

GENIUS

PEOPLE MAGAZINE



FREE PRESS - ISSUE 16



9 772420 888001

GENIUS

Lapo Elkann: Never give up. It's our duty

LAPO ELKANN
NEVER GIVE UP. IT'S OUR DUTY

YOUR INSIDE, OUTDOOR

AD Designwork - Photo concept Eye - Copywriting CarterBennett



Mondsee, Austria. 30 lug, h 15.00
Nuovo comfort e assoluta privacy.
La realtà da un punto
di vista privilegiato: il tuo.

Pergola
bioclimatica
Connect
pratic.it



pratic
open air culture

21

MOTO E AZIENDE: IL SEGRETO È CREARE UN TEAM

Parola di Edi Orioli

MOTORS AND COMPANIES:
THE SECRET IS TO BUILD A TEAM

Edi Orioli's bet

di/by CAROLINA SARDELLI

Corre 19 Parigi Dakar, gira il mondo in sella a una moto, e dopo aver raggiunto i traguardi più invidiati nel settore delle due ruote decide di cambiare vita, o meglio, di riprendere in mano le tradizioni di famiglia. Così Edi Orioli da pilota diventa imprenditore, investendo tempo e passione nella Pratic Spa, l'azienda creata da suo padre e suo zio, che oggi dirige insieme al fratello Dino. "È arrivato un momento in cui non mi divertivo più, la passione per le moto c'era sempre, forte, fortissima, ma non riuscivo più a trovare stimoli per continuare con quella vita. Così ho capito che era il momento di smettere con le corse e di tornare a guardare alle mie origini. Da quando mio padre se n'è andato, mio fratello ha seguito l'azienda da vicino. Una volta che ho attaccato il casco al muro sono entrato anche io a farne parte". Edi ripercorre l'inizio della sua nuova vita, a guida di un'impresa che conta più di 150 dipendenti. "Avendo vissuto una carriera sportiva ai massimi livelli ho imparato tante cose: dal girare il mondo, all'aver a che fare con chi si occupa di gestire la comunicazione: giornalisti, addetti alla pubblicità". Nella Pratic è lui che coordina la parte dell'immagine e delle pubbliche relazioni. "Mio fratello è più tecnico, io mi occupo delle strategie comunicative. Insieme abbiamo creato un brand che ci ha permesso di crescere e di diventare un'azienda leader nel settore".

La Pratic Spa si occupa da sempre della realizzazione di supplementi di arredo per esterni, come pergole e tende da sole, dal design unico e ricercato.

"Pratic, in friulano vuol dire pratico - ci racconta Edi - Il nome deriva dalla prima tenda che fecero mio papà e mio zio. Realizzarono una cappottina che si apriva tirando un cordino, era pratica, ecco il nome. Da lì è partito tutto". A 60 anni di distanza l'azienda ha saputo reinventarsi, crescendo così tanto, da diventare un punto di riferimento non solo in Italia.

"Siamo un'azienda che viaggia sempre a target medio alto, guardando al cliente finale. È importante per noi confrontarci con i commerciali, capire cosa vuole il mercato e da qua farsi

He ran 19 Paris Dakar races, he travelled around the world on a motorcycle and after he won the most important prizes in the two-wheel sector, he decided to change his life, or rather, to take up his family traditions again. So Edi Orioli went from being a rider to being an entrepreneur. He invested his time and passion in Pratic Spa, the company his father and uncle created, and that is now ran by Edi together with his brother Dino. "I was no longer enjoying myself, my passion for motorcycles was still strong but I couldn't find a reason to continue with that life. So, I realized it was time to stop racing and to move back home. Since my father left, my brother has run the company. And once I hung my helmet, I became part of it too." This is the beginning of Edi's new life, on the lead a company with more than 150 employees. "Thanks to my sporting career, I've learned many things: I traveled the world, I had to deal with all those people that work in the communication sector: journalists, advertisers." At Pratic, he deals with public relations and with the image of the company. "My brother is more technical, I take care of the communication strategies. Together we've created a brand that has allowed us to grow and become one of the leading companies of the market."

Pratic Spa has always been involved in the creation of outdoor furniture supplements, such as pergolas and awnings, with unique and sophisticated designs.

"Pratic, in Friulian means practical - Edi tells us - The name comes from the first tent that my father and uncle made. They made a canopy that could be opened by pulling a cord: it was practical. That's where it all started". Sixty years later, the company has reinvented itself and it has become a point of reference in Italy and abroad.

"Our company focuses on medium-high targets, with an eye on the end customer. We always work with the salespeople to better understand what the market wants and to get the right intuitions to create perfect products," His ideas are clear, especially when it comes to design and research.



In foto Edi Orioli - Ph. Flavio Graffi



Ph. Javier Callejas

venire le intuizioni giuste per realizzare prodotti sempre più perfetti”, Edi Orioli ha le idee chiare, soprattutto quando si parla di design e ricerca.

“Una volta i nostri prodotti dovevano soltanto fare ombra, oggi non è più così. Creiamo oggetti che vanno a dar vita a nuovi spazi da vivere all’aria aperta. È come se estendessimo lo spazio abitabile delle case oltre le loro mura. Non per altro il nostro payoff è Open Air Culture, cultura all’aria aperta”.

Precursori di un intero settore, con la Pratic i fratelli Orioli hanno introdotto numerose novità, investendo tempo nel trovare idee che estendono il concetto di allestimenti da giardino o terrazzo.

“Abbiamo portato i colori in questo mondo – spiega Edi – Prima gli allestimenti in esterno erano per lo più bianchi, grigi o avorio. Adesso, anche grazie al nostro impianto di verniciatura, abbiamo fatto una palette condivisa con gli studi di architettura. Sono arrivate le verniciature sablé, i melange: l’ocra, il verde oliva. Colori di tendenza, ma sempre pensati. Abbiamo stravolto un settore. Prima era molto basilico, ora va a cercare, sempre di più, anche l’estetica dell’oggetto”.

E per festeggiare i 60 anni dell’azienda, nata nel 1960, gli Orioli Bros hanno realizzato un nuovo oggetto di design, innovativo: “Un cubo tutto specchiato, da inserire nei giardini, così da far riflettere gli alberi. In questo modo creeremo un’illusione ottica, diventa un allestimento che si confonde con il resto dell’ambiente, scomparendo alla vista. Si chiama conex, proprio perché si connette con l’esterno. Sarà un’icona per la nostra produzione”.

C’è grande entusiasmo nelle parole di Edi, che continua a ribadire l’importanza di puntare sempre su nuove idee, mantenend-

“Once, our products only had to cast a shadow, today this is no longer the case. We create objects that give life to new spaces for outdoor living. It’s as if we were extending the living space of our homes beyond their walls. This is why our payoff is Open Air Culture”.

The Orioli brothers have invested a lot in Pratic’s new projects: the idea is to extend garden or terrace setups’ conceptions.

“We’ve brought colors into this world,” Edi explains. “Before, outdoor installations were mostly white, gray or ivory. Now, thanks to our coating system, we’ve created a palette that’s used in many architectural studios. We’ve now come up with sablé coatings, melange coatings: ochre and olive green. Trendy colors, but always well thought-out. We’ve overturned a sector. It was basic, but now it’s focused on the object’s aesthetics as well”.

And for the 60th anniversary of the company, founded in 1960, the Orioli Bros have created a new, innovative design object: “A cube, completely mirrored, that must be placed in gardens and that reflects trees. We created an optical illusion, it’s a setting that blends with the rest of the environment and that’s impossible to see. It’s called conex because it connects with the outside. It will be an icon”.

There’s great enthusiasm in the words of Edi: focusing on new ideas is essential but you have to maintain your philosophy: “Line’s purity and essentiality last over time. This is what we think. It’s an unprecedented modernity and it will last for a long time.”

And the same can be said for Pratic’s architectural structure: “In 2011 we inaugurated our new headquarters in Fagagna, next to Udine: 20,000 square meters of production space, with a new-generation coating plant. We wanted to create a wonderful

do salda la propria filosofia: “La purezza e l’essenzialità delle linee durano nel tempo. Questo è il nostro pensiero. È una modernità inedita che durerà a lungo”.

Un concetto che si riflette anche nella struttura architettonica della Pratic: “Nel 2011 abbiamo inaugurato la nuova sede a Fagagna, in provincia di Udine. 20mila metri quadri di settore produttivo, con un impianto di verniciatura di nuova generazione. Abbiamo voluto realizzare una struttura meravigliosa, grazie allo studio Geza - Gri e Zucchi Architetti che ha seguito i lavori. Loro ci hanno portato ad avvicinarci al mondo dell’architettura”. Innovativo, funzionale e curato nel minimo dettaglio, il quartier generale di Pratic ha vinto anche importanti riconoscimenti per il suo design e la sua sostenibilità ambientale. “Con una sede così bella, dovevamo, ancor più, realizzare prodotti all’altezza dell’immagine esterna che abbiamo creato. Abbiamo alzato ancora di più l’asticella”, la voglia di successo che Edi aveva quando saliva su una moto è rimasta la stessa e si riflette nella sua azienda.

“Quando fai sport sei imprenditore di te stesso, ho imparato cosa vuol dire fare parte di un team. È la squadra che fa la differenza, e ho trasferito questa filosofia nella Pratic. Il segreto di una buona azienda è trovare dei collaboratori fidati. Da solo non puoi far tutto. In ogni settore, dalla produzione, agli acquisti, fino ai rapporti con l’estero e alla comunicazione, devi avere delle persone qualificate. Inoltre ho voluto curare i dettagli fin nel più piccolo particolare - anche l’attenzione allo stile è una caratteristica lasciata in eredità dalle due ruote - I nostri camion sono tutti uguali, gli operai hanno la tuta brandizzata, anche gli autisti hanno una loro divisa. Tutto deve essere perfetto, impeccabile. Anche questo crea un team”.

Quella di Edi è una quasi maniacale cura per il particolare e l’ordine.

“Non si deve mai dare niente per scontato, dobbiamo continuare a imparare e a migliorarsi sempre. Bisogna avere anche un po’ di coraggio. Perché quando nel deserto decidevo che dovevo andare dietro alle dune da solo, lo facevo, a testa bassa. Qua è uguale, si prendono decisioni anche difficili, ma una volta intrapreso un percorso non si torna indietro. Certo, ci vuole anche fortuna. Ma se hai coraggio, piano piano fai scelte anche rischiose che però ti danno soddisfazione. Ci devi credere e lavorare duramente, solo così queste porteranno a risultati importanti”.

structure and the Geza - Gri and Zucchi Architetti studio made it possible. They brought us closer to the world of architecture”. Pratic’s headquarters are innovative, functional, designed in every detail and have won important awards for its design and environmental sustainability.

“With such a beautiful location, we had to create products that could live up with it. We raised the bar”. Edi’s hunger for success hasn’t changed in all these years and success is now the key word for his company’s goals.

“When you play sports you are your own entrepreneur, I learned what it means to be part of a team. It’s the team that makes the difference, and I’ve transferred this same philosophy to Pratic. The secret, if you want to build a successful company, is to find trusted collaborators. You can’t do everything by yourself. From production to foreign relations, communication and purchases, you need qualified people. I also wanted to take care of every detail - attention to style is also something I learned from my sporting career - Our trucks are all the same, the workers wear branded overalls and even the drivers have their own uniforms. Everything has to be perfect. This also makes us a team”.

Edi’s attention to detail and order is amazing.

“You should never take anything for granted, we have to keep learning and we must always improve ourselves. You also have to be brave. When I decided to be in the desert by myself, I did it, head-on. And with my company it’s the same, you have to make decisions, even difficult ones, and once you take a path, there’s no way back. Of course, you also have to be lucky. But if you’re brave enough, you’ll realize that risky choices can be the right ones. You have to believe in them and work hard, that’s the only way to achieve important results.