



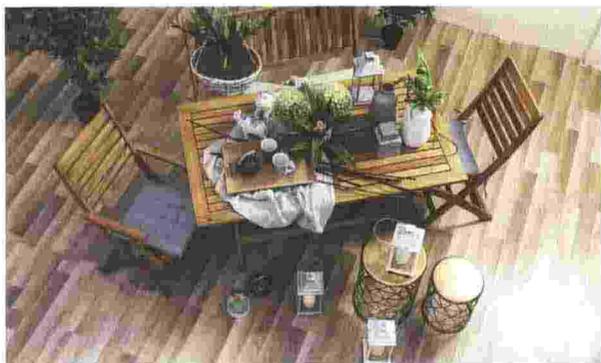
*Villa d'Este Home Tivoli è il brand di punta di Galileo che, dal 1996 quando è nato, ha innovato la filosofia della tavola, nella foto alcune proposte dell'azienda; in basso, arredi da esterni.*

Prevedere con largo anticipo l'evoluzione del mercato e puntare con decisione prima di altri sull'e-commerce come canale di esportazione privilegiato non è da tutti. Anzi, presuppone una grande visione del futuro e di come si sta rapidamente trasformando il commercio internazionale, con i grandi player del digitale a farla sempre più da padrone nella distribuzione. Questo merito se lo prendono per intero in **Galileo**, gruppo che opera nel settore della casa attraverso quattro marchi: **Villa d'Este Home Tivoli**, il brand di punta dell'azienda che dal 1996 quando è nato ha innovato radicalmente la filosofia della tavola, **Galileo** dedicato a tutti i prodotti home, la catena

di punti vendita Satur, ormai diffusa a livello nazionale, infine Kooper, brand specializzato in piccoli elettrodomestici. Un merito che deriva dal fatto di aver previsto già 10 anni fa come si stava muovendo il mercato e di aver iniziato allora a strutturarsi per rispondere alle richieste di questo nuovo canale dalle grandi prospettive ma completamente diverso nell'approccio, nell'organizzazione e nelle dinamiche d'acquisto, da quelli tradizionali. Così, in contrapposizione a una strategia di un'espansione all'estero attraverso punti vendita o distributori locali, molto costosa e impegnativa, **Galileo** inizia nel 2007 a sviluppare la propria presenza sulle principali piattaforme di vendita

## CAPITAL - ITALIAN EXPORT

## Galileo



online, adeguando allo scopo logistica e comunicazione. Oggi, i brand del gruppo Galileo sono presenti su tutte le principali piattaforme di e-commerce internazionali: Amazon in primis, ma anche Showroom Privé, WayFair, Dalani, Westwing, Privalia, Zalando, Qoqa, Bonami, Limango e altre ancora. E ora che il know-how è acquisito si possono mettere nero su bianco obiettivi di crescita extralarge: «Su un fatturato complessivo di 87 milioni di euro nel 2017 abbiamo sviluppato 5 milioni di euro all'estero», fa sapere Felice Turco, managing director e proprietario di Galileo, «ma per quest'anno l'obiettivo è di incrementare del 50% il fatturato dell'e-commerce attraverso tutte le nostre presenze online e nei paesi dove maggiormente siamo presenti: Germania, Francia, Spagna, Russia, Gran Bretagna e Paesi Bassi».

Galileo nasce formalmente nel 2005 ma ha oltre 80 anni di storia alle spalle, con origini che risalgono all'attività commerciale di oggettistica per la casa avviata dalla famiglia nel 1929 e cresciuta fino a diventare negli anni Settanta una grande impresa con sede a Tivoli, in provincia di Roma. Oggi mente e cuore dell'azienda sono lo stesso Felice Turco e la moglie Barbara Vitale, chief operating officer. Una storia familiare di successo che, come in passato, è guidata da creatività e intraprendenza tipicamente Made in Italy. «I nostri prodotti, il cui design è concepito in Italia», spiega Turco, «riflettono la nostra abilità nell'anticipare trend di mercato e nel proporre ai nostri clienti prodotti di alta qualità a prezzi altamente competitivi». I numeri parlano di un'offerta di ben 18mila referenze suddivise in 10 categorie merceologiche (sempre nel mondo della casa) gestite da 500 persone tra dipendenti e collaboratori, 55 negozi in Italia a proprio marchio (che diventeranno 70 entro fine anno) e una crescita del 450% del fatturato dall'anno di fondazione, il 2005. La logistica, perno fondamentale dell'organizzazione Galileo, è gestita nel magazzino di circa 35mila metri quadrati di Colleferro, dotato di 55mila posti pallet, ma già è in progetto il raddoppio nell'arco di cinque anni della capacità logistica con una nuova piattaforma.

Delle performance del gruppo Galileo si è nel frattempo accorto il London Stock Exchange Group, che lo ha incluso l'anno scorso nel rapporto «1.000 Companies to Inspire Europe», presentato al Parlamento europeo nel settembre 2017 e che consacra le società con un tasso di crescita annuo aggregato superiore al 100% negli ultimi tre anni. Mentre il Centro studi ItalyPost, in collaborazione con il Corriere della Sera Economia, ha inserito Galileo tra le prime 500 migliori aziende italiane comprese tra i 20 e i 120 milioni di fatturato.

## CAPITAL - ITALIAN EXPORT

Not everyone is good at predicting the evolution of the market well ahead of others and being the first to focus on e-commerce as a privileged export channel. On the contrary, it requires a grand vision of the future and of how international commerce is rapidly transforming itself, with the great digital players making it increasingly dominant in distribution. Galileo has all these qualities as a group operating in the home sector through four brands: Villa d'Este Home Tivoli, the company's leading brand that since its creation in 1996 has radically innovated the philosophy of home furnishings, the brand Galileo dedicated to all home products, the group of shops under the name Satur which are currently widespread nationwide, and finally Kooper, a brand specialising in small household appliances.

The group's merit comes from the fact that it had already foreseen the market's direction 10 years ago and had begun to structure itself to meet the demands of this new channel with great perspectives but with a completely different approach, organization and dynamics from traditional purchasing perspectives. So instead of embracing a strategy to expand abroad through sales outlets or local distributors (which is very expensive and demanding), in 2007 Galileo began to develop its presence on the main online sales platforms, adapting its logistics and communication to the purpose. Today the brands of the Galileo group are present on all the major international e-commerce platforms: firstly Amazon, but also Showroom Privé, Wayfair, Dalani, Westwing, Privalia, Zalando, Qoqa, Bonami, Limango and even more.

Now that the company has fully acquired all the relative know-how, it

has begun to establish «extra-large» growth targets: «With a total turnover of 87 million euros in 2017, 5 million came from abroad», said Felice Turco, Managing Director and Owner of Galileo, «but this year the goal is to increase our e-commerce turnover by 50% through all our online presences and in the countries where we are most active: Germany, France, Spain, Russia, Great Britain and Holland».

Galileo was formally established in 2005 but has more than 80 years of history behind it with origins connected to the retail sales of home objects started by the family in 1929, which in the 1970s grew into a large company based in Tivoli, a province of Rome. Today the mind and heart of the company are Felice Turco himself and his wife Barbara Vitale, Chief Operating Officer: a successful family history which today, as in the past, is guided by typical Made in Italy creativity and entrepreneurship. «Our products, whose design is exclusively carried out in Italy», explained Turco, «reflect our ability to anticipate market trends and offer our customers high quality products at highly competitive prices». Today its numbers are the result of an offer including 18 thousand items divided into 10 product categories (always in the home world) managed by 500 employees and collaborators, with 55 stores in Italy under its own brand (which will become 70 by the end of the year) and 450% growth in turnover from its founding year in 2005. A fundamental hub of the Galileo organisation is its logistics managed in an approximately 35,000 square metre warehouse in Colleferro, which is equipped with 55,000 spaces for pallets; the company is planning to double its logistics capacity over a five-year period with a new platform.

In the meantime, the performance of the Galileo group has caught the attention of the London Stock Exchange Group, which included it in the «1,000 Companies to Inspire Europe» re-



Felice Turco, managing director e proprietario di Galileo. Sopra, arredi per la casa. A destra, la sede di Tivoli.

port last year that was presented to the European Parliament in September 2017 and lists companies with aggregate annual growth of more than 100% in the last three years. While the ItalyPost Study Centre, in collaboration with the *Corriere della Sera Economia* supplemental, has included Galileo among the top 500 best Italian companies with between 20 and 120 million euros in turnover.



**超**前预测市场变动,而且先一步决定将电子商务作为优先出口渠道,并不是所有人都能做到的。甚至,为未来,为国际贸易的迅速转变预设出宏大愿景,同数字化领域的优秀企业一起,不断成长为分销产业的主导。这些优势在Galileo公司中展露无遗,公司在家居产业经营,旗下拥有四个品牌:Villa d'Este Home Tivoli,公司的主导品牌,自1996年诞生以来从根本上革新了餐桌哲学;Galileo品牌致力于制作所有家居产品;Satur销售连锁店遍布全国;而最后一个Kooper则是小型家电品牌。这要归功于集团在10年前就预见到市场的走向,并且开始自我调整以响应这种前景远大但是在方法、组织和采购方式上完全区别于以往传统方式的新渠道的要求。通过建立销售网点或当地分销商拓展海外市场费用昂贵并且费工夫,因此与这种战略相比,Galileo于2007年开始在主要在线销售平台上拓展其业务,并就此调整物流和通讯。今天,Galileo集团旗下的品牌登上了所有主要的电子商务平台:首先是亚马逊,另外还有Privé、WayFair、Dalani、Westwing、Privalia、Zalando、Qoqa、Bonami、Limango等其它平台。现在我们已经掌握了这个诀窍,所以可以提出“特大型”增长目标:“2017年我们的总营业额达到8700万欧元,其中500万来自于国外”,Galileo的董事总经理兼所有人Felice Turco先生提到,“而今年的目标是通过所有我们的在线业务以及我们已经开展业务的国家:德国,法国,西班牙,俄罗斯,英国和荷兰把电子商务的营业额提高50%。”

GALILEO于2005年正式诞生,但这背后已经有80多年的历史了,它的起源可以追溯到1929年由家族启动的家庭用品方面的商业企业,并于70年代成长为一家总部设在罗马省蒂沃利市的大型公司。现在公司的智囊和核心是FELICE TURCO先生本人和他的妻子首席运营官BARBARA VITALE女士。如今,一如既往,成功的家族史以典型意大利制造的创意和智慧为指导。“我们的产品,构思设计在意大利”,TURCO先生解释到,“反映了我们对于市场趋势的预测能力,和向客户提供超值高质产品的能力”。今天,公司的数据体现在1.8万个产品里,分成10个产品类别(家居用品领域),由500名员工和合作者管理,在意大利有55家品牌专营店(到年底将达到70家),与2005年,即公司诞生那一年相比,营业额增长了450%。物流,GALILEO组织结构中的基要枢纽,在约3.5万平方米位于科莱费罗的仓库内操作管理,这里配有5.5万个托盘位置,而且已经计划要在五年之内,通过建立新的平台,把物流能力加倍。同时,GALILEO集团的业绩受到了英国证券公司集团的关注,在去年被收入“1000家最鼓舞欧洲公司”报告,并于2017年9月递交给欧洲议会,报告对过去三年公司复合年均增长率超过100%这一事实赞誉有加。而ITALYPOST研究中心与CORRIERE DELLA SERA ECONOMIA合作,将GALILEO收录到营业额在2000万到1.2亿欧元之间的意大利500强企业之中。