diventa il vero tramite fra chi vende e noi."



# **3. UNA QUESTIONE DI STILE**

---

## **LIFESTYLE**



### Leader nel cambiamento.

Il pubblico segue le mode, cambia gusti e rituali d'acquisto. Frequenta media e luoghi che condizionano le sue decisioni, interagisce su supporti smart che aggiungono velocità vertiginose ai cambi di direzione e ai mutamenti delle abitudini di acquisto.

La noia è diventata impossibile, in una iper-sollecitazione continua, che invoglia, invita, incoraggia, chiama... ma in fondo aspetta che sia l'audience a scegliere chi premiare, chi ringraziare e chi, infine, cadrà nel dimenticatoio. Essere leader, lo dice la parola stessa, è stare davanti, è anticipare; non significa seguire o osservare aspettare di essere scelti; significa intervenire con precisione calcolata e chirurgica al momento giusto nel rumore generale, fare breccia nell'interesse di chi è perennemente in movimento e guidare questi cambiamenti creandone le premesse e le aspettative e, soprattutto, fornendo per primi le nuove prospettive. In questa maniera si diventa indispensabili, punti cardinali di riferimento. L'obiettivo non è mai stare al passo con i mercati, bensì sapere dove portarli.

È ideare, progettare e costruire gli oggetti del desiderio di domani.

### Leading the change.

Customers can change their trends, tastes and purchase rituals. They are an audience to media and places affecting their choices and decisions. They interact with smart devices that speed up changes of directions and of purchase behavior.

Getting bored is no longer possible, being so constantly hyper-stimulated, tempted, attracted, recalled... but in the end it will be the audience itself to decide who will be saved, who will be awarded and who will, at last, be forgotten. Being a leader means standing in the front row, heading forward. It doesn't mean being a follower or one of those who long for being selected by others. Being a leader means acting in a very sharp and precise way and time, breaking out from the noise, coming into the view of those who are constantly on the run, thus directing their glances and choices, by creating new expectations and perspectives for them. This is how you become a necessary, essential landmark. The real goal is not to keep up with the market, but to know where to lead it.

It means conceiving, designing and creating the tomorrow desire objects.

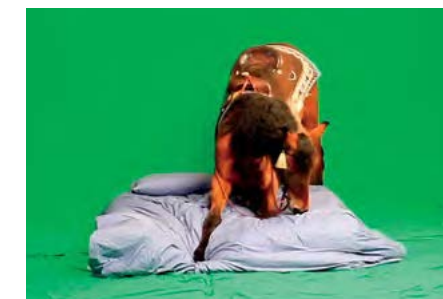
LA VERITÀ  
NON STA IN  
UN SOLO SOGNO,  
MA IN MOLTI  
SOGNI.

---

TRUTH LIES  
NOT IN JUST  
ONE DREAM,  
IT LIES IN MANY  
DREAMS.

## Trasparenza: un linguaggio globale per il marketing. Transparency: a global language for marketing

Intervista/Interview  
con/with Giacomo Bartolucci



*Nel 2017 la quota del mercato retail rispetto all'attività globale di Noctis ha raggiunto circa il 40%: un risultato straordinario, se si considera che è stato ottenuto in appena cinque anni. Un exploit ben preparato, quasi necessario per un'azienda che è al vertice della produzione di letti tessili da vent'anni e continua a trovare nuove espressioni – anche dal punto di vista commerciale – in cui manifestare i suoi talenti. Ci facciamo raccontare com'è andata da Giacomo Bartolucci, Retail Manager Italia di Noctis.*

Lo incontriamo tra un meeting con gli agenti e un aereo da prendere: è sempre così, dato che il contatto con le persone è fondamentale. Orgoglioso di rappresentare Noctis, nella consapevolezza che mettere il bello, il design alla portata di tutti è una questione di stile, di condivisione di un'idea. C'è il prodotto, ci sono le persone e, ancora, ci sono strumenti innovativi come cataloghi mai visti e smart app per raccontare ciò che è Noctis nella stessa maniera ovunque, lo stesso messaggio in Italia e fuori: per essere sicuri che questa trasparenza venga preservata in ogni passaggio. Il debutto nel retail market è cominciato in Italia, dove in pochissimo tempo ha raggiunto altissimi livelli e, una volta consolidata la posizione in Italia, si sta muovendo in maniera significativa anche all'estero. Tempi e luoghi differenti, linguaggio globale.

### **Come avete iniziato questo percorso?**

Quando ho cominciato a lavorare in Noctis l'azienda era proiettata tutta sulla grande distribuzione e abbiamo cominciato insieme quello che io definisco un cammino in salita e accidentato: aprirci al mondo del retail. Grandi soddisfazioni, oggi lo possiamo dire, ma tutta la fatica e le incertezze di un lavoro ex novo: eravamo in tutto una quarantina di persone in azienda, tarati su una produzione di grandi numeri in serie e

*In 2017 Noctis retail department reached 40% of the whole company sales share: an excellent achievement within just five years. It has been a well planned exploit, almost natural for this company which is one of the top producers of storage upholstered beds and a firm that constantly finds new ways to express its many talents, spanning over 20 years of activity. To know how it all could happen we have met Noctis' Retail Manager for Italy Giacomo Bartolucci.*

Flights and meetings with the agents are his daily routine, as the personal contact always comes first. He's a proud Noctis ambassador, as he's aware that making design and beauty available for everyone means sharing an idea, it is a matter of style. Products, people, innovative tools like new catalogues never seen before and a smart app, to introduce Noctis in the same way, sending the same message anywhere in the world, to preserve this transparency philosophy. Noctis' debut on the retail market started from Italy, gaining an outstanding position in a relatively short time. The firm is now setting its steps on the foreign market. Different timings for different places, but one global language.

### **How did it all begin?**

When I started working in Noctis the company was working only with the large scale market, and we started together this steep hike that led us to the retail market. Now I can say we were heading towards great outcomes and satisfaction, but it took all our efforts and we had to face all the uncertainties of a new working approach. The company had forty employees, and we all were set on a large scale production rate: we had to

dedicarsi a una clientela come quella del retail poteva sembrare dispersivo per il tempo e le energie che avevamo. Significava impegnarsi non solo nella produzione, ma nella creazione di una rete di vendita: aprire le zone, cercare gli agenti...

#### **Cosa proponeva Noctis per questo debutto?**

Siamo partiti presentando lo stesso catalogo che proponevamo alla grande distribuzione, ma nel frattempo abbiamo lavorato moltissimo sull'idea di creare prodotti realmente su misura, portando nella linea di produzione le modifiche necessarie per soddisfare i clienti, che andavano via via aumentando. È stata una crescita continua e possiamo dire che l'arrivo a Milano nel 2012 con il catalogo Per veri sognatori: una pietra miliare. Credo che sia stato questo il primo grande traguardo che ci ha consacrati nel mondo del retail.



#### **Cosa ha fatto sì che in tempi relativamente ristretti - e parliamo solo di un quinquennio - siate riusciti a raggiungere i numeri attuali?**

Abbiamo operato un cambiamento di mentalità: con noi anche il cliente che ci faceva un ordine di 1.000 o 2.000 euro veniva soddisfatto esattamente come il cliente della grande distribuzione. Sono convinto che abbiamo innescato un autentico mutamento culturale nel modo di lavorare in questo settore, una rivoluzione che ha coinvolto le persone dal punto di vista umano ancorché da quello professionale. Da allora abbiamo creato una rete commerciale molto importante, con circa 70 rappresentanti (e sempre in aumento) sul territorio nazionale e stiamo crescendo anche all'estero: queste persone ci permettono di essere vicini ai clienti e portano dei numeri veramente importanti oggi.

understand how not to waste energy and to focus while switching to the retail market, given the many more specific requests it implied. It meant a production resetting and the organization and management of a sales network, finding our dealers...

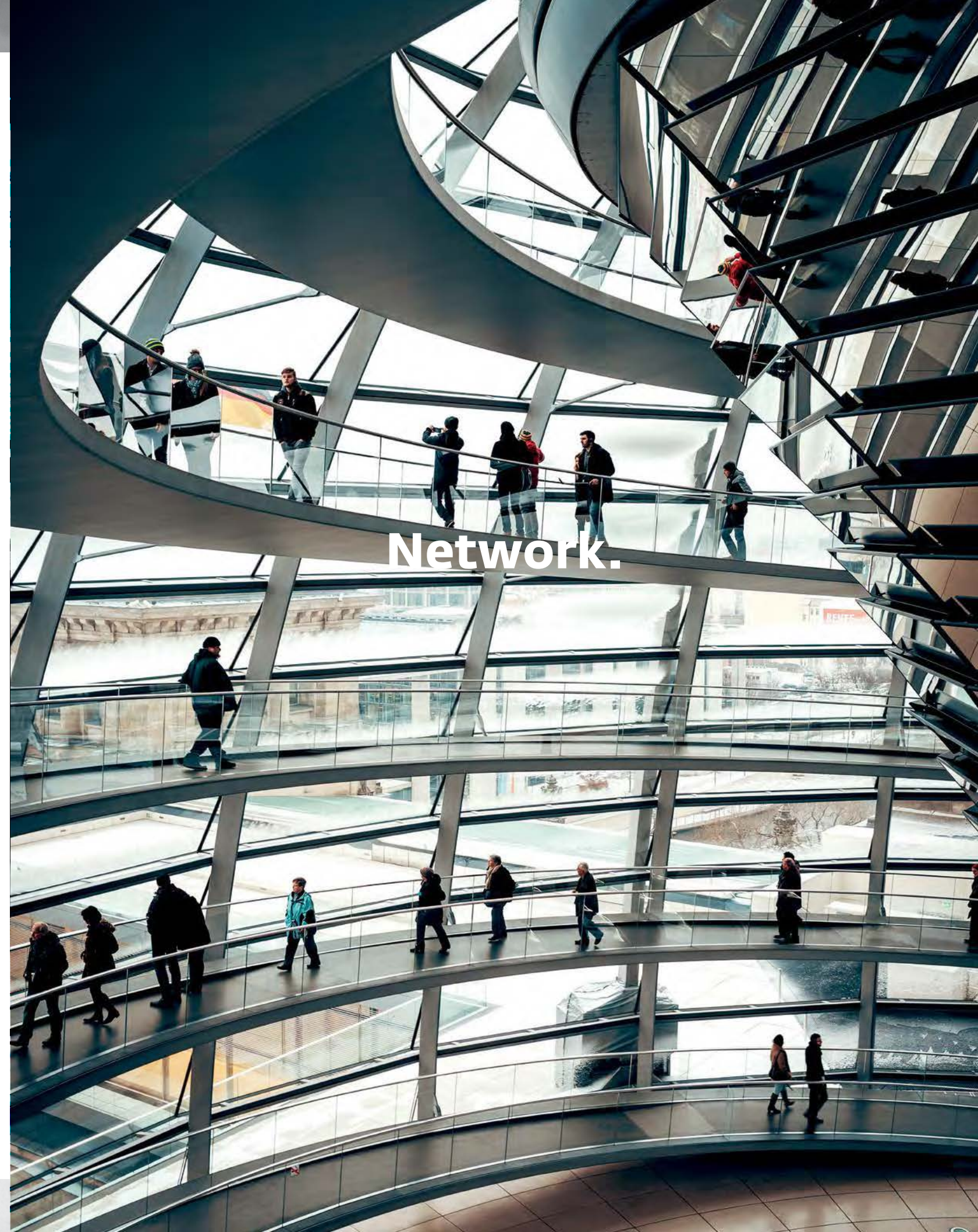
#### **Which products did you choose for this debut?**

We took our time and started selling the same products we were making for the large scale market. Meanwhile we started working on custom-made products, to meet the request of a number of customers that was gradually growing. It was in Milan in 2012 that we introduced our new retail catalogue "Per veri Sognatori - For real dreamers": a real milestone that officially acknowledged us to the retail market.



#### **A remarkable sales volume in such a short time (and only talking about the first five years): what's your secret?**

We worked on mentality. In a short time each customer knew that we made no difference between a 1000/2000 Euro commission and the large scale. We really triggered a cultural change in this sector, it was a revolution that involved people both



**Parli di persone, di un punto di vista umano. Ci stai raccontando una storia fatta di incontri...**

Non posso prescindere: stiamo parlando di risultati molto importanti, ottenuti anche grazie alla cura che Noctis ha per il proprio vero patrimonio, ossia la ricchezza di grandi rapporti. Il rapporto diretti con il cliente. Questa è la nostra attitudine, l'approccio che abbiamo rispetto al cliente: ci preme aiutare e risolvere le sue problematiche, fornendogli esattamente il prodotto che serve a lui, come lo vuole lui, ascoltandolo e facendo tesoro delle sue informazioni, perché è per lui che noi lavoriamo.

**Il rapporto umano al centro, d'accordo, ma quando si parla di una rete di vendita come la vostra non può bastare...**

Certamente, ma in verità le difficoltà insorgono quando si parlano lingue diverse, quando dalla fonte arrivano messaggi che sebbene non siano contraddittori generano troppo "rumore" per chi deve recepire il messaggio. Noctis ha reso possibile una chiarezza perché comunica con i propri clienti in maniera univoca: tutti i nostri agenti parlano – per riprendere la metafora – la stessa lingua, parlano di Noctis, dei suoi prodotti, della sua filosofia nella stessa maniera. Sono decisioni che abbiamo preso indubbiamente in una maniera verticistica, ma è fondamentale per dare al cliente l'idea della solidità di cui parlavamo poc'anzi.

**Una impresa non da poco, unificare un linguaggio di vendita pur rivolgendosi a un target di clientela decisamente vasto e vario. In più mettiamoci gli anni della crisi dei mercati...**

In questo momento che tutti chiamano di grande crisi noi preferiamo parlare di grande cambiamento. E di grande opportunità, perché proprio adesso a raccontare cose vere, reali, descrivere un'azienda come è veramente ti ricompensa. Significa semplicemente essere onesti.

personally and professionally. We now have a still growing sales network, over 70 dealers all over Italy: they are our precious connection with customers.

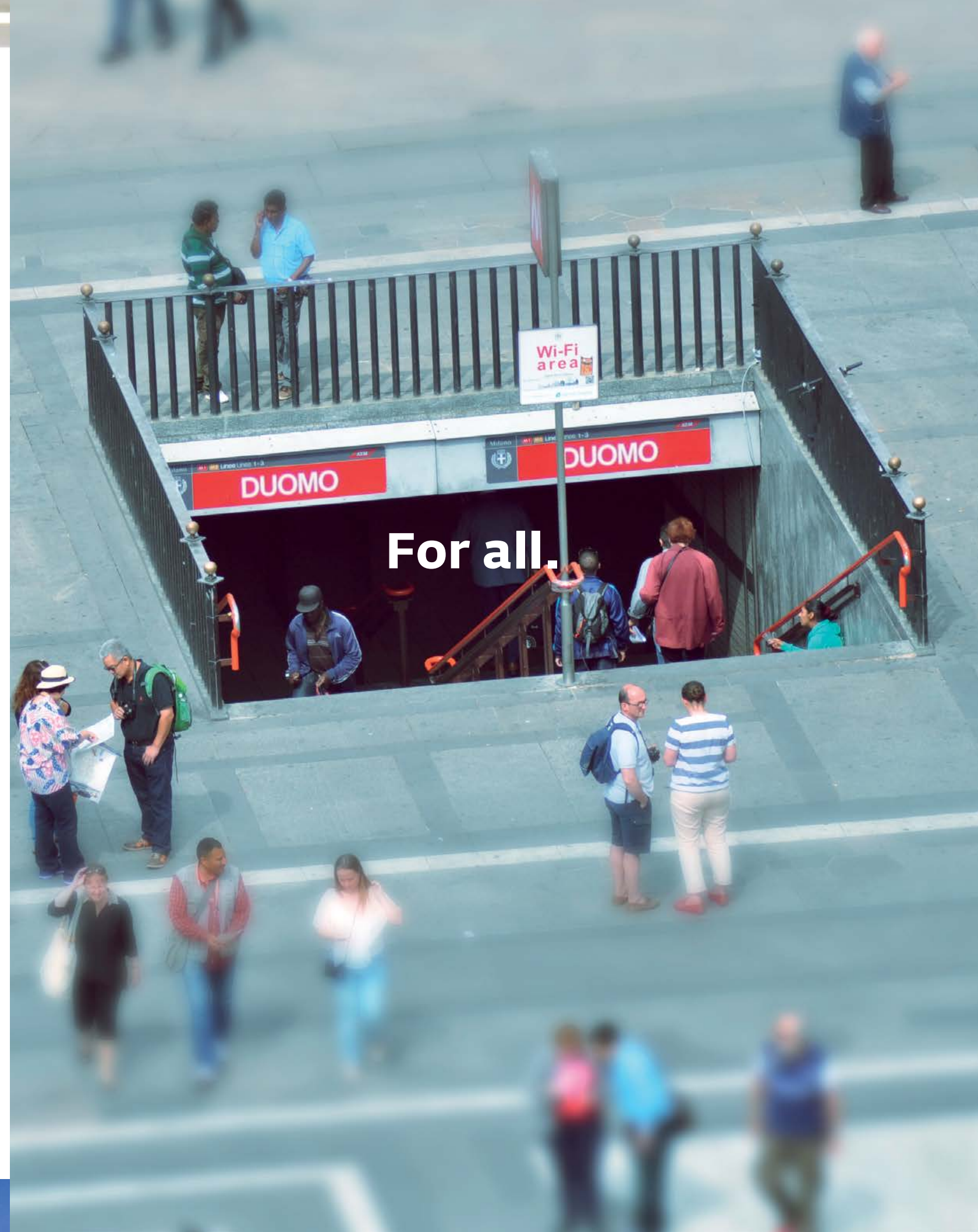
**You talk about people, about the importance of personality. A tale of encounters...**

I'm not able to leave this aspect out of consideration: we're talking about great achievements that Noctis also reached thanks to the care we have for one of our main assets: relationships. We have direct relationships with our customers as this is our attitude, our approach: we really care about their issues, we listen to their needs and provide them the proper solutions, we listen to what they tell us because we are working thanks and for them.



**Given a sales network like Noctis', focusing upon the human and personal relationship can not be the only strategy...**

See, you get into real trouble when there's too much confusion, preventing people to clearly understand your message. Noctis wanted to forestall this by communicating to all its clients in the same way: all our dealers speak the same Noctis language, they talk about these products and about our philosophy in the same way, so there's no chance of being confused or misunderstood. This is how we introduce customers to our confidence: they trust us as we are steady.





**E questa onestà, questa trasparenza come l'avete tradotta nella pratica?**

Questo è un discorso che tocca tutto, dalla rete di vendita alla comunicazione pubblicitaria, a quella editoriale, che vengono scelte e pensate in modo da rappresentare sempre noi stessi. È un discorso di occasioni, opportunità da cogliere. Proprio in questo periodo noi abbiamo avuto un picco di idee nuove che abbiamo anche brevettato nuovi prodotti come il Folding Box®, siamo usciti con un nuovo ricchissimo catalogo (e abbiamo brevettato anche quello!). Parlare di verità significa anche fare di una strategia di prezzi altrettanto diretta. Abbiamo avuto dei prodotti, come il letto SO, che avremmo potuto vendere a un prezzo nettamente maggiore, ma non era quello che volevamo. Quel letto, tutti i nostri prodotti vengono venduti a un prezzo giusto, equo. È stato così che ci siamo guadagnati anche la fiducia dei nostri clienti. Parliamo di verità, e quando costruisci su quella si è solidi, non c'è ciclone o crisi che ti possa spazzare via o indebolire.

**Chi è il cliente Noctis oggi?**

Oggi ci troviamo davanti a un cliente culturalmente preparato quando si parla di design e arredamento; un cliente esigente, che sa distinguere e riconoscere in noi ciò che siamo, ossia l'azienda leader del letto tessile in Italia.

**E per rivolgersi a un pubblico così esigente e preparato che strumenti avete scelto?**

Come ho detto, abbiamo necessità di dare un messaggio univoco, quindi nel 2016 abbiamo realizzato un super-catalogo che abbiamo chiamato Dreamers Box®: una grande cassetta per i sogni dei nostri clienti. In effetti contiene una possibilità di scelta fra tessuti, colori, materiali e modelli veramente da sogno. Si tratta anche qui di un'idea innovativa di catalogo per comunicare l'innovazione che proponiamo: un brevetto per presentare innovazione ed altri brevetti. La Dreamers box® stessa è stata brevettata a sua volta, divenendo un altro strumento con cui vogliamo segnare un cambiamento, guidarlo. Abbiamo creato un nuovo mondo, e si tratta anche di un modo per far capire che

**This clear talking attitude also helped you to pass through the years of a general market recession.**

We prefer to consider it a change, more than a recession. And a time for opportunities. Now, more than ever, honesty and being clear is important: if you talk about real things and tell the truth about your company the market itself will reward you.

**How does Noctis practice this transparency?**

It is in everything we do: from the sales network up to the advertising and any other activity. We constantly make choices that openly reflect our nature, thus becoming lighter and faster in enhancing opportunities. This is also why we had many novelties coming up in this general recession time: new patents and products like the Folding Box® and a whole new extraordinary catalogue (that was also patented!). Telling the truth means also a straight prices policy. We engage our customers by selling our products at a fair price: see, for instance, we could have set a much higher price for beds like SO, but it wouldn't have been consistent with our policy. We're talking about honesty, as when you build your home upon a rock of truth there's no storm that can tear it down.

**Who is the Noctis client, today?**

Nowadays there is a certain awareness about industrial design and furnishing. Our customers are usually experienced and have been looking for us, for our quality, as they know we are one of the best producers of upholstered storage beds.

**Which tools did you choose to communicate with such a skilled public?**

Given the premise of a clear and unmistakable communication, in 2016 we created a brand new catalogue that we called Dreamers Box®, a real chest for our customer dreams. It discloses an incredible amount of combinations and features: materials, models, fabrics, colours... name it! We wanted this catalogue to have its own proper name as it had



siamo trasversali, che siamo davvero in grado di soddisfare tutte le esigenze. Per far arrivare il messaggio non solo a un cliente di fascia alta, ma a tutti. E qui torniamo al concetto per noi prezioso di design democratico: il bello alla portata di tutti. Ci presentiamo con questo box e in poco tempo il cliente realizza che gli proponiamo dei prodotti a livello industriale, ma concepiti e realizzati con la precisione artigianale. Era impensabile, eppure l'abbiamo fatto!

**E in Italia siete addirittura andati in tournée: avete portato un intero showroom in giro in tutta la Penisola.**

Il tour è dal desiderio di presentarci in maniera diversa. Eravamo stanchi del copione "da fiera", in cui i clienti arrivano stravolti e non è resa giustizia né a loro né a noi. Allora abbiamo pensato di spostarci noi in maniera importante e arrivare più vicini ai nostri agenti e rappresentanti. Abbiamo allestito un intero showroom Noctis di tutto punto e lo abbiamo portato in sei città: Milano Treviso Roma Napoli Bari Palermo sono state le tappe in cui abbiamo riunito tutti i nostri migliori clienti. Abbiamo avuto l'opportunità di stare insieme a loro, liberi di approfondire la conoscenza reciproca in una maniera così intensa che ha reso possibile a tutti comprendere la forza innovativa del Folding box®, la novità di punta del tour.

**Grandi passi, grandi soddisfazioni...  
E i prossimi grandi obiettivi?**

Grandi passi davvero: a volte ancora non mi sembra vero quanto siamo cresciuti, come siamo cambiati e cosa siamo diventati. Per quel che riguarda il futuro, procediamo per step ragionati. In questo momento ci stiamo concentrando sulla novità del nostro brevetto Folding box®: vorremmo che divenisse un oggetto di necessità, diffonderlo al punto che il letto contenitore non sia tale se non ce l'ha. In senso generale, ci interessa proseguire nella crescita e nel consolidamento costanti dei rapporti che abbiamo e cerchiamo di incontrare sempre più agenti e clienti che comprendano la verità di Noctis e ne sappiano parlare bene, che la sappiano riportare fedelmente. Ci tengo veramente tanto, sia a livello professionale che personale, perché per me Noctis è diventato uno stile di vita.

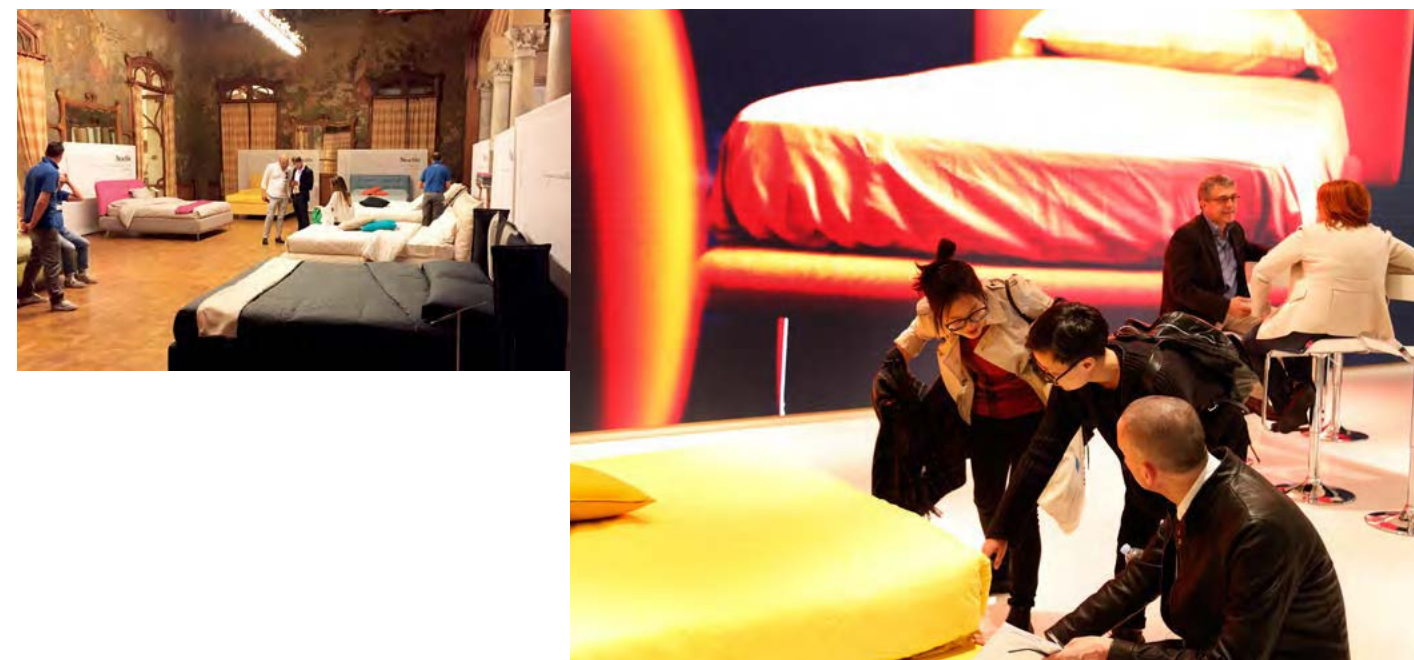
to become another fundamental tool for us to set the change. It expresses our wide range as our goal is to reach everyone, being the democratic design one of our keynotes: beauty must be available to everyone. When customers happen to see it, they immediately realize that we are offering them an industrial product with such custom features that only craftsmen can provide. No one thought it could be possible, but we did it!

**You even organized a tour to bring a whole showroom along Italy.**

We didn't want to reproduce the patterns of a standard exhibition, where customers can be already tired when they get to your stand: we thought that it wasn't a fair condition neither for them or for us, as it didn't allow them to live the experience of our products. So, when looking for a different way to introduce the new collection, we set up a whole Noctis showroom and moved it into six Italian cities: Milan, Treviso, Rome, Naples, Bari and Palermo. There we dated our best dealers and customers and had all the time to better know each other, talk, and enjoy our company together. It was the best way to introduce to them the Folding Box®, the greatest news brought in by this tour.

**Many great steps and satisfactions.  
How about the next goals?**

Great satisfactions indeed: I still can't believe how much we've grown and changed, although it's clear in front of me every day. Regarding the future steps we like to take things gradually. Thus in this very moment we're focusing on the Folding Box®: we want it to become a must, an essential part of any storage bed. And for what concerns the firm itself, we do really care about strengthening relationships with more and more dealers and customers, finding more and more people that can really understand our truth and honesty. This is both a professional and a personal goal, as for me Noctis is a real lifestyle.







Made in Italy.



### **Intervista con Francesco Lucchetti**

*Francesco è arrivato in Noctis nel 2013.*

*Dal 2016 è Country Manager per Francia e Spagna.*

#### **Come avete modulato le dinamiche rispetto al mercato estero?**

Per portare all'estero il brand Noctis abbiamo tesaurizzato e ottimizzato l'esperienza sul retail costruita in Italia e abbiamo considerato che Spagna e Francia potessero essere due mercati estremamente interessanti per cominciare a lavorare con questo approccio, per noi così naturale. In entrambi i paesi avevamo già dei contatti, ma abbiamo totalmente reimpostato il modus operandi. Abbiamo cominciato prima dalla Spagna dove, da una piccola rete iniziale che già avevamo, ora abbiamo un network di vendita più strutturato, che copre quasi tutto il territorio nazionale. In Francia il progetto è partito successivamente. Lì siamo partiti praticamente da zero e stiamo cogliendo il crescente interesse per un prodotto come il nostro. Per "prodotto" intendo sempre non solamente il letto, ma lo stile Noctis nel suo complesso: l'approccio personale con clienti e dealers, la proposta che facciamo, l'assistenza, la qualità e il design accessibili a tutti... Si tratta di una rivoluzione culturale che in Italia abbiamo già realizzato, ma che fuori è ancora tutta da fare.

#### **Qual è la chiave che vi sta aprendo questo percorso?**

Una costruzione ragionata e su solide fondamenta. Il 2016 è stato un anno straordinario in tutto e per tutto: con il Folding Box® e il nuovo catalogo abbiamo veramente in mano un'energia dirompente per far comprendere a tutti il nostro messaggio. È qualcosa che, al momento, possiamo offrire solo noi.

### **Interview with Francesco Lucchetti**

*Francesco has arrived in Noctis since 2013.*

*Country Manager for France and Spain since 2016*

#### **How did you set your strategies to meet the foreign market?**

We have hoarded up the Italian experience and optimized it in accordance to the possible main issues of foreign markets. Given our approach, we considered Spain and France two challenging countries to start working with: we were looking for places that could also be different from each other to find out as soon as possible the many different issues we could meet. We already had connections in both these countries, but we totally re-set the modus operandi there. Spain came first: we already had a few agents there, but now we have a proper network covering almost the whole country. Lately we started the project in France, where we had to set our fundamentals and we see now that the interest for our product is quickly growing. When I talk about our "product" I always mean not only the beds, but the whole Noctis style: the human and personal approach with customers and dealers, our offer, the customer care, quality and design for all... It is that cultural revolution that we have already made in Italy, but that is still unknown abroad.

#### **What is the keynote for your work abroad?**

We work upon a solid and well set basis. 2016 has been an extraordinary year for many reasons: the Folding Box® and the new catalogue are really a cut above to communicate people our message. This is a unique combination only we have.

**Paesi diversi, sarebbe logico pensare che anche mezzi e strumenti...**

Gli stessi che usiamo in Italia! Il Dreamers Box® piace moltissimo a tutti perché, così come in Italia, anche all'estero non si era mai visto un catalogo così concepito: in pochissimo tempo il cliente realizza che gli proponiamo dei prodotti a livello industriale, ma pensati e realizzati con la precisione artigianale. Questo ci sta aprendo molte porte, conquistando la fiducia di molti agenti che si stanno interessando sempre più al nostro brand: se un dealer vede che tu come azienda investi tanto e lo coinvolgi personalmente, allora farà propri i tuoi obiettivi.

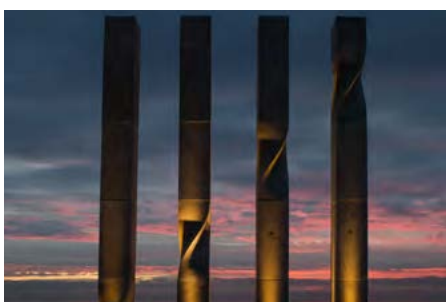
**Coinvolgimento e chiarezza sono le basi di un format valido anche per il mercato estero, quindi.**

Noctis è unica e vuole restare tale per tutti, ovunque si vada nel mondo. È chiaro che, essendo il nostro un autentico Made in Italy, all'estero ha un'accoglienza particolare: esercita sempre il fascino di un tempo e rimanda a quella manifattura artigianale che è la nostra base concettuale. Questo è fondamentale anche rispetto al proposito di fondo che ci siamo fatti, ossia quello di estendere la medesima rete di legami e di fiducia che abbiamo creato in Italia. Un format che ci sta ripagando, uno stile che si pone sempre più come un eccellente biglietto da visita ovunque ci presentiamo.



**Different countries would allow thinking about different media and tools...**

The very same we use in Italy! Everyone appreciates the Dreamers Box® because – just like in Italy – no one had ever seen such a catalogue: in no time customers realize we are offering industrial products, but actually designed and made with a craftsmen care. This is really paving our way to the confidence of many customers who are more and more interested in our brand. When your firm invests so much to engage dealers, they will really end up sharing your philosophy and your goals.



**Engagement and transparency are the solid ground also for foreign market.**

Noctis is the one and only. This is how we want to introduce the brand all over the world. We offer an authentic made in Italy, and this still has a special appeal abroad: it recalls that craftsmen ability which we hold as the precious heart of our business. This is also very important for our personal purpose to create the same networking system based on trust and individual relationships as we do have in Italy. It's a rewarding format, now acknowledged as an excellent trade mark wherever we go.



Goals.

# 4. QUALITÀ DINAMICA

---

DYNAMIC  
QUALITY

## Parliamo di letti.

Avere la verità sotto mano pare un'affermazione supponente. Eppure in certi casi è più che legittimo usarla. Toccare un prodotto Noctis, scorrerlo nelle linee, saggiare la morbidezza delle imbottiture, riconoscere la sostanza dei tessuti è, nella sua globalità, un'operazione di assoluto realismo, di stringente verità.

Quella che giunge ai sensi, qui, è la conferma di un'autenticità che diventa possibile solamente nella libertà di essere sé stessi. Stiamo parlando di un produttore con la mano artigiana e il cuore di designer, che ha saputo diventare sacerdote della qualità: ne custodisce i valori fondanti e li riproduce in una ritualità che li rinnova ogni volta integralmente in ciascun pezzo prodotto. Partendo dall'idea, dal design, passando attraverso una selezione di materiali costruttivi e tessili, fino alla distribuzione e assistenza rispetto al prodotto finito, non c'è un solo passaggio che veda staticità. Il solo vero filtro attraverso cui tutto ciò passa è - appunto - la qualità.

Eppure anche questa cambia, perché ciò che Noctis realizza è una continua ri-attualizzazione del concetto di qualità, rendendola essa stessa un principio dinamico: un percorso, più che un obiettivo. Ogni letto Noctis è emblema e funzione, icona e sostanza. È un oggetto che non tende semplicemente all'ideale estetico, ma lo materializza; non cerca la migliore combinazione di materiali e solidità, bensì ne traccia una nuova via.

È questo il "segreto" di Noctis, che non teme di essere svelato semplicemente perché solo qui può essere realizzato, rinnovando ogni giorno un oggetto - il letto - la cui presenza realizza la propria funzionalità, trascendendola al contempo.

## Let's talk about beds.

Although it may sound pretentious, sometimes it is appropriate to say that the truth is at hand. When touching Noctis products you can feel the softness of upholstery, the fabric smoothness, you can follow the lines of a unique design artwork: and this is real, true.

This is the achievement of a hard honesty job, that comes to the surface for the joy of senses. Each Noctis bed is produced with craftsmen hands and the soul of a designer: every single piece discloses this symbolic nature that was cast into it through the selection of raw materials, of fabrics and care in every passage that brings it into your home. It all comes out through the lens of quality.

And quality is a Noctis keynote: during the years many factors have changed, allowing us to set a higher quality standard every time, thus creating an upward spiral. It became a dynamic process more than a purpose. This is why every Noctis product can be considered a symbol of this journey, an icon expressing a strong consistency: it embodies an aesthetic canon. Noctis is not just searching for new combinations of materials, it really traces new ways, new patterns.

This is the N - factor that only here can materialize: a blend of elements bringing the bed to fulfil its function and, at the same time, going far beyond by expressing all its essential background.

SIAMO FATTI  
DELLA STESSA  
SOSTANZA  
DEI SOGNI.

---

WE ARE SUCH  
STUFF AS DREAMS  
ARE MADE ON.



# Icons

Icone di uno stile che va costantemente a ridefinire i canoni dell'innovazione e dell'industrial design. Merito di Noctis è l'aver squadernato le geometrie, aver rinegoziato la composizione degli elementi. Ci sono alcune punte di diamante della produzione Noctis che rappresentano con precisione eclatante come sia possibile ottenere un equilibrio perfetto tra gli elementi portando ciascuno di essi ad estremità persino provocatorie. La staticità delle simmetrie viene spodestata dall'esuberanza naturale della sezione aurea, che qui diventa rappresentabile e concreta più che mai. La cifra della scomposizione e ri-composizione diventa con Noctis un divertissement con gli elementi, con i materiali e le situazioni.

Modelli come **Stones** (Studio V7) e **Marvin** (Studio Carlesi) si affidano totalmente all'evocazione emotiva per essere interpretati, per essere letti. Oggetto cult, Stones richiama una severità scultorea, addolcita dall'irregolarità, dalla generosità accogliente della forma decorativa. È forza e leggerezza. Come le pietre, sì, ma di un fiume: l'acqua che vi scorre le rende morbide, vitali nell'accentuazione dei cromatismi.

Con Marvin si alza lo sguardo alle nuvole. Le forme che vi si leggono sono negli occhi di chi osserva. La scelta di un materiale duttile e inusuale come la lycra, i fili che si intrecciano in tutta la complessa lavorazione di questo letto sono espressione dell'alta maestria artigianale di Noctis. Qui si coniugano nei fatti lo spirito più classico e quello più moderno, in un letto che dialoga in maniera brillante sia con gli ambienti tradizionali che con quelli più sofisticati. Progetti di autentico industrial design, che svelano esattamente l'inatteso. Talora arrivano ad essere rappresentazione di ciò che porta l'outdoor entro le pareti di casa, che colma il gap tra la dimensione dell'esposizione al quotidiano e quella più riservata, intima della familiarità. Che unisce relax e sonno, svago e necessità, fantasia e tecnologia.

## Le cinque punte di diamante.

Come ha fatto **Tolò** (Vittorio Prato), audace precursore dei tempi: ancora anni dopo la sua creazione un'analogia ispirazione si esprime anche nel fashion design, confermandolo come una super-icona di riferimento per tutti, costantemente attuale e irraggiungibile nel suo ambito.

E, infine, due *freedom icons* come **Birdland** e **So** (Noctis design). Noctis con questi due modelli attua un'operazione incredibilmente coraggiosa: lascia una libertà pressoché totale nella customizzazione, realizzando una innovazione così radicale e inedita da lasciare spiazzati. Si tratta di un progetto complesso, che parte da uno studio accurato e paziente dei materiali, delle componenti e delle cromaticità. Con Birdland si possono creare o disfare simmetrie, spostare elementi e continuare a creare un letto diverso, per arrivare al common ground che lo lega a So in questa duttilità, ossia i colori: una pletora di combinazioni che permettono di restare con una stessa tipologia di tessuto e cambiare ogni volta. **So Pop** è così coerente con il suo modello culturale di riferimento da essere un autentico Superman dei letti: l'outfit sempre diverso, coloratissimo e mai banale, veste quotidianamente l'anima indistruttibile di un telaio d'acciaio. Il risultato è che qualunque combinazione degli elementi che Noctis ha selezionato e proposto per questi letti sarà sempre una proposta equilibrata e risponderà sempre all'animo di chi li sceglie. Non c'è possibilità di sbaglio. Sono modelli con cui Noctis si mette letteralmente in gioco, creando un dialogo costruttivo con il proprio cliente, il quale diventa quasi co-designer vista la gamma di features che può variare.

**Solamente una realtà come Noctis, con una storia e dotata di grandissima sicurezza e confidenza in ciò che fa e che propone, può permettersi di osare tanto.**

## Noctis' five bright stars.

Style icons that constantly reset the innovation standards of industrial design. Noctis has dismantled the usual lines and schemes, renegotiating the position of the elements. Like jewels set on top of Noctis catalogue, these models clearly show how balance can be expressed even by bringing each element to the limit. Static symmetries are torn apart by the natural vitality of the golden ratio, that here recurs as tangible as ever. Changing the order of the elements, materials and functions, giving them a new place comes to be even a fun practice.

Beds like **Stones** (designed by Studio V7) and **Marvin** (Studio Carlesi) have a purely emotional appeal. A real cult object, Stones recalls a sculptural accuracy, smoothed by its asymmetry and cozy shapes. It resembles strength and levity at the same time. Stones, like river stones almost softened by the running water that also changes their colours.

Marvin brings the glance at cloud nine. Every look turns in a different shape definition. Lycra is quite an uncommon fabric even for upholstered beds, and the crossing threads show how the craftsmen talent is here natured by the designer, blending classic style and contemporary attitude to create a bed that perfectly suits both traditional and sophisticated locations. Each of these beds is an outstanding example of how Industrial Design can unveil the unexpected. They do even bring the outdoor elements indoor, filling the gap between the daily public exposure and private and familiar dimension. They match relaxation and sleep, fun and necessity, fantasy and technology.

**Tolò** (designed by Vittorio Prato) has been a daring pioneer in this direction: many years have passed now since it was designed, but still its concept is to be considered innovative and still years later it inspires new patterns even for fashion. A real super-icon, timeless and one of a kind in bed industry.

The freedom icons come to be **Birdland** and **So** (both Noctis design). These two beds are both a challenge and put themselves on the line by allowing customization standards never seen before: such a surprising radical innovation is the outcome of a very accurate study of basic materials, colours and shapes. Birdland introduces to a dynamic concept of symmetry: cushions and elements can be shifted to create a new layout every time, and the colour variety creates the ideal connection with So, as the multitude of chromatic combinations (of the same fabric) can result into a totally different bed. **So Pop** really embodies its cultural Pop pattern: it is the bed Superman. A lively, always changing outfit protects the indestructible steel core of its frame. Noctis always selects and suggests the right elements to create a well balanced combination for its beds, perfectly matching the customer's personality. There is no chance for mistakes. These beds are real icons that set the communication pattern between Noctis and its customers, as the latter become close to the role of co-designers, given the range of features they can choose.

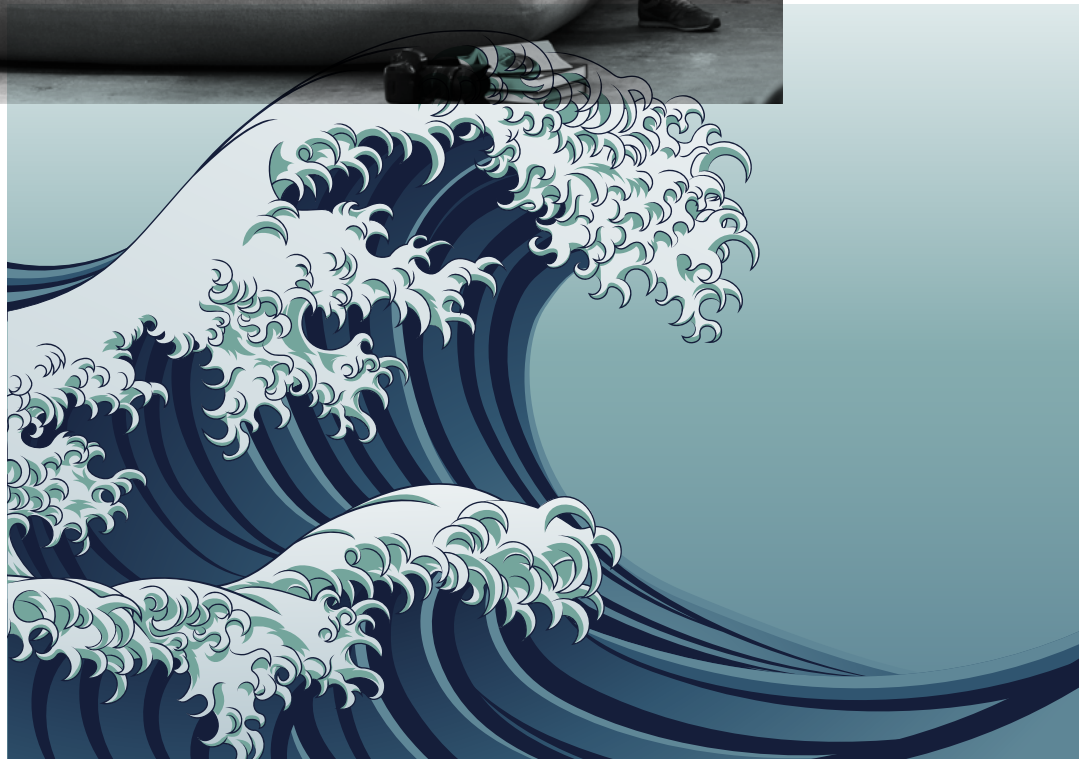
**Only an extremely self-confident company, relying upon a solid background and great collaborations can take up such a challenge.**

# Stone



Stone 160  
design Studio V7

Modello registrato  
Registered design



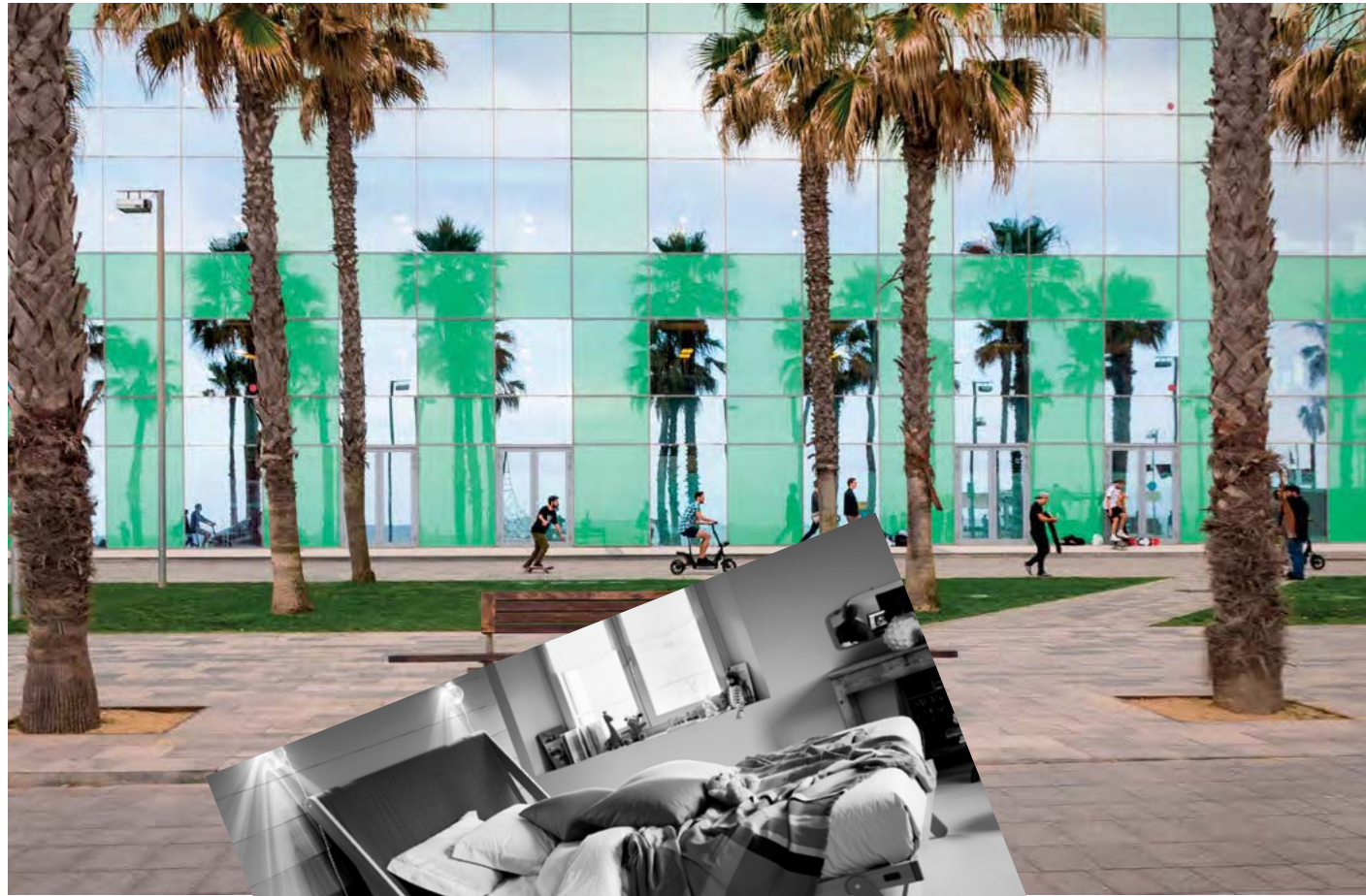
# Marvin



Marvin 160  
design Carlesi design  
con / with  
Silvia Giannesi

Modello registrato  
Registered design

# Tolò

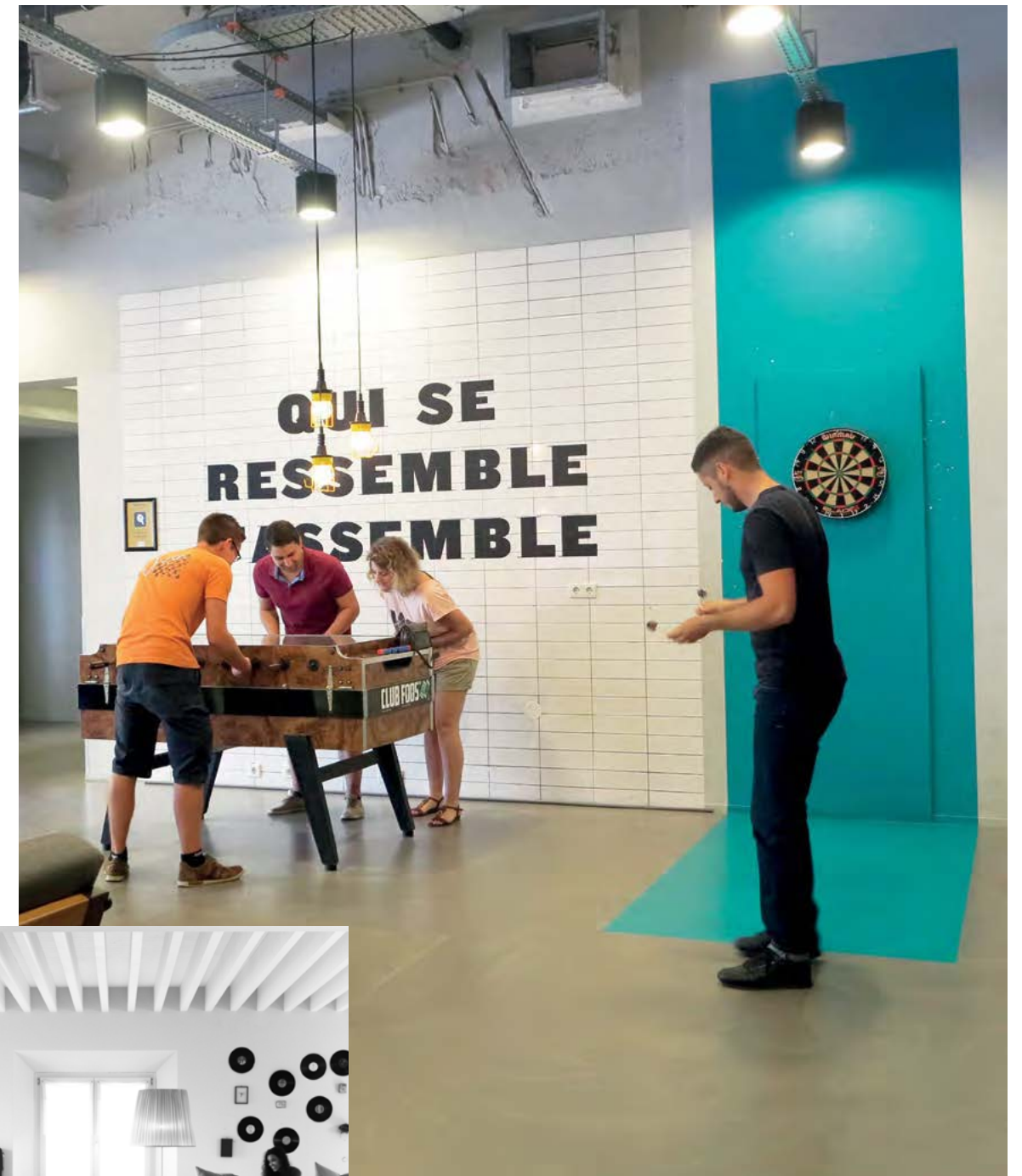


**Tolò High 160**  
design Vittorio Prato

Modello registrato  
Registered design

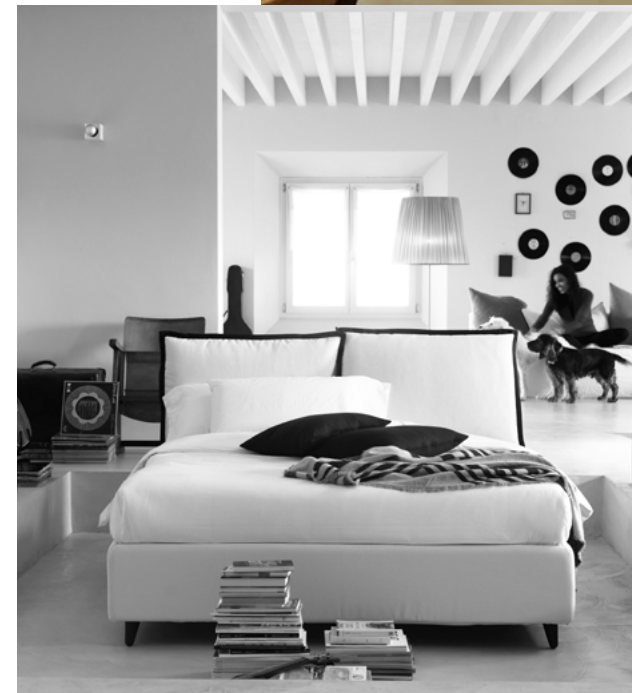


# So



**So 160**  
design Caterina Priori,  
Mattia Priori

Modello registrato  
Registered design





# Birdland



**Birdland 160**  
design Carlesi design  
con / with  
Silvia Giannesi

Modello registrato  
Registered design



## Il futuro è d'obbligo il Folding Box

### W la Rivoluzione!

È il motto di Noctis. Dopo aver innescato il cambiamento nel modo di concepire il letto tessile, l'azienda continua a perseguire l'obiettivo di elevare sempre di più il livello del cambiamento più significativo: quello della motivazione della scelta da parte del cliente. Pur essendosi già affermata come leader nel mondo del letto tessile, Noctis mantiene costantemente una prospettiva assai vigile su tutte quelle che sono o che saranno le istanze dei clienti. Il futuro è d'obbligo.

Una delle caratteristiche essenziali di Noctis è di aver sempre anticipato le mutazioni di direzione e di gusto, le necessità e i desideri. Anche Folding Box® è figlio di questa filosofia. Fin dal suo esordio questo sistema ha avuto un impatto eclatante, segnando uno spartiacque sul modo di pensare al letto contenitore: oggi non è più immaginabile acquistare un letto privo di questo sistema.

La chiave sta nella razionalità lineare di ciò che ha fatto nascere l'idea, ossia come si potesse arrivare a pulire facilmente la superficie sotto il letto, senza spostarlo. La risposta, come in un paradosso occamiano, è stata semplice: togliendo il fondo del letto stesso. La genialità dell'intervento sta tutta nella modalità. E, come sempre, è una questione di stile.

Ecco, quindi, che il fondo del box diventa folding quando, azionando una fetuccia, si apre e raccoglie in fondo alla pediera grazie al sistema modulare da cui è composto, rendendo accessibile il pavimento. Uno dei paradigmi più comuni dell'arte contemporanea vuole che davanti ad alcune opere si esclami "Lo potevo fare anch'io!", ma la creatività dell'artista sta proprio nell'averlo pensato-e-fatto per primo. È questo il motivo per cui Folding Box® rappresenta un'autentica opera d'arte nella contemporaneità del letto tessile. Ed è anche questo il significato del brevetto, cui il reparto R&D di Noctis continua ad aggiungere nuove features come il sistema di apertura Automatic (che rende il tutto ancora più "da sogno"), e solo il futuro ci rivelerà ciò che Noctis sta già preparando.

## Future is a must The Folding Box

### Up with revolution!

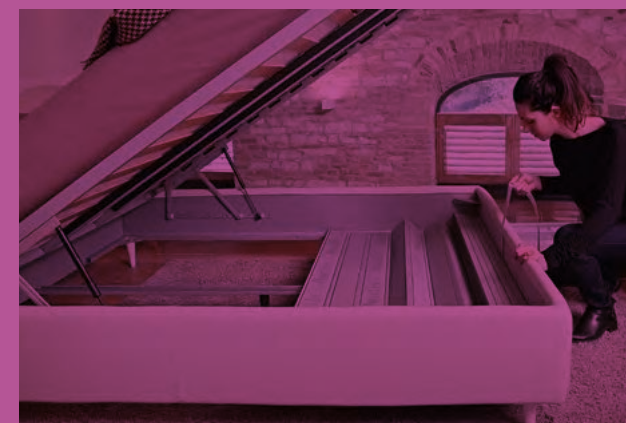
It is Noctis' saying. After triggering a significant change about the concept of upholstered bed, the company raises the bar and aims to an even more revolutionary goal: pulling the levers of the customer choices. Although already being a leading company in the upholstered bed industry, Noctis is always very attentive to the actual or possible issues of the market.

One of Noctis' main and most successful distinctive traits is the ability to anticipate changes of directions of taste, trends and needs. Always setting the glance ahead means to live the future. And future is a must.

Folding Box® is a son of this parental philosophy. Since its debut, this system showed its shocking effect by revolutionizing the concept of the storage bed: nowadays such a sort of bed without this system is hardly conceivable.

The keynote of this creation lays in its rational source, the issue it came from: how is it possible to easily clean the floor under the bed without moving the whole bed? The answer was as linear as it could be: by taking away only the bottom of the bed itself. And only when needed.

The ingeniousness is clear when it comes to the way it becomes possible: the bottom of the bed is made of modular elements, folding at the footboard by pulling a string, thus allowing to reach the floor. One of the most common clichés about contemporary art is the say "I could have done it as well!", but the real artist is the one who thinks-and-does it first. This is why we can say Folding Box® is a real artwork for the contemporary upholstered storage bed. A patent to which the Noctis R&D department constantly adds new specs and features, such as the Automatic opening system and many more, for a future that Noctis is already preparing.



**5.**  
**FUTURO**  
**PRESENTE**

---

**PRESENT**  
**FUTURE**



C'è un'espressione tutta italiana per esprimere l'alto livello qualitativo di un prodotto, di un manufatto: a regola d'arte. Paradossalmente in inglese, la lingua commerciale per convenzione, l'equivalente espressivo non risponde pienamente al senso: viene tradotta con "up to standard", il che richiama a qualcosa che rientra nella prospettiva, ciò che ci si aspetta.

La differenza sta nell'aver preso in considerazione oggetti necessari, averli realizzati con le caratteristiche necessarie e aver aggiunto un qualcosa che per chi vive in mezzo alla bellezza è altrettanto necessario, ma per chi guarda "da fuori" ha ancora oggi il carattere dello straordinario. E lo è. Al contempo, l'Arte nasce sempre da un'urgenza espressiva, per comunicare in un ordine rivoluzionario e totalmente diretto ed emozionale che si manifesta in eventi materici o vibrazionali, andando a intercettare il pensiero, rievocando il sogno altrui. Tutto ciò, oggi come mai prima, coinvolge anche la sfera del quotidiano, in un fluire continuo di suoni, immagini e gesti: ci è così familiare da trasformarsi in arte senza che vi sia necessità di spiegazione, diventando parte integrante della nostra vita. Dalla solennità classica alle irriverenze Pop, dalla crescita alla maturità, alle nuove generazioni.

"Up to standard" is an expression suggesting the high quality level of a product. In Italy the same concept is expressed in a way that has no perfect meaning match in any other language: it involves the term "art", sounding more like "made according the art standards", where art standards can be held as a paradox, since the essence of an artwork is to be mostly unexpected.

This marks a difference between a pragmatic language and another one that is born under the banner of creativity. That same creativity allows taking in consideration some specific necessary objects, recreating them and adding that special touch that can only come from the soul of who lives among beauty. This is what living in Italy means: beauty and harmony are a true need like oxygen, although for the outsiders it may seem something extraordinary. Yet it is. On the other hand, Art itself is born by a communicative call, to express concepts and feelings in an innovative and revolutionary way, resulting in material or vibrational outcomes that meet the thoughts and awake people's dreams. Today more than ever this communication permeates life, with a constant flood of sounds, images and gestures: it is so natural and familiar to become art itself, with no need for explanation, enduring through time and generations.

IL FUTURO  
APPARTIENE  
A COLORO  
CHE CREDONO  
ALLA BELLEZZA  
DEI PROPRI SOGNI.

---

FUTURE BELONGS  
TO THOSE  
WHO BELIEVE  
IN THE BEAUTY  
OF THEIR DREAMS.

**Le voci di Caterina e Mattia Priori.**  
Una casa con le pareti di cristallo.  
È questa la visione che può accompagnare chi cammina  
nei corridoi-non-corridoi degli uffici Noctis.  
**Caterina and Mattia Priori's voices.**  
A house with crystal walls.  
This is the vision that may occur while walking  
in the non-corridors of Noctis' headquarters.



Intervista/Interview  
con/with  
Mattia Priori  
e/and Caterina Priori



*Si entra in mondo in cui tutti possono vedere tutti e ciascuno ha il massimo rispetto per la privacy altrui. Un'altra esplicitazione della filosofia di questa azienda riguardo alla persona: tutto è limpido, chiaro, aperto come i volti di Caterina e Mattia Priori, che incontriamo proprio qui. Figli di Piero Priori, sono loro la prossima generazione di Noctis. Non è scontato che i figli seguano le orme dei genitori, specialmente quando si tratta di personaggi così carismatici e decisionisti, ma anche in questo l'importanza del saper scegliere il momento e le persone ha avuto il suo peso.*

**Ci raccontate com'è andata?**

**Caterina**

In realtà mi sembra di esserci da sempre, perché sia io che mio fratello Mattia siamo cresciuti letteralmente in azienda accanto a mio padre, ma operativamente ho cominciato intorno al 2007. Studiavo Scenografia all'Accademia di Belle Arti a Roma quando in azienda decisero di partire un nuovo catalogo. Mio padre voleva assolutamente che facessi parte di questo progetto e a me la cosa entusiasmava molto, perché si trattava di scegliere nuovi tessuti, nuovi prodotti, seguire i set fotografici: era tutto molto inerente allo studio che stavo conducendo e mi sembrava di essere proprio in un laboratorio di scenografia.

*It is a transparent world where everyone can see each other, although in the total respect of everyone's privacy. It is again the expression of how this company feels about its relationship with people: everything is transparent, clear, honest like Mattia and Caterina Priori, who have their offices right in the heart of this place. Being Piero Priori's children, they are the next Noctis generation. It's not to be given for granted that youngsters will follow their parents' pattern, and with such a charismatic personality Piero has always been aware about it. But he's also been special at calling the right persons at the right time, and in the right ways.*

**Can you tell us how it all started for you?**

**Caterina**

As a matter of fact I think I've been here ever since. Both my brother Mattia and I literally grew up side by side to our father, but I actually started working in Noctis in 2007. I was studying Scenic Design at the Fine Arts Academy in Rome when our company started planning the issue of a new catalogue. My father wanted my contribution to this work and I was so enthusiastic about it, also because it meant selecting new materials, fabrics, products and attending the shooting sessions: it seemed to me quite fitting my studies as well, as it looked like a scenography set.

Mi sono trovata ad occuparmi della comunicazione direttamente sul prodotto, quasi in corsa, confrontandomi con informazioni di livello tecnico anche molto avanzato, e dovendo elaborare in maniera completa uno strumento molto importante per l'azienda. Mi ci immerse con entusiasmo e così ho iniziato, giorno dopo giorno, fino alla scelta di tornare a Pergola per seguire in maniera permanente la comunicazione dell'azienda.



This is how I started taking care of the company communication, on the run, always dealing with new technical information and with the specific task of working out what had to be a very important tool for the future of the company. I was more and more involved in it and in the end it felt uncomfortable for me to stay away from here, so I returned to Pergola to permanently care this branch of the company.



#### Mattia, invece...

Ho iniziato a lavorare in azienda nel 2001. Ho esordito mettendo a punto nel 2001 tutto il sistema per la certificazione di qualità dell'azienda, fino alla certificazione ISO 9001-2000, che abbiamo ottenuto nel 2002. È stata un'opportunità unica per mettermi alla prova e per conoscere al meglio ogni singolo passaggio all'interno dell'azienda: dovendo riorganizzare tutto, dall'amministrazione all'operatività dei laboratori, ai rapporti tra gli uffici e di feedback dei clienti, abbiamo praticamente creato il nostro modello operativo. Fino al 2009, sono stato anche a capo della Winch, che era una delle prime quattro aziende italiane a fornire tappezzeria per la nautica, un settore che qui nelle Marche trovava in quegli anni un grande riscontro con alcuni dei cantieri più importanti. Agli albori della crisi generale che ha visto poi il collasso del comparto nautico, per non restarne coinvolti, nel 2009 abbiamo deciso di chiudere e siamo così riusciti a preservare i posti di lavoro, riassorbendo il personale in Noctis. A questo proposito ci tengo molto a dire una cosa: le considerazioni che facciamo tengono sempre conto del personale. Si trattava comunque di un'azienda che faceva circa 5 milioni di fatturato annuo.

#### While Mattia...

My debut has been in 2001, attending the quality management system certification, which led us to achieve the ISO 9001 – 2000 Certification in 2002. It has been a unique opportunity for me to deepen my knowledge of each single department and production phase: everything had to be recorded, from the administrative files up to the production lines, from the connection between the departments up to the customer care service. This is how we re-set our operational standards. Between 2002 and 2003 my father challenged me with another company he had just created: Winch. It was one of the main Italian producers of nautical upholstery, and by that time it was providing some of the most well known shipyards. As in 2009 a recession in shipbuilding was clearly announced, we decided to close that company before many other competitors, reabsorbing the workers in Noctis. I want to point out that we always take decisions respecting our employees, and we decided to stop while Winch was still a healthy company having a yearly turnover of about 5-million Euros, still one of the main companies in Italy for that sector.



**Dynamism.**





**Il vostro arrivo in Noctis è coinciso con un periodo storico di grandi cambiamenti: dal punto di vista delle tecnologie e della comunicazione. Come avete impostato il vostro modus operandi?**

Il cambiamento del mondo della comunicazione che si è avuto negli ultimi dieci anni l'ho vissuto in pieno. – riflette Caterina. Sono stati anni in cui si è trasformato radicalmente il modo di comunicare l'azienda e così pure si sono evoluti, sia esteticamente che tecnicamente, anche i prodotti. Credo che la mia età mi abbia avvantaggiata nell'affrontare questa sfida comunicativa perché, ad esempio, web e social network per me erano già una presenza naturale e, di fatto, insieme a Mattia abbiamo aiutato anche nostro padre Piero a comprenderne la logica e l'importanza, ad accettarli come elemento fondamentale della nostra comunicazione aziendale. Per quel che riguarda la comunicazione, riconosco un'importanza dei social per la rapidità che consentono, e sono uno strumento preziosissimo. Siamo però ben consapevoli del fatto che questi possano funzionare solo se affiancati a una comunicazione istituzionale più 'tradizionale' molto ben strutturata. Ci teniamo ad essere presenti sui magazine di settore, ma anche in questo siamo sempre stati piuttosto selettivi: cerchiamo sempre di apparire su testate che ci rispecchiano, con un'immagine molto fresca che riflette lo spirito Noctis. Questo vale anche per la forma che scegliamo per le campagne pubblicitarie: basta pensare ai filmati che abbiamo realizzato...

**I filmati a cui si riferisce Caterina sono una serie di clip pubblicitarie ironiche e surreali girate nel 2013 per promuovere la collezione Noctis - The originals. Ce ne parla Mattia.**

L'attore protagonista, Niba, l'avevo conosciuto per via della mia passione per la musica (avevamo girato insieme il video della mia band storica). Abbiamo realizzato quei video quando avevamo deciso di far uscire il brand Noctis in maniera forte e non convenzionale. Esatto – gli fa eco Caterina. A un certo punto, nel 2012 nostro padre ha deciso di aprire la strada al mondo del retail.

**Your debut in Noctis corresponded with a time of historical changes: a revolution for technologies and communication behaviours. How did you set your operative patterns?**

These past years have seen a stunning revolution in this sense, and I lived it through – says Caterina. We totally changed the way of introducing our company into the market, but it all went along with a great change of our production: we now had new products, even aesthetically and technologically more complex. There's no doubt that my age helped me in this challenge: I was already familiar with the Web and social networks; moreover, both Mattia and I supported our father Piero in understanding their potential for our company and accepting them as a new fundamental tool for our communication strategies. Social networks rely upon a constant connection, fast feedbacks and a continuous updating, and this is an unprecedented opportunity we took to keep in touch with our customers and dealers. Nonetheless we are aware that the social activity must be supported by a well planned traditional strategy. We always try to select those specialized magazines that match our style and beliefs, the best media for our message. This is also what we do for our commercials: have you seen the clips we made?

**The clips Caterina is talking about are a funny, ironic and dreamlike short video series produced by Mattia in 2013 to launch their "Noctis - The Originals" collection.**

I met Niba – the actor playing the main role – due to my passion for music, as together we shot a video for my band. We decided to create something totally new for the launch of the Noctis brand on the retail market: it had to be unconventional and dazzling. Precisely! – Caterina again – until 2012 the company had been working only for the large scale market, but that year our father decided to take the challenge of the retail market with our brand:





Sino ad allora avevamo prodotto per clienti della grande distribuzione. Sempre nomi importanti, come Steinhoff, Mondo Convenienza, Natuzzi ed altri, ma adesso c'era la voglia di far conoscere Noctis davvero in un modo diverso. Per fare questo, anche supportati da Studio Roscio di Milano con cui già collaboravamo, abbiamo creato tutta una serie di eventi che, nel corso del tempo, sono iniziati con le partecipazioni al Salone del Mobile e si sono poi evoluti in qualcosa di diverso, fino a giungere a quanto abbiamo organizzato nel 2016 portando in tour un intero showroom Noctis in sei città d'Italia, dal Nord al Sud: abbiamo toccato Milano, Modena, Roma, Napoli, Bari e Palermo. L'apertura al retail – aggiunge ancora Mattia – è stato un passo di un'importanza sconvolgente. Ha comportato una trasformazione per tutti noi. Quello che è rimasto invariato sin dall'inizio è l'attitudine innovativa che è propria direi del carattere della nostra azienda. Proprio questa attitudine è ciò a cui rimanere fedeli. Un mantra di mio padre dice che le persone non cambiano, ma la mia frase totem riguarda proprio il cambiamento: dice che per andare avanti occorre non avere timore di perdere l'equilibrio nel cambiamento. La applico a me e mi piacerebbe riuscire a infonderlo in tutto quello che faccio anche in Noctis. Penso davvero che se un'azienda cresce continuamente e non ha anche nello stesso tempo la forza, il coraggio di cambiare e adeguarsi, finisce con il trovarsi in un abito stretto e demodé. La tentazione di restare nella comfort zone dà sicuramente una sensazione di sicurezza e garanzia di risultati. Però il mondo cambia, quindi anche quella deve per forza cambiare la propria forma, i confini, ma l'importante è preservare il cuore originario: l'ispirazione iniziale.

we had been working for Steinhoff International, Mondo Convenienza, Natuzzi... now it was time to let people know who Noctis was. Studio Roscio, from Milan, have been our communication consultants ever since and supported us along this road that starting from the Salone Internazionale del Mobile (the main Italian furniture exhibition held every year in Milan) led us to the tour we did in 2016, when we moved a whole Noctis showroom across Italy touching Milan, Modena, Rome, Naples, Bari and Palermo. Stepping into the retail market with our brand implied a dramatic change. It was a real makeover for all of us. The only thing that remained unchanged since the very beginning is our innovation attitude: it still represents one of Noctis' keynotes that we want to preserve and keep alive. My father always says that people do not change, but my mantra is about change: to proceed you must not be afraid to lose your balance while changing. I keep it for myself, but I also try to apply it to whatever I do, including my job in Noctis. If a company expands without changing at the same time, it will end up like someone dressed in an undersized old-fashioned suit. The world changes, so we must constantly re-negotiate the limits and the shape of our comfort zone, always preserving the core: the original inspiration.





**Innovare.**



**E la tua ispirazione iniziale qual è stata, e a cosa ti ha condotto?**

Ho una vocazione per la novità. La mia ispirazione è più una aspirazione. Mi piace tradurre le idee in atti concreti, un po' come un ingegnere che vuole dare concretezza e stabilità al progetto sulla carta: c'è tantissimo lavoro, valutazioni, calcoli, bisogna conoscere a fondo ogni sfumatura della produzione e di ciò che si propone al cliente. È stato così che sono riuscito a curare la riorganizzazione dei reparti, contestualmente al trasloco dello stabilimento in questa sede, ossia il ricongiungimento di tutta la divisione produttiva nell'unica sede centrale che poi è questa dove siamo ora. È stato molto impegnativo, perché si è trattato di rimettere tutto in discussione: dalla produzione fino ai listini, che ora sono diventati dei volumi completi.

**What is your original inspiration, and where would you like it to bring you?**

I have a natural attitude for new enterprises. More than an inspiration I'd call it an aspiration, I like growth. Transforming ideas and concepts in real things is where I give my best, like an engineer that adds stability and practicability to a plan: it takes a lot of work, estimates, a deep knowledge of every single step and of the whole production system you are selling. This is how I planned and carried on the complete re-organisation of our company departments, including the removal to our brand new factory – where we are now – where we eventually gathered all the production and business departments. It has been a long and demanding job, as everything had to be debated under new perspectives: from the production line up to catalogues and pricelists.



Siamo passati dall'essere un'azienda che faceva pochi prodotti in grande tiratura, diciamo, 10.000 pezzi l'uno, ad un catalogo che offriva un numero di varianti per colori, misure, tessuti che fino ad ora era impensabile. Si è trattato di rivoluzionare l'organizzazione dell'azienda per arrivare a produrre un numero di combinazioni di letti che si aggira oggi sulle 800 e passa: sicuramente un bel impegno, ma ora che questa transizione è consolidata, fedele alla mia passione per il nuovo, mi sto concentrando sul rapporto con i mercati esteri: anche qui ho costruito un team, con il quale abbiamo studiato come proporre fuori la medesima garanzia di efficienza con cui affianchiamo i nostri clienti qui in Italia.

We were a company making mass production of a few models (say 10.000 pieces each), and all of a sudden we were producing a whole catalogue with an incredible selection of models and features for about 800 matching possibilities now. Today this transition has been completed and, as I'm fond of new things, I'm focusing on the foreign markets. I created a team to work upon the current challenge on that side: how we can support the foreign market with the same care we provide our Italian customers. Noctis is really a winner when it comes to satisfy the customer requests in a short time. Each product we sell is not just a picture we show on the catalogue: it comes to be a tailor made bed, completely customized.

La carta vincente di Noctis è la capacità di comprendere e assecondare i desideri dei clienti e le richieste, e di farlo in tempi relativamente brevi. Con l'estero tutto questo è più complesso. Per capirci: noi non andiamo in giro solo con un catalogo, a vendere solo l'oggetto che c'è in una foto. Proponiamo un letto sartoriale, siamo arrivati ad adattare intere linee di produzione per soddisfare richieste specifiche dei clienti, e l'abbiamo fatto con entusiasmo e grande piacere, perché i risultati ci hanno premiati. Quello che voglio fare io, oggi e in futuro, è trasmettere questo dinamismo anche nei rapporti con i clienti esteri.

**E ci mettete proprio tanto di vostro, di assolutamente personale nel lavoro che fate qui in Noctis...**

Questo è il modo di vivere e lavorare che mi entusiasma e mi dà ogni volta un nuovo obiettivo e un nuovo modo di vedere le cose. Non riesco mai a stare fermo – ammette, ridendo, Mattia – e amo le contaminazioni: una piacevole mania che mi ha portato anche a creare un piccolo, ma neanche tanto, festival di animazione che si chiama Animavi e che si svolge proprio a Pergola del mese di luglio. Sono riuscito a coinvolgere personaggi come Emil Kusturica e Ascanio Celestini, insieme a Simone Massi che lo dirige ed è un mio caro amico. Sono il primo a mettermi in gioco e in discussione su tutto, e mi piace che anche gli altri lo facciano: solo così si crea qualcosa di nuovo.



This is what has made Noctis a great company. My goal now and for the future is to convey all this energy also to our foreign customers.

**Everything you do, also here in Noctis, is always something personal...**

This is how I live and how I work – says Mattia – it gives me new goals, enthusiasm and sets new perspectives. I just can't stand still and am constantly searching for contaminations. This attitude recently led me to create an international poetic animation film festival together with my friend Simone Massi, where we also had famous guests like Emil Kusturica and many others. I put my ideas on the table to be discussed and I like it when others do the same: it's the only way to create something new.





Tailor made.



Interviene Caterina. Sì! Mattia è l'eclettico di famiglia! Insieme a Piero cura anche il design di alcuni modelli: pensate che il modello Capri, che ad oggi è ancora il letto tessile più venduto in assoluto, l'ha disegnato proprio lui! Insieme completiamo davvero il quadro, se ci pensi – aggiunge Mattia-. Caterina ha una sensibilità e una classe innate che davvero ci distinguono: ha portato tutto il suo gusto e la passione per i colori. Credo che da Piero abbia preso la passione per lo stile e lo stia evolvendo. Per quel che mi riguarda – conclude Caterina – sicuramente mi sento coinvolta a tutto tondo, e lo dico pensando anche alla mia maternità: diventare genitore mi ha aiutata anche a comprendere meglio alcune scelte fatte da mio padre sia in passato che oggi. Ho capito meglio da dove ha tratto molte idee: per esempio, rifacendo i letti, in maniera molto semplice e banale, se vogliamo, mi sono resa conto della comodità di certe soluzioni da lui, e sottolineo da lui, volute. In questo senso mi piacerebbe molto seguire la sua strada, saper essere innovativa come lo è lui.

Yes – Says Caterina – he's the versatile one! He has also designed many bed models, together with Piero: Mattia even designed the Capri bed, still one of the best sellers ever. We really make a picture together – comes up Mattia – Caterina has a natural sensibility and class that do really make a difference for all of us, for the company: she shared her passion for elegance and colours. I think she took Piero's passion for style and is further developing it. I feel very engaged too – she says. Every experience, for how personal it may be, comes to touch my professional life as well: as I became a mother, for example, I could also better understand some of the choices my father had made over the past years, and where he got some of his brilliant ideas. I get hints even making the beds at home every day, as I realize how smart he has been in developing his projects. Maybe this is why my goal is to set my feet on his steps and become as smart and innovative as he is.



## **History.**



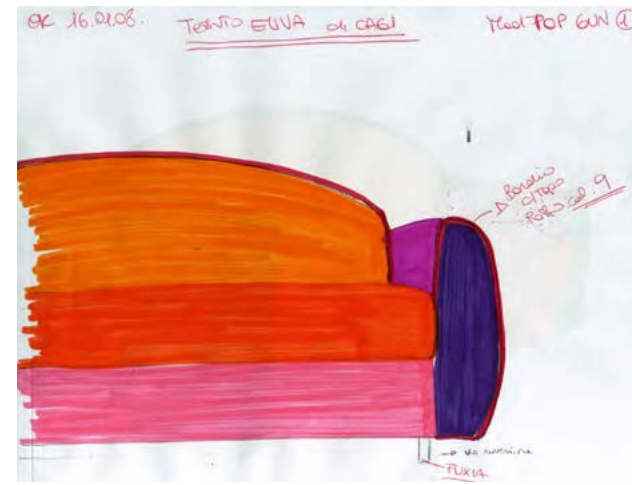
1991 —



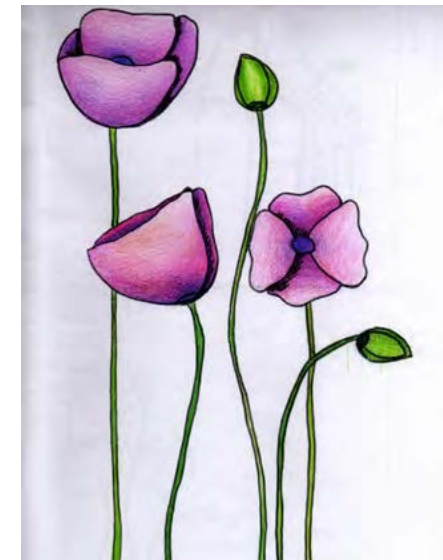
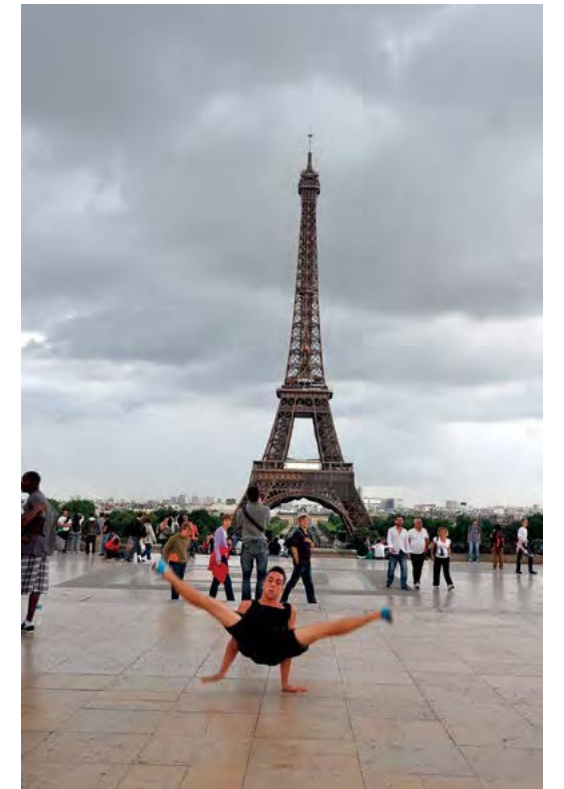
1995 —

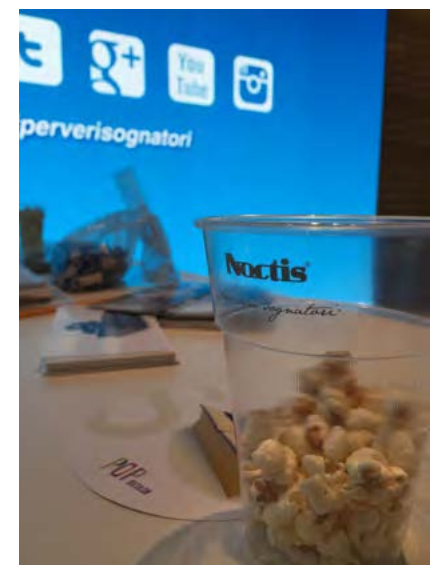
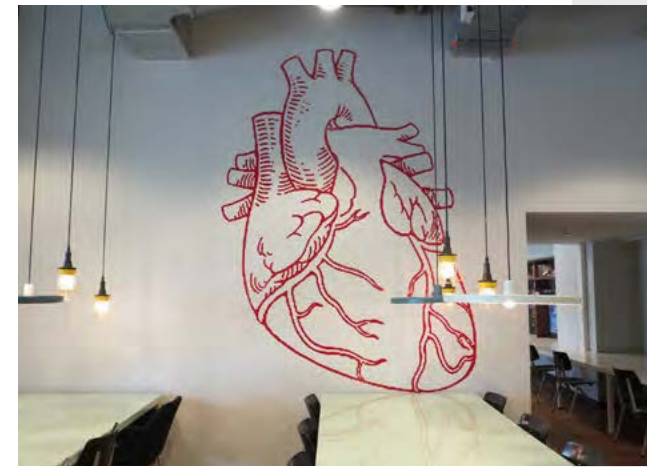


2008  
2009



2011

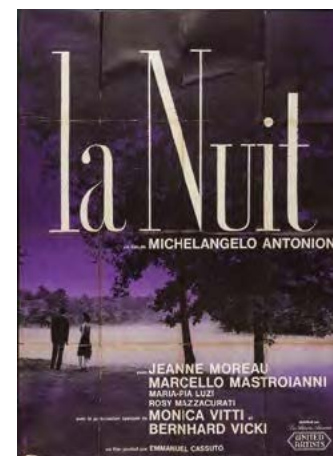








2013

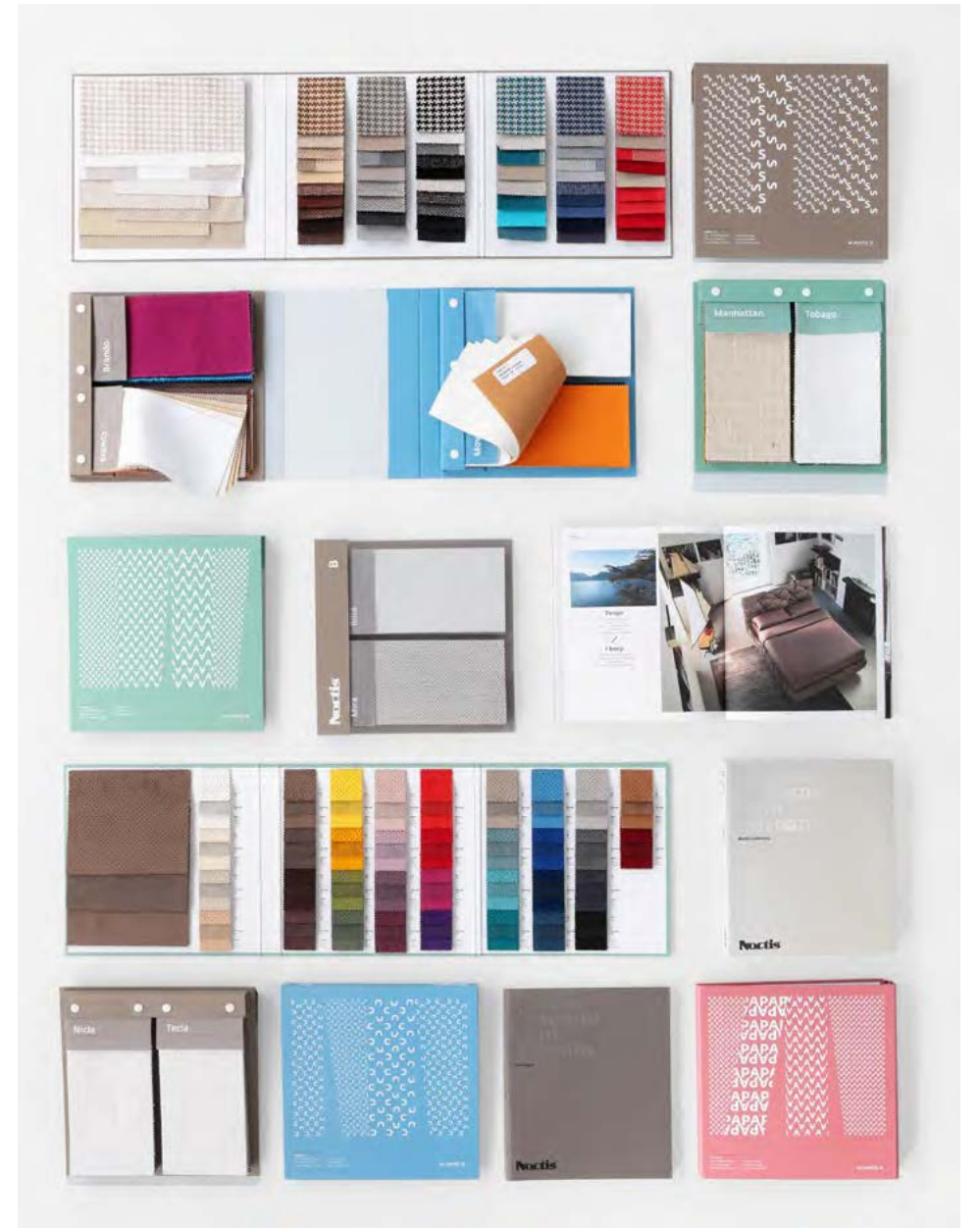


2016  
2017





2016  
2017



**La storia continua...**  
The story continues...

## aVOID. La micro-casa da vivere in libertà

**È nel DNA di Noctis il sostegno a ipotesi di futuro che provengono da menti creative capaci di trovare formule abitative efficaci per le esigenze di un mondo che cambia ad alta velocità. Specialmente se la scintilla scaturisce da progettisti giovani che guardano a problemi e soluzioni in piena sintonia con la filosofia Noctis.**

Il recente progetto della Tiny House aVOID dell'architetto e ingegnere Leonardo Di Chiara risponde infatti a quella ricerca del nuovo non gratuito ma strettamente connesso alla qualità – e soprattutto disponibile ad una platea allargata di consumatori – che in sintesi racchiude tutto il sogno di Noctis.

Questo sogno raccoglie l'aspirazione dei grandi innovatori del Bauhaus – la celebre scuola di architettura arte e design che operò negli anni Trenta dal secolo scorso – che teorizzavano la stretta unione di forma e funzione, arte e artigianato in nuove creazioni progettate non per una stretta élite, ma per tutti. Come è noto, il nuovo design nasceva soprattutto democratico. E tra le caratteristiche della micro-casa, quella di essere realizzabile a costi contenuti (ulteriormente diminuiti per la possibilità di costruirla da sé), non è tra quelle di minore importanza. La Tiny House aVOID è realizzata interamente in legno, con il telaio ancorato a un rimorchio in acciaio dotato di quattro ruote che ne permette la mobilità.

È un ambiente di piccole dimensioni che azionando diversi dispositivi si trasforma negli spazi specializzati delle varie funzioni domestiche: la cucina, il soggiorno, la camera da letto, arredati con prodotti delle migliori aziende italiane di design.

Ça va sans dire che la camera da letto è dotata di un letto verticale singolo trasformabile Noctis, appositamente progettato per essere alloggiato in uno spazio chiuso, da cui estrarlo al momento dell'uso. Il tetto della camera ospita pannelli vetrati che permettono alla luce del sole di illuminare il vano di giorno e, la notte, di guardare le stelle, sdraiati con tutti i comfort, nel calore e nella protezione della casa in miniatura.

La trasportabilità permette di portare la Tiny House in ogni parte del mondo, perfetta per i giovani e per chi vive di un lavoro indipendente e creativo, ma anche utile unità abitativa in momenti di emergenza. Il primo viaggio di aVOID è stato Pesaro-Berlino dove il prototipo è stato selezionato per partecipare alla mostra Bauhaus-Archive/Museum of Design del 2017.

Noctis ha dunque aderito e partecipato ancora una volta a una iniziativa che ha sentito propria, coerente con la propria visione di design dove la bellezza nasce dal valore del progetto e la finalità è proporre ai consumatori il bello “fatto bene”, con la passione per quella perfezione che i Maestri del Bauhaus concepivano come binomio virtuoso tra creatività artistica e cura artigiana del prodotto.

## aVOID. A micro-home for great freedom

**Noctis is always keen on supporting those creative minds who are capable to find smart and innovative house solutions to fit a world that changes so fast. Even more, when it comes to encouraging young designers who are synchronized with Noctis' philosophy.**

This recently occurred when this company met Leonardo Di Chiara, an architect and engineer who is constantly searching for new meanings of functional solutions, connected to quality and available for a broad audience (i.e. also affordable). Read: Noctis' dream. It draws its inspiration straight from the Bauhaus innovative ideas: that great art, architecture and design school that ruled over the Thirties of the Nineteenth century. They theorized the strong bond of shape and function, of art and craftwork, that had to result in new creations suitable for everyone, and not for just a small élite. Concerning this point, affordability becomes one of the major advantages to help the success of this project: it goes even far beyond, being it also available in kit, to be self-assembled.

aVOID Tiny House is entirely made of wood and its frame is anchored to a steel trailer with four wheels that allows the house removal. It is a tiny space that transforms in all the many different rooms of an ordinary house just by activating specific triggers: kitchen, living room, bedroom... each one being furnished by the top Italian design brands.

Immagini della Tiny House progettata nell'ambito dell'iniziativa di progettazione promossa dalla Tinyhouse University di Berlino per promuovere potenzialità offerte dalla tipologia abitativa mobile quali la temporaneità, l'auto-costruzione, la sostenibilità economica e ambientale.

The aVOID Tiny House, designed and produced within the initiative organized by the Tinyhouse University of Berlin in order to promote the features of mobile living solutions, such as temporariness, self-assembling possibility, financial and environmental sustainability.

No need to say, the bedroom provides a Noctis vertical convertible single bed, created on purpose, to be hidden or extracted when needed. Glass panels are the roof of this house, allowing daylight to come in and stargazing at nighttime, always protected and cuddled by the comfort of this real home.

Its characteristics allow it to be transported and placed anywhere in the world, the perfect feature for young people and for anyone who has an independent and creative life style, or, again, a perfect tool to face a housing emergency situation. The first trip of aVOID has been from Pesaro to Berlin, where the prototype had been selected for the 2017 Bauhaus-Archive/Museum of Design exhibition. Once more, Noctis found and supported a new enterprise that matched its attitude, its design concept of beauty coming from the value of the whole project, from a work made with passion and care, just as the Bauhaus' preceptors stated: there should always be a virtuous symbiosis of artistic creativity and craftwork care for the product.













---

**Noctis**

creative directors  
**Piero, Mattia e Caterina Priori**

---

concept/ graphic design  
ma:design  
**Massimiliano Patrignani**  
**Monica Zaffini**

photography  
**AmatiBacciardi**

archivio/archive  
**Noctis**  
ma:design  
(Cristina Gastaldello  
Massimiliano Patrignani  
Monica Zaffini)

digital work  
**Annamaria Ferretti**

text/translation  
**Lucia Falzari**

editing  
**Marta Alessandri**

photolito  
**Olimpia**

print  
**Graphos Service**

dicembre/December  
2017

---

**Noctis spa**  
Fraz. Monterolo, 144/c  
Zona ind.le Ganga  
61045 Pergola Pu, Italy  
t. +39.0721.775505  
f. +39.0721.735599  
p.iva / cf 01304200411  
www.noctis.it

---

Questa pubblicazione  
è realizzata su  
Fedrigoni Sirio Color Iris  
*Copertina/ Cover*  
Papyrus Multioffset  
*Interno/ Inside*

Testi composti in:  
Fedra Sans Alt Std  
Fedra serif Alt Std  
Fedra Mono  
*Peter Bilak 2001*

---

Tutti i diritti sono riservati.  
È vietata la riproduzione anche parziale  
dell'opera, in ogni forma e con ogni  
mezzo, inclusi la fotocopia,  
la registrazione e il trattamento  
informatico, senza l'autorizzazione  
del possessore dei diritti. È stato fatto  
ogni sforzo per contattare i detentori  
dei diritti d'autore relativi al materiale  
incluso nel presente volume.  
Per i casi in cui non è stato possibile,  
invitiamo a contattare l'editore.

All rights are reserved. Even partial  
reproduction of this work, in any form  
and using any medium, including  
photocopying, recording and data  
processing, is prohibited without  
permission from the copyright owner.  
Every effort has been made to contact  
copyright holders in relation  
to material included in this publication.  
For cases where this has not been  
possible, we invite the party concerned  
to contact the publisher.



LA FABBRICA  
DEI SOGNI

---

THE DREAM  
FACTORY