La Briantina Spa

una Storia
di Famiglia

ente Ingegnere Geografo in pensione
terreno, disegnò e diresse

Scala di 2000 metri nella proporzione di $\frac{1}{25000}$

0 500 1000 2000

Il nome La Briantina è legato al territorio, la Brianza, in cui Giovanni Poli ha iniziato a vendere prodotti per la pulizia.

La Briantina Spa

08 | La Briantina

10 | Al passo con i tempi

12 | Guardare oltre

14 | La nostra storia

18 | Il domani è oggi

26 | Il valore dei valori

28 | I punti di forza

32 | Persone e risorse

36 | Settori e prodotti

“Ad un certo punto ho
capito che bisognava
muoversi, mi è
sembrato chiaro che
se fossi rimasto nella
provincia di Mantova
la mia attività – e di
conseguenza la mia
famiglia – non sarebbe
cresciuta. Ho fatto la
valigia e sono partito”

Giovanni Poli

“Ad un certo punto ho
capito che bisognava
muoversi, mi è
sembrato chiaro che
se fossi rimasto nella
provincia di Mantova
la mia attività – e di
conseguenza la mia
famiglia – non sarebbe
cresciuta. Ho fatto la
valigia e sono partito”

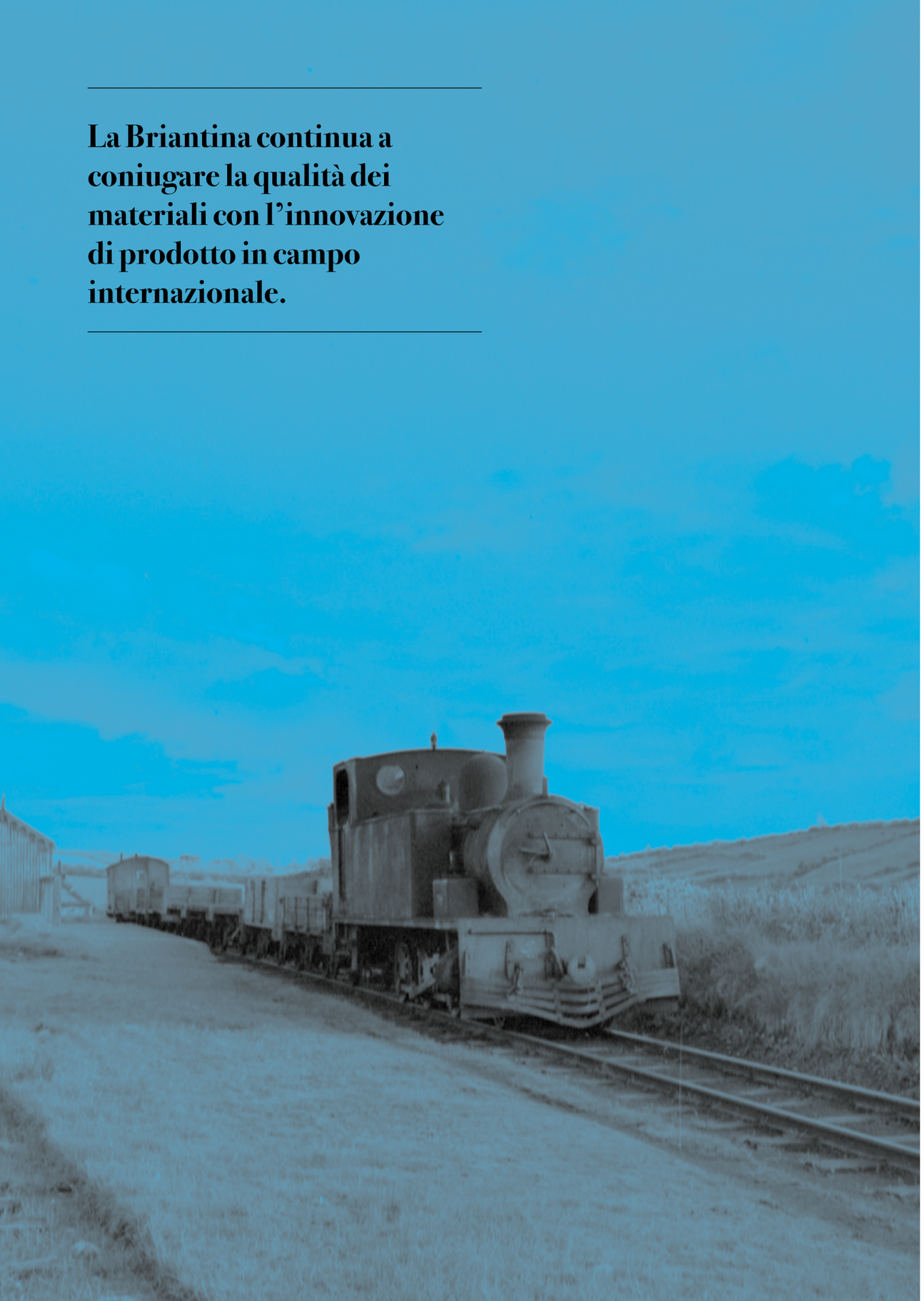
Giovanni Poli

La Briantina

Dal 1951, La Briantina opera nella commercializzazione di prodotti per la pulizia, l'igiene e la cura della casa.
Nel giro di pochi anni, è passata da azienda familiare a impresa a carattere internazionale, capace di approvvigionare senza soluzione di continuità una vasta platea di clienti, composta sia da grossisti e rivenditori al dettaglio, che dai maggiori player della grande distribuzione organizzata. **La rapida e solida evoluzione di La Briantina è legata, da un lato, alle vicende del boom economico italiano e, dall'altro, alle doti imprenditoriali di un gruppo familiare che ha saputo cavalcare i trend del mercato beauty e lifestyle.** Oggi La Briantina ha un'identità globale, pur mantenendo un forte attaccamento alle proprie radici e al patrimonio di valori che il suo fondatore, Giovanni, ha lasciato in eredità ai suoi successori.
Storia, vision, mission ed etica imprenditoriale sono descritte in una presentazione che racconta ciò che La Briantina è stata, ciò che è e ciò che vuole diventare.
Nel capitolo "Al passo con i tempi" viene illustrata la direzione imprenditoriale che La Briantina ha preso. "Guardare oltre" descrive le strategie aziendali che guidano l'operato del management.
"La nostra storia" è il resoconto di quello che l'azienda è stata, per capire quello che è in grado di diventare.
Nel capitolo "Il domani è oggi" sono analizzate le specifiche competenze di La Briantina nel panorama nazionale e internazionale.
"Il valore dei valori" passa in rassegna il patto etico che La Briantina ha stretto con i suoi clienti e collaboratori.
I punti di forza racconta le abilità che contraddistinguono il management e lo staff di La Briantina. Le Persone è un omaggio alle risorse umane che fanno di La Briantina quello che è: un'**azienda internazionale, efficiente, moderna e con un grande cuore**.

Oggi La Briantina ha un'identità globale, pur mantenendo un forte attaccamento alle proprie radici e al patrimonio di valori che il suo fondatore, Giovanni, ha lasciato in eredità ai suoi successori.

La Briantina continua a coniugare la qualità dei materiali con l'innovazione di prodotto in campo internazionale.

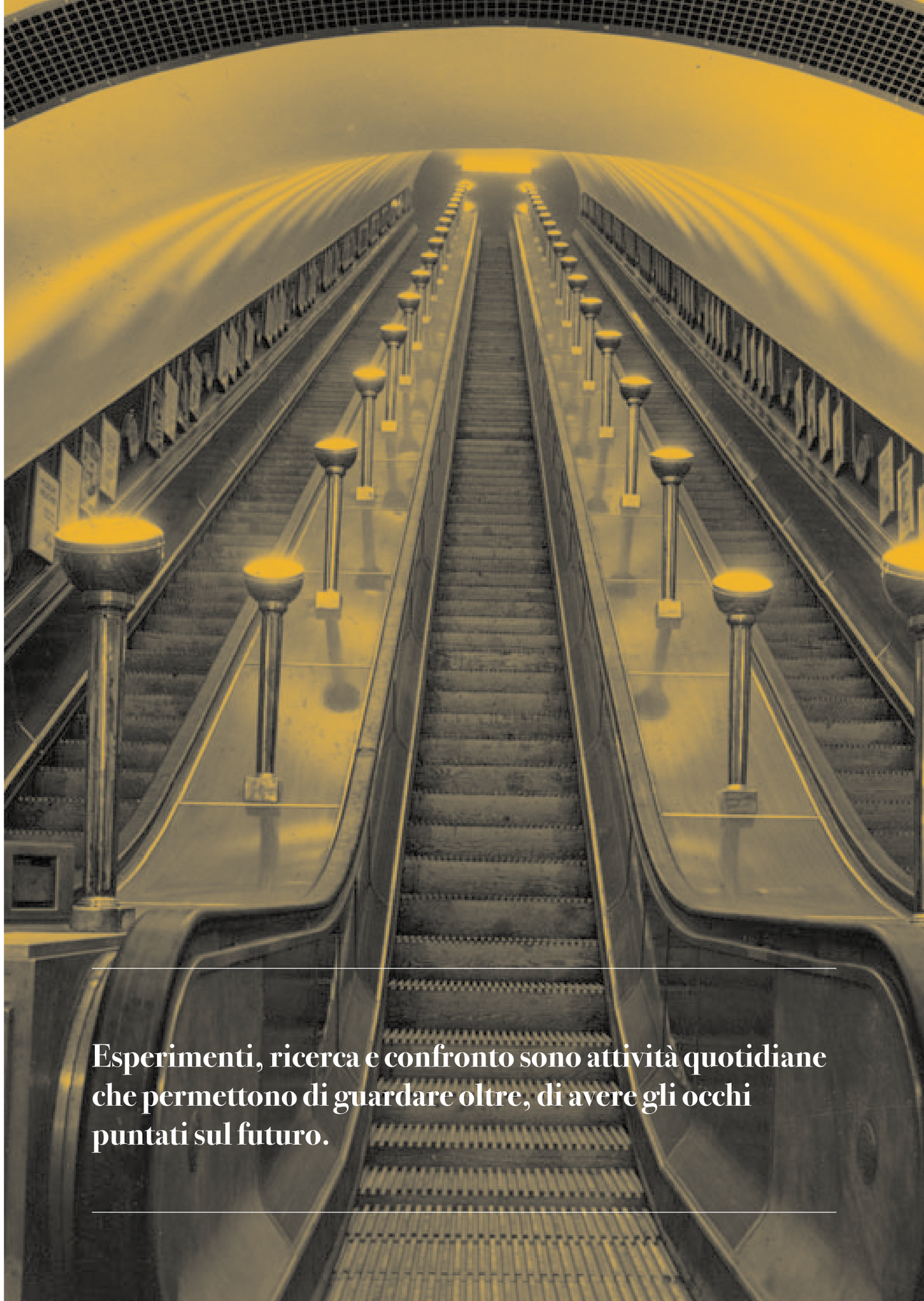


Al passo con i tempi

All'inizio degli anni Sessanta, quando Briantina si è affacciata sul mercato dei prodotti per la pulizia e l'igiene, lo scenario era quello di un mercato nascente che necessitava di infrastrutture minime: un magazzino e pochi e semplici mezzi di trasporto, dal carretto per la vendita nelle piazze, alle prime auto furgonate per il porta a porta. Ma **Briantina fu innovativa fin dagli esordi, quando il fondatore Giovanni decise di spostarsi dalle botteghe di paese per esplorare nuove piazze, esterne alla provincia di Mantova**, dove il boom economico stava attecchendo con maggiore rapidità, generando bisogni più evoluti in tema di igiene degli ambienti non solo domestici, ma anche professionali.
Il primo movimento fu verso l'hinterland milanese, la Brianza in particolare, dove il fondatore iniziò a rifornire negozi e imprese. Negli anni Settanta, con l'ingresso in azienda dei figli di Giovanni, Emanuele e Mauro, l'orizzonte di riferimento divenne nazionale. Viaggi dal nord al sud dell'Italia hanno consentito a Briantina di mettersi al servizio di una rete di grossisti e venditori al dettaglio che hanno ampliato considerevolmente il network di vendita aziendale, attirati dalla qualità dei prodotti, dalla competitività dei prezzi e dall'affidabilità dei servizi di approvvigionamento e consegna. Lo sviluppo economico, il miglioramento della qualità della vita e una rinnovata sensibilità nei confronti della cura dei luoghi domestici e di lavoro hanno fatto impennare i consumi, mentre sul mercato nazionale facevano la loro comparsa le prime catene della Grande Distribuzione Organizzata.
La Briantina ha cominciato allora a diversificare la platea dei fornitori, e con i primi viaggi in Estremo Oriente; negli anni Ottanta la modesta azienda familiare ha cambiato pelle per assumere le caratteristiche di un'impresa dal respiro internazionale.
Da allora è stata **una crescita continua, garantita dalla capacità del management di cavalcare i trend e di trovare risposte pronte alle richieste di un mercato in costante evoluzione**. Oggi La Briantina continua a coniugare la qualità dei materiali e del design italiano con l'innovazione di prodotto in campo internazionale, secondo un approccio global e local: dalla sede italiana, il management governa un business che non ha più confini.

Guardare oltre

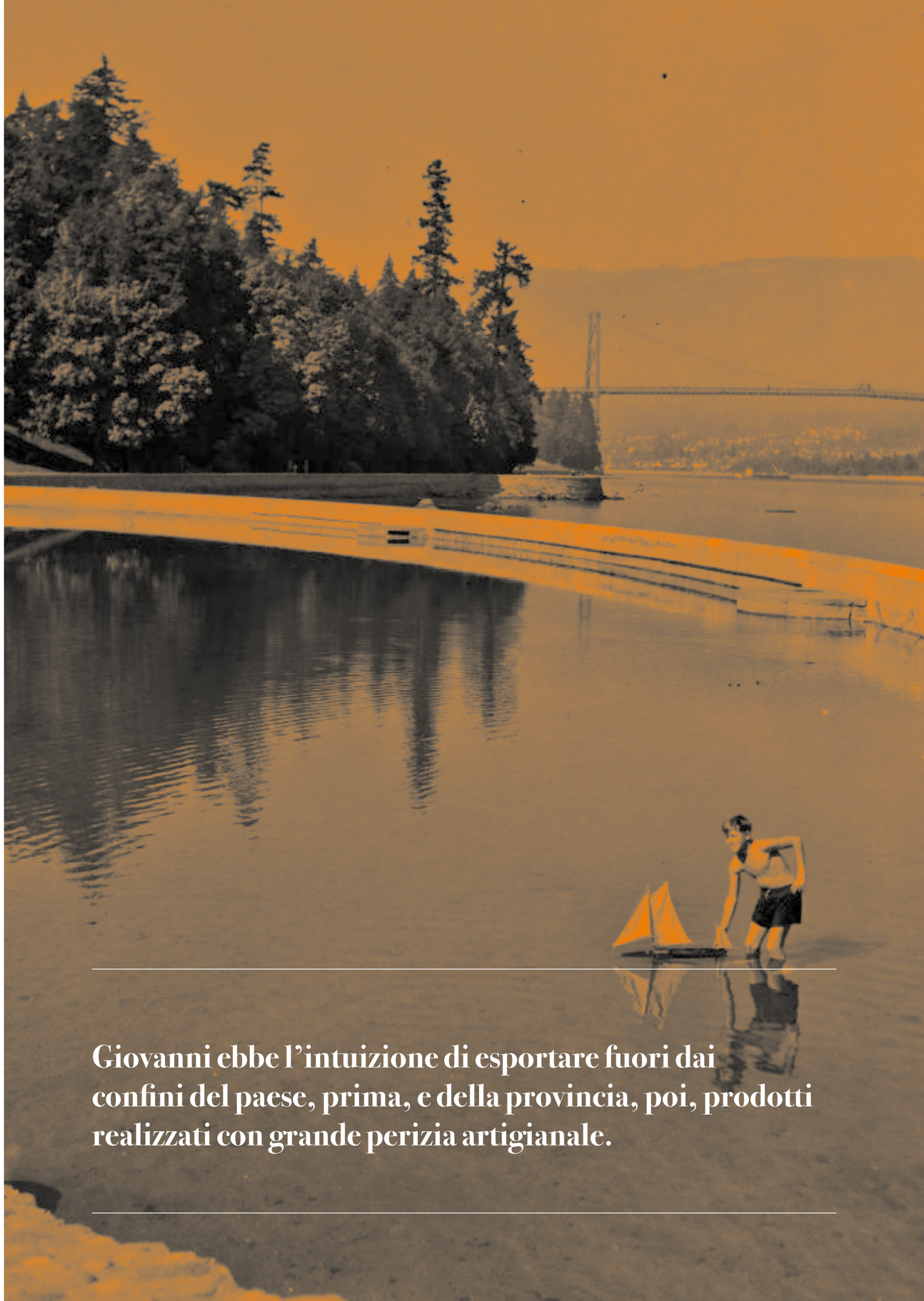
Giovanni Poli non ha avuto paura: ha fatto la valigia ed ha proposto i suoi prodotti al di fuori della Provincia di Mantova; una scelta per nulla scontata nei primi anni ‘60. Con questa premessa si capisce perché La Briantina abbia nel suo cuore un’innata capacità di adattamento e flessibilità. La Briantina non ha paura di cambiare ed è proprio in questa ottica che guarda al futuro; esperimenti, ricerca e confronto sono attività quotidiane che permettono di guardare oltre, di avere gli occhi puntati sul futuro. L’obiettivo non è essere innovativi a tutti i costi ma leggere il mercato, intuire le tendenze e quindi posizionarsi correttamente tra domanda e offerta, cercando di rispondere alle esigenze delle famiglie di oggi e domani.



Esperimenti, ricerca e confronto sono attività quotidiane che permettono di guardare oltre, di avere gli occhi puntati sul futuro.

La nostra storia

La storia di La Briantina ha inizio negli anni Sessanta, l'epoca del boom economico destinato a cambiare il destino di tanti pionieri d'impresa. Tra questi c'era Giovanni, una licenza di scuola elementare nel cassetto e il talento degli affari nel sangue.
Nell'entroterra tra il Po e l'Oglio, il viadanese vantava da tempo una solida tradizione nella produzione di scope e pennelli, Giovanni ebbe l'intuizione di esportare fuori dai confini del paese, prima, e della provincia, poi, prodotti realizzati con grande perizia artigianale: alla guida di una Fiat 125, macinava chilometri e raggiungeva la Brianza – il nome dell'azienda deriva da quel periodo – per vendere semplici strumenti per la pulizia e per il decoro, che erano tuttavia molto apprezzati per il pregio dei materiali e della fattura.
Il volume d'affari cresceva, e l'ingresso in azienda dei figli Emanuele e Mauro – nella metà degli anni Settanta – ha coinciso con l'acquisizione di importanti commesse da parte di grossisti alimentari e di casalingai, attivi sul territorio nazionale.
Iniziò l'esplorazione di nuovi mercati e di nuove modalità di vendita, mentre si profilava all'orizzonte l'avvento della Grande Distribuzione Organizzata.
E la famiglia Poli era lì, pronta a cogliere il cambiamento.
Gli anni Ottanta erano alle porte e la capacità di adattarsi rapidamente e con grande flessibilità alle esigenze del mercato si rivelò per Briantina determinante.
Giovanni, Emanuele e Mauro decisero di orientare la vendita dei prodotti per la pulizia e l'igiene sui grossisti e sulla grande distribuzione, puntando sulla commercializzazione di articoli realizzati da una rete di piccole imprese selezionate per la qualità della lavorazione, e che vantavano prezzi competitivi. Nel frattempo, venivano estesi gli obiettivi di mercato. I primi viaggi in Cina coincisero con la decisione di allargare il bacino degli approvvigionamenti e di affiancare l'esperienza della vendita ai grossisti, con la creazione di un marchio aziendale. La ricerca, su scala internazionale, e la commercializzazione di nuove soluzioni per la pulizia e l'igiene portò rapidamente Briantina a rafforzare il proprio posizionamento nel circuito della GDO e in mercati di nicchia, come la pulizia professionale e il settore beauty. Nel 2009 l'azienda – uffici, magazzini e show-room – si è trasferita nella nuova sede, dotata di spazi logistici d'avanguardia, progettati per una gestione strategica delle scorte, senza soluzione di continuità.
Oggi La Briantina è pronta a cogliere le sfide del mercato digitale, puntando sulle qualità che da sempre la caratterizzano: flessibilità, adattabilità, efficienza e desiderio di innovare.



Giovanni ebbe l'intuizione di esportare fuori dai confini del paese, prima, e della provincia, poi, prodotti realizzati con grande perizia artigianale.

1980

Pronta a cogliere il cambiamento, La Briantina si adatta rapidamente e con grande flessibilità alle esigenze del mercato. Viene orientata la vendita dei prodotti per la pulizia e l'igiene sui grossisti e sulla grande distribuzione.

1960

Epoca del boom economico destinato a cambiare il destino di tanti pionieri d'impresa. Giovanni comincia a esportare fuori dai confini del paese e della provincia i prodotti realizzati. Alla guida di una Fiat 125 raggiunge la Brianza – il nome dell'azienda deriva da quel periodo.

1990

Vengono estesi gli obiettivi di mercato. I primi viaggi in Estremo Oriente coincidono con la decisione di allargare il bacino degli approvvigionamenti e di affiancare l'esperienza della vendita ai grossisti, con la creazione di un marchio aziendale.

2000

La Briantina rafforza il proprio posizionamento nel circuito della GDO e in mercati di nicchia grazie alla ricerca, su scala internazionale, e alla commercializzazione di nuove soluzioni per la pulizia e l'igiene.

2017

La Briantina è pronta a cogliere le sfide del mercato digitale, puntando sulle qualità che da sempre la caratterizzano: flessibilità, adattabilità, efficienza e desiderio di innovare.

2009

Uffici, magazzini e show-room. La Briantina si trasferisce nella nuova sede, dotata di spazi logistici d'avanguardia, progettati per una gestione strategica delle scorte, senza soluzione di continuità.

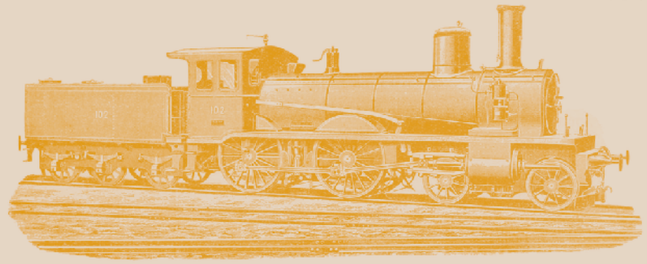
All’inizio dell’attività, la squadra di La Briantina era composta da due impiegate e da pochi autisti e magazzinieri.

All’inizio dell’attività, la squadra di Briantina era composta da due impiegate e da pochi autisti e magazzinieri che affiancavano Giovanni, Emanuele e Mauro nel lavoro quotidiano.
Oggi i dipendenti sono oltre quaranta, a presidiare i settori logistica, vendita e amministrazione.
Nei territori opera inoltre un’articolata rete di venditori che gestiscono direttamente le quote del mercato nazionale. Con l’incremento del giro d’affari, negli anni successivi al 2000 si sono evolute le esigenze relative alla capacità di stoccaggio e ai processi di acquisizione e gestione degli ordini, che hanno raggiunto un volume tale da richiedere un profondo restyling del ciclo operativo. Per vincere questa sfida, decisiva per garantire a La Briantina una presenza competitiva nello scenario globale, la decisione è stata quella di agire su due fronti. La modernizzazione dei sistemi di approvvigionamento e di vendita, supportata dall’acquisizione di software di ultima generazione e ad alta profilazione, ha consentito di ottimizzare la gestione dei processi aziendali, elevando ulteriormente la qualità del servizio finale al cliente. Occorreva però riunire le risorse umane, gli strumenti e le merci in un unico luogo, per razionalizzare e ottimizzare i contatti tra i vari segmenti dell’organizzazione. Nel 2009 Briantina si è stabilita nella nuova sede, un moderno polo direzionale e logistico, che accorpa in un’unica location i magazzini, lo show room e gli uffici. Progettata secondo un concept che combina l’estetica del design con le esigenze della moderna logistica, l’edificio rappresenta un’opera di architettura che restituisce l’immagine di un’impresa in grado di affrontare le sfide della modernità, con stile ed efficienza. Una spiccata attitudine alla modernità è infatti la caratteristica distintiva di La Briantina che si presenta oggi come un’azienda strutturata – nell’organizzazione e nella logistica – per governare le richieste del mercato italiano e di recepire quelle del mercato internazionale, con grande capacità di adattamento.

Il domani è oggi

Nel 2009 l'azienda – uffici, magazzini e sala campionaria – si è trasferita nella nuova sede, dotata di spazi logistici d'avanguardia.

Dati e numeri



40

Numero dei dipendenti

23.000.000

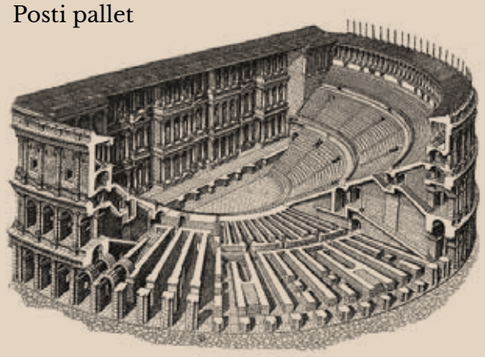
Prodotti movimentati ogni anno

240

Giorni all'anno passati all'estero per visita fornitori e fiere

15.000

Posti pallet

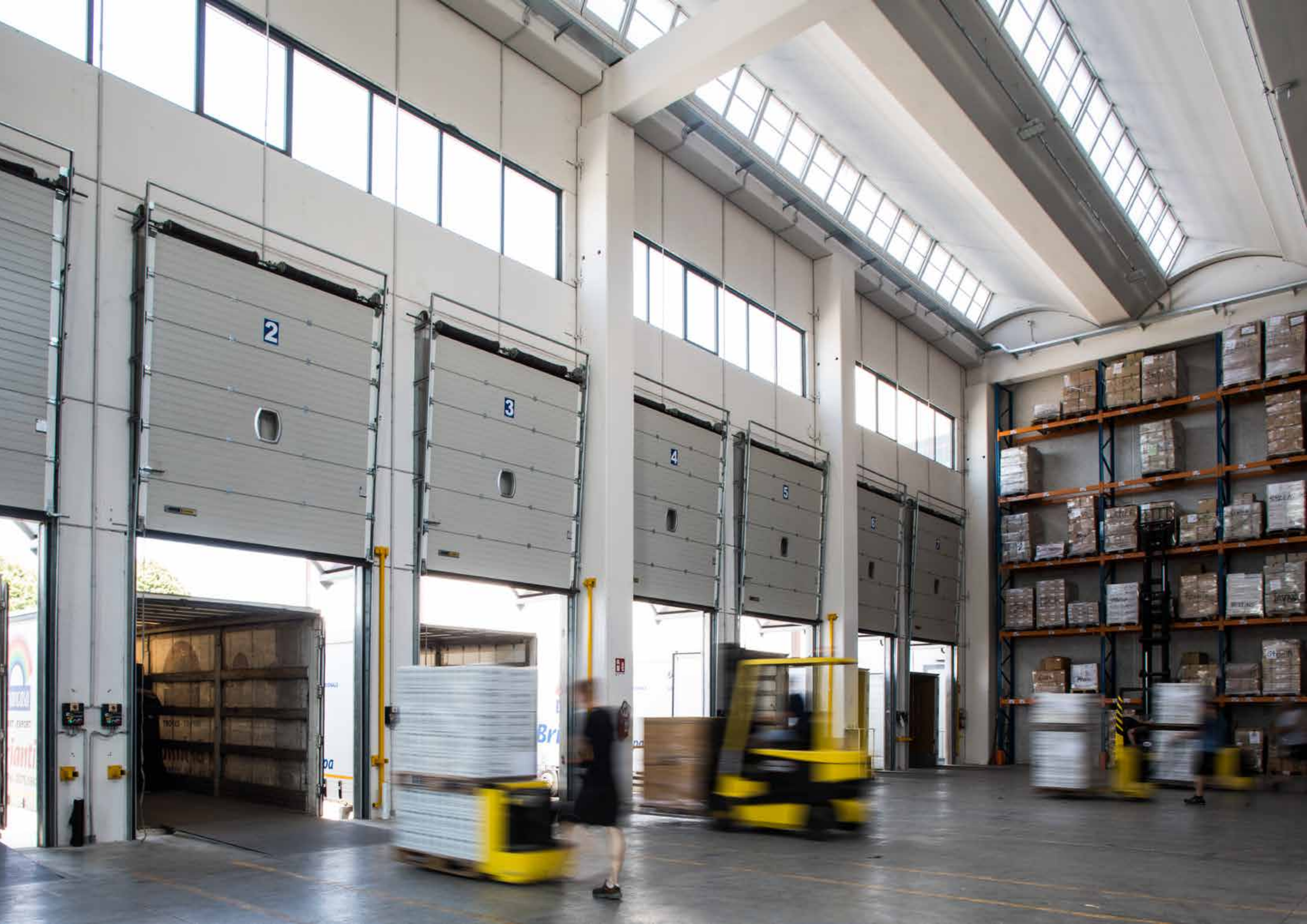


20.000

Metri quadri di area coperta

10

Marchi


2
3
4
5

Un'azienda familiare nata dalla lungimiranza del suo fondatore e cresciuta grazie all'intraprendenza dell'attuale management.

Il valore dei valori

La storia di La Briantina è la storia di un'azienda familiare nata dalla lungimiranza del suo fondatore e cresciuta grazie all'intraprendenza dell'attuale management.
A garantire il rapido sviluppo aziendale sono stati, da un lato, il rigore e l'etica che contraddistinguono – ieri e oggi – le dinamiche imprenditoriali e, dall'altro, l'intuito e la capacità di comprendere la domanda di un mercato in continua evoluzione ed espansione, che guida le scelte strategiche.
Il posizionamento nei circuiti della Grande Distribuzione Organizzata e nei mercati internazionali non ha infatti intaccato la filosofia degli esordi: per ogni elemento del team Briantina, l'obbligo è quello di lavorare ogni giorno con rigore, serietà e onestà tanto nei confronti dei clienti, quanto dei fornitori, collaboratori e colleghi.
La solidità dei valori di partenza trova oggi conferma in un decalogo di buone prassi che viene condiviso a tutti i livelli aziendali, senza distinzione di ruoli.
Una deontologia professionale che trova la sua applicazione non solo nelle attività quotidiane, ma anche negli ambiti della ricerca e dello sviluppo. In questo caso, sono la curiosità e una forte spinta all'innovazione a guidare le scelte di un management capace di cavalcare i trend dei consumi e di trovare risposte pronte alle richieste di un mercato in costante evoluzione.
Ad arricchire il decalogo dei punti di forza congeniti di Briantina, ci sono la fantasia e la creatività tipicamente italiane, che sono riconoscibili nel design dei prodotti, nell'originalità del packaging, nell'unicità delle soluzioni espositive. Condizioni raggiunte grazie ad altri valori che vengono coltivati a tutti i livelli: la passione per lo studio, che si traduce nelle **costante ricerca di nuove soluzioni, e il coraggio di sperimentare prodotti innovativi, per essere pronti ad esaudire – e, quando possibile, anticipare – le richieste del mercato.**

I punti di forza

Capacità di adattamento, flessibilità organizzativa e rapidità nella gestione di domanda e offerta sono le caratteristiche che contraddistinguono l'operare di Briantina. **In un mercato che ha perso i confini fisici e che evolve le proprie richieste con straordinaria rapidità, la prerogativa del management è quella di esaudire istantaneamente i bisogni di una clientela eterogenea, che annovera tanto i grandi player della GDO quanto gli operatori del dettaglio.**
Il tutto, senza rigidità nei confronti del cliente che viene messo nelle condizioni di acquistare i quantitativi di cui effettivamente necessita. La cura del cliente, la soddisfazione dei suoi particolari bisogni, la creazione di un rapporto umano autentico, che completa e migliora quello professionale, sono infatti aspetti che caratterizzano l'intero staff La Briantina, dal management agli operatori della logistica, agli addetti della rete vendita. Uno staff composto da decine di profili, che vengono valorizzati per le proprie competenze all'interno di una struttura caratterizzata da flessibilità ed efficienza: i passaggi di consegne da un livello all'altro avvengono con dinamiche snelle e performanti, qualità necessarie nella gestione di un vasto patrimonio di strutture e risorse caratterizzate da dimensioni imponenti, per poter garantire la consegna di tutta la merce a catalogo. Alle spalle, c'è un'oculata politica degli approvvigionamenti, implementata quotidianamente grazie al monitoraggio dei feedback della rete vendita e allo studio del fabbisogno del mercato nazionale e internazionale. L'ambizione è infatti quella di perfezionare ulteriormente gli standard qualitativi che caratterizzano il servizio di approvvigionamento e di consegna: **la Briantina di oggi e di domani continuerà a garantire disponibilità continua della merce in catalogo, ampio assortimento, tempi di consegna certi, personalizzazione del servizio in base alle aspettative del cliente, e innovazione dei prodotti.**
Il tema della ricerca e dello sviluppo di nuove soluzioni per la pulizia e l'igiene vengono presidiati attraverso il costante monitoraggio del mercato internazionale e con specifici investimenti per la diversificazione delle referenze, oggi a quota 2.000.

Capacità di adattamento, flessibilità organizzativa e rapidità nella gestione di domanda e offerta sono le caratteristiche di Briantina.

Persone e risorse

In economia, sono le persone a determinare il corso degli eventi, e la storia di La Briantina lo dimostra.

In economia, sono le persone a determinare il corso degli eventi, e la storia di La Briantina lo dimostra. Il corso dell'azienda è infatti legato, agli esordi, alla figura di Giovanni, il fondatore, che grazie all'intuizione, al senso degli affari e all'intraprendenza ha gettato le basi di una storia imprenditoriale che prosegue da mezzo secolo.
Ma sono stati i figli, Emanuele e Mauro a portare avanti il suo operato e a creare le condizioni per un rapido sviluppo: Mauro, con la sua attitudine per il marketing, ha ampliato i mercati di Briantina innovando la produzione, studiando soluzioni pilota per anticipare i trend di consumo, stringendo accordi internazionali per garantire il flusso continuo degli approvvigionamenti; al suo fianco c'è sempre stato Emanuele, che ha curato gli aspetti amministrativi e finanziari, ed ha perfezionato gli accordi commerciali alla base del successo di Briantina.
È lungo l'elenco dei dipendenti e dei collaboratori che ogni giorno, negli anni, hanno messo a disposizione competenze e passione per garantire il futuro di La Briantina. Lungo, ma non lunghissimo, perché tra lavoratori e proprietari si è costruito un rapporto talmente solido, di reciproco

È lungo l'elenco delle persone che ogni giorno, negli anni, hanno messo a disposizione competenze e passione per garantire il futuro di La Briantina.

rispetto e riconoscenza, che gli avvicendamenti e i turn over si contano sulle mani.
Il clima di pari diritti e pari opportunità si respira negli uffici, concepiti come un ambiente aperto, senza pareti che dividono, perché il contatto umano sia immediato verso i clienti e tra colleghi.
Si respira nei magazzini, dove ogni collaboratore ha una sua precisa mansione, e non occorrono direttori a impartire ordini. Perché **La Briantina è oggi un'azienda internazionale ma al suo interno i rapporti umani sono quelli di un'impresa familiare**, dove i dipendenti sono persone note per la loro personale storia e dove vengono portate avanti abitudini domestiche, come la pausa a base di focaccia calda, offerta tutti i giorni dall'azienda.
La massima professionalità nel lavoro e la qualità dei rapporti umani nelle relazioni rappresentano il viatico che Giovanni ha lasciato ai figli, ed Emanuele e Mauro ne hanno fatto il valore distintivo di Briantina.

Settori e prodotti

Dal 1951, La Briantina opera nella commercializzazione di prodotti per la pulizia, l'igiene e la cura della casa.

PULIZIA

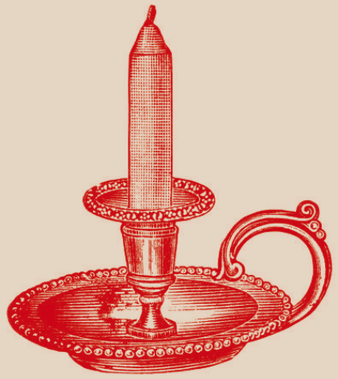
Prodotti indispensabili per la pulizia della casa che garantiscono risultati ottimali e poca fatica.

CASALINGHI

Prodotti studiati per personalizzare gli spazi della casa e creare ambienti confortevoli e piacevoli.

PROFUMI

Prodotti progettati per diffondere piacevoli fragranze in tutta la casa.



CANDELE E LUMINI

Un'ampia linea di candele, fiaccole e lumini che risponde alle più specifiche esigenze.

GUARDAROBA

Gamma di accessori per l'organizzazione e la pulizia del guardaroba.

CURA DELLA PERSONA

Prodotti pensati per rispondere alle esigenze di pulizia, relax ed igiene.