

SKITSCH

¡El diseño anti-kitsch!

Creada hace poco más de un año en Italia, Skitsch se ha impuesto rápidamente en el sector del diseño. Después del éxito de su boutique de Milán, la marca prevé la apertura en el 2010 de nuevos puntos de venta en todas las capitales europeas. Para Skitsch, Norbert Dentressangle ha estudiado un proyecto a medida que cubre todas las etapas logísticas, del almacenaje a la entrega al cliente. Una prestación eficaz y que funciona.

La marca Skitsch fue oficialmente presentada en el Salón del Mueble 2009, en Milán. También en ese momento, el primer punto de venta de Skitsch, un concept store de 600 m², fue inaugurado en pleno corazón de Milán. *“En el 2008, partimos de cero pero con ideas muy precisas, recuerda Gaetano Gasperini, director general de Skitsch. Proponer una colección de objetos de decoración de renombre y contemporáneos. Un concepto que resume perfectamente el nombre de la marca: un objeto Skitsch no es nunca un objeto banal; ¡se trata del anti-kitsch por excelencia!”*

Un diseño de excelencia

La primera colección de Skitsch vio la luz bajo la dirección artística de Cristina Morozzi y gracias a la colaboración de 28 diseñadores, jóvenes talentos y grandes nombres de la escena internacional.

La colección propone más de 50 nuevos proyectos de diseño a los que se unen otras piezas cuidadosamente seleccionadas entre otras

casas de diseño, italianas e internacionales. La oferta de productos Skitsch incluye artículos de decoración, muebles de interior y de exterior, pero también una gama “lúdica”: el babyfoot y la mesa de ping-pong están incluidos.

La elección de la calidad

“Además del carácter estético, funcional y exclusivo de nuestros productos, damos prioridad a la calidad. Efectivamente, paralelamente a nuestra colaboración con diseñadores de renombre, hemos decidido confiar la fabricación de ciertos productos a especialistas locales: los productos de decoración provienen de Italia, el cristal, de Bohemia (República Checa) y el tejido es de la India”, explica Gaetano Gasperini. Actualmente, el crecimiento de las ventas y la apertura inminente de nuevas boutiques son también etapas que llevan a Skitsch por el camino del éxito. •

“La fase de lanzamiento es una etapa crucial en el éxito de una empresa y la elección de socios es esencial. Para la Logística, nos volvimos hacia Norbert Dentressangle por su notoriedad en el mercado y su eficaz y sólida red. Queremos prestar un servicio de calidad en todas nuestras actividades. ”

Gaetano Gasperini,
Director general de Skitsch



Cifras clave

- Creación en el 2009.
- 1 concept store en Milán, calle Monte di Pietà.
 - 10 empleados.
 - 28 de los principales nombres del diseño internacional entre los que destacan Alessandra Barlideschi, Bertjan Pot, Maarten Baas, Marc Sadler, Philippe Nigro.
 - Dirección artística de Cristina Morozzi.

Una asociación a medida

“ En materia de Logística, el proyecto Skitsch nos pareció completo y estimulante al acto, explica Alessandro Renzo, Business Development Manager de Norbert Dentressangle en Italia. La particularidad de la empresa reside tanto en su modelo de venta multicanal, que se basa en la boutique, el catálogo impreso y el e-comercio, como en la exclusividad de su oferta. Así desarrollamos dos procesos diferentes para la distribución: uno para los accesorios, con un sistema de entregas fluido y rápido; y el otro para los muebles más voluminosos. Equipos especializados están dedicados al buen funcionamiento de este proceso y garantizan las exigencias de Skitsch: además del montaje de los muebles, los empleados han de aportar soluciones logísticas. Por ejemplo, si un mueble es muy voluminoso para ser montado en casa del cliente, nuestro equipo puede desmontarlo y después volver a montarlo sin dificultad.” Al mismo tiempo, Norbert Dentressangle pone en práctica un packaging apropiado a cada producto. Finalmente, la interconexión de los sistemas de información de Norbert Dentressangle y de Skitsch mejora aún más la eficacia de su actividad e-comercio. Actualmente, en la plataforma logística de Castel S. Giovanni (provincia de Piacenza, al norte del país), Skitsch dispone de una superficie de 2.000 m² donde transitan más de 250 productos diferentes. Este volumen debería aumentar en concordancia con la progresión de las ventas registradas por la marca.