



Марко Пальмери — президент и CEO Piquadro SpA (49 лет). Инженер по образованию, свой первый бизнес он связал с информационными технологиями. В 1987 году основал Piquadro — компанию, специализирующуюся на выпуске премиальных аксессуаров для бизнес-путешествий и гаджетов. Вскоре продал свою IT-компанию и полностью посвятил себя развитию собственного детища.

Название **Piquadro** происходит от сложения двух слов — Pi от фамилии Марко, а quadro — «квадрат». Целевая аудитория бренда — часто путешествующие предприниматели, поклонники высоких технологий, такие же, как и сам Пальмери. В 2007 году курировал размещение акций Piquadro на Итальянской фондовой бирже. В 2009 году появился Fondazione Famiglia Palmieri, призвание которого поддерживать людей с синдромом Дауна. Кроме того, Марко Пальмери основал Piquibo Spa, инвестиционную компанию. Женат и имеет двоих детей: Томмазо 15 лет и Андреа 10 лет.

возможность: люди видят компанию с историей, с этическими стандартами производства, вся информация о марке открыта. И миллениалы куда умнее нас, они хотят иметь вещи, сделанные специально для них, персонально, им не нужно то, что есть у всех. Так что компаниям нужно быть гибче — делать больше коллекцией, больше сегментировать и кастомизировать. И это непросто — тонко чувствовать подобные моменты, быть гибким и при этом еще и придумывать новое.

— Как вы применяете свои инновационные разработки в команде? Сколько человек работает под вашим началом?

— Бренд Piquadro был основан как промышленная компания, изначально мы производили продукцию для других брендов. Однако сумели нарастить свои собственные производственные мощности, что для нашей сферы редкость. Обычно своего производства у брендов нет. У них есть

дизайн, маркетинг. Я думаю, что у 90% известных брендов нет собственного производства, они используют силу на «аутсорсе». На нашей фабрике работает много рабочих, а также тех, кто занят в сфере исследований и разработок, — инженеров, которые разрабатывают дизайн, модели. Они занимаются всем, от дизайна до прототипа, в команде, наверное, 700 человек. Мне кажется, еще 820 человек заняты в исследованиях и разработках, много людей.

— Вы очень харизматичный человек. Каковы ваши принципы в работе? Как быть хорошим боссом?

Как по-английски будет «телесные наказания»? Вот это хорошо работает. Шучу, конечно.

— У нас в России это тоже работает отлично.

— Для меня лучший способ управления — делиться целями бренда. Если все хорошо понимают, в каком направ-

лении хочет двигаться компания, каждый шаг на ее пути, это лучший способ мотивировать людей. Открытость и прозрачность очень важна. Нужно показывать, что работа людей важна для компании, потому что им иногда нелегко понять, как их ежедневная деятельность влияет на компанию в целом. Важно правильно распространить эту информацию, тогда даже люди, которые уходят с завода, будут понимать свою ценность, как они влияют на общий результат. И будут более мотивированными. Важно создать модель, где все прозрачно, где все знают об ожиданиях компании. А второй шаг — это вознаграждение. Премии очень важны. Например, в финансовой индустрии это лучше всего работает, система премий за результат.

— А как в Италии поддерживают молодых дизайнеров? Вы сами обращались за помощью государства, когда начинали бизнес?

— У нас в Piquadro есть программа финансирования стартапов Mustrartup Funding Program, но мы не просто поддерживаем проекты. Честно скажу, скорее они нас поддерживают. Мы задумывали эту программу как инновационную, принципиально другой подход к исследованиям и разработкам. Иногда сложно развиваться внутри компании, предлагать нестандартные идеи, особенно когда много лет проработал на одном месте, сложно заниматься высокими технологиями, креативить. И мы помогаем, финансируем смелые идеи, которые непосредственно имеют отношение к нашему бизнесу. Раз в год мы объявляем, что ищем стартап с идеями в области аксессуаров для путешествий. А победителю обещаем приз £100 тыс. и помощь с прототипами, контактами, чтобы ее воплотить. Это дает хорошую картину для анализа — в прошлом году, когда мы запустили программу, мы получили примерно 100 заявок, некоторые даже из России. Победила команда из университета Пизы. Эта программа обеспечивает нас постоянным потоком идей. Наша цель — помочь преобразовать большую идею в большой бизнес.

— Расскажите о Piquibo S.p.a.

— Это мой холдинг. Инвестиционная компания, которая вкладывает деньги в традиционный бизнес и даже стартапы. Вот один английский стартап, пока не очень известный, но очень быстро растущий, SilkFred, модная онлайн-платформа, — мы поддерживали их три года назад, а сейчас их оборот больше £30 млн, а начинали они с краудфандинга. Их основательницам всего 28 лет.

— А какой рынок для вас самый крупный?

— Европа. Россия также очень важна, у нас много русских клиентов.

— У вас есть специальная стратегия для России? Как вы оцениваете рынок сейчас?

— Все зависит от множества факторов и постоянно меняется, особенно с непредсказуемым курсом рубля. Мы сейчас планируем открыть новые бутики: один в Петербурге и два в Москве. А потом — развивать интернет-магазин в России, он у нас есть, но мы хотим запустить доставку и полноценный клиентский сервис. Мы очень много инвестируем в коммуникацию и планируем развивать наш сайт и диджитал-ресурсы. ●