

Twils[®]

COMPANY PROFILE

The story so far...

5	OUR STORY
7	DAL SAPER FARE ALLA CULTURA DEL PROGETTO.
11	IL DESIGN COME VISIONE DEL MONDO
13	I DESIGNERS E LE STORIE ECCELLENTI
17	IL TESSILE, IL CALORE DELL'AMBIENTE E IL COLORE
19	LA COMUNICAZIONE E LA SOCIAL REPUTATION
23	TODAY
27	I NOSTRI VALORI
31	LA DISTRIBUZIONE

The story so far...

OUR STORY

/5

UN PADRE,
QUATTRO FRATELLI
E TRENTASETTE ANNI
DI SUCCESSI.

Un'intuizione: la forza della contaminazione fra letto, biancheria e tessuto, legati dal filo d'oro del design.

Questo è l'inizio della storia di Twils

E' una bella storia italiana, nata in Veneto, a Cessalto, in provincia di Treviso. Nel 1982.

C'è una famiglia con un padre visionario che intuisce le potenzialità del tessile e dei suoi quattro figli, Tiziano, Wilma, Luisella e Simone. Sono tutti giovani, due giovanissimi- Luisella e Simone stanno completando gli studi- ma tutti e quattro nel tempo raccolgono la sfida, entrando in azienda e lanciando una proposta che negli anni ha acquistato connotazione e forza, distinguendosi sul mercato ed evolvendosi armoniosamente.

Nel 2007 con il marchio Twils, composto dalle iniziali di Tiziano, Wilma, Luisella, Simone, prende vita la definitiva investitura come brand e l'inizio della collaborazione con i designers che affiancano il Team R&DTwils per i progetti delle divisioni attuali Twils e Twils Lounge.



The story so far...

DAL SAPER FARE ALLA CULTURA DEL PROGETTO.

SARTORIALITÀ, DESIGN, ITALIANITÀ, INNOVAZIONE,
APERTURA AL MONDO, AMBIENTE, ETICA DELLE
RELAZIONI, UMANESIMO, FILIERA BREVE, SOSTENIBILITÀ,
TWILS OGGI È TUTTO QUESTO. E MOLTO ALTRO.



The story so far...



Coerente con le mutate esigenze di competitività e sostenibilità, Twils ha saputo evolversi da azienda familiare a realtà industriale, coniugando la sua tradizione artigianale e sartoriale con processi produttivi manifatturieri, mantenendo inalterato il legame con il suo territorio e la capacità tutta italiana del saper fare, ma facendolo bene, su scala industriale, esprimendo così la sua forte identità legata al tessile ed operando secondo i criteri della filiera breve.

Ha saputo inoltre effettuare una diversificazione orizzontale, introducendo nel 2015 Twils Lounge, una divisione interamente dedicata al living, ampliando così la propria offerta nel settore casa, aumentando la propria quota di mercato e rafforzando il proprio posizionamento a livello internazionale.



6/
19

Twils®

The story so far...

IL DESIGN COME VISIONE DEL MONDO



LA PERSONA AL CENTRO DEL PROGETTO

Per Twils il design significa progettare cercando la relazione con la società tutta, con i territori e con la vita delle persone che useranno i prodotti, poiché “Abitare significa lasciar tracce” (Walter Benjamin) ed è la persona che fa vivere i prodotti, che definiscono a loro volta la storia di chi li usa e li abita, e il design contribuisce a migliorare la vita delle persone.

Oggi il design è un contesto complesso in cui confluiscono tanti nuovi linguaggi e tanti nuovi elementi. Quello che nasce dal progetto non è un semplice prodotto, ma un mezzo potente che racconta

esperienze, che è tramite di relazioni, di emozioni, di storie e memorie.

E' dovuto anche alla naturale empatia dei fratelli Carnielletto che il focus progettuale sia orientato al cliente finale, alle sue esigenze, ai suoi sogni, alle sue aspirazioni abitative e di vita.

Questo approccio etico, attento alle mutazioni, alle tendenze nel mondo e alla contaminazione di spazi e ambienti ha portato ad arredi polifunzionali e multisensoriali.

Ed ecco quindi che dal mondo della notte nel 2015 si è passati con grande semplicità al living.

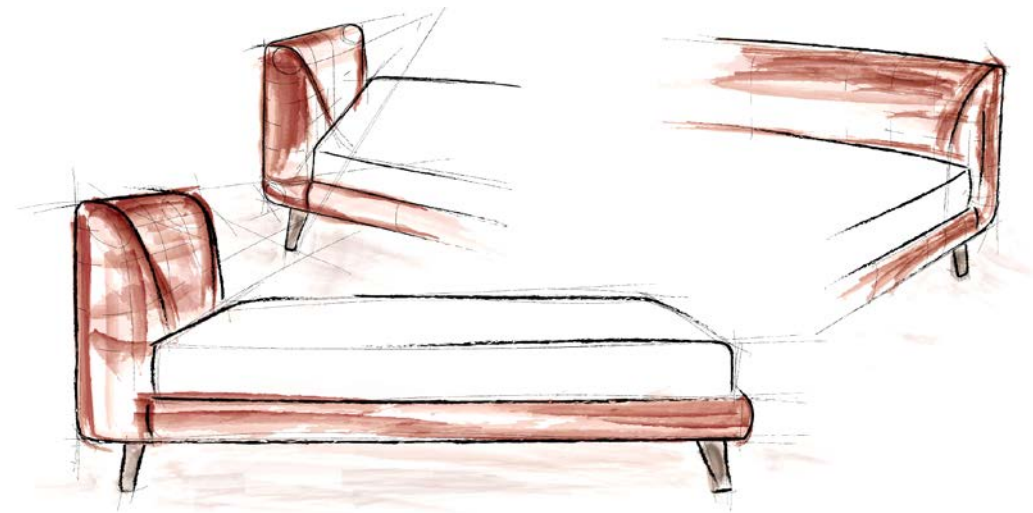
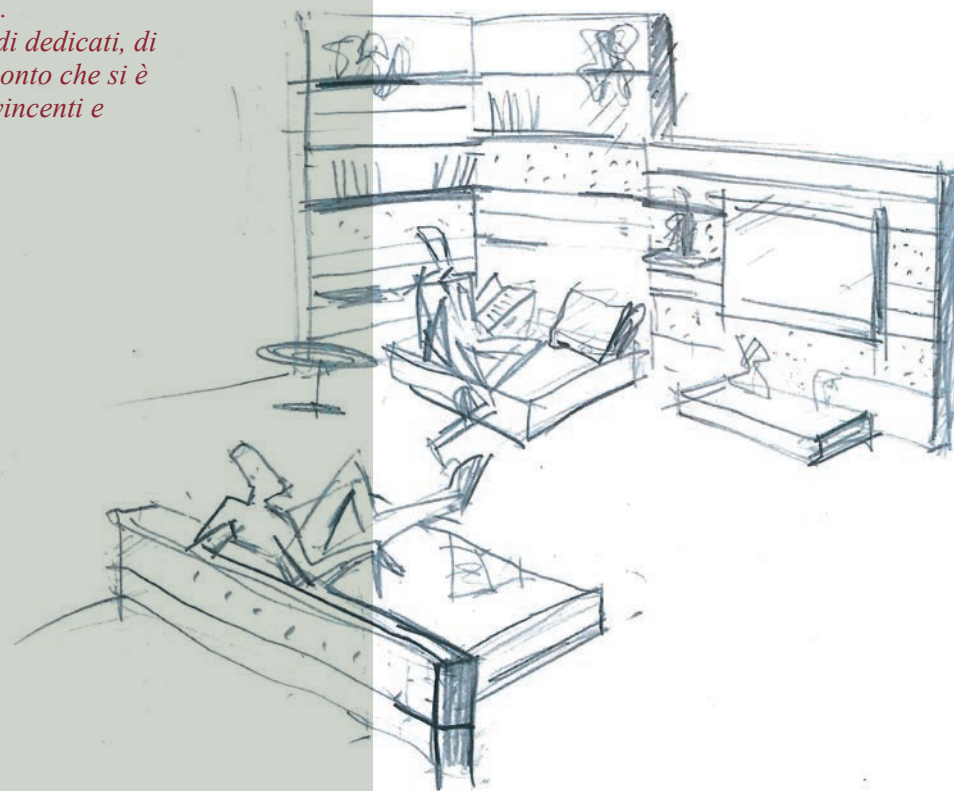
The story so far...

I DESIGNERS E LE STORIE ECCELLENTI

IL DIALOGO, IL CONFRONTO, IL PROGETTO

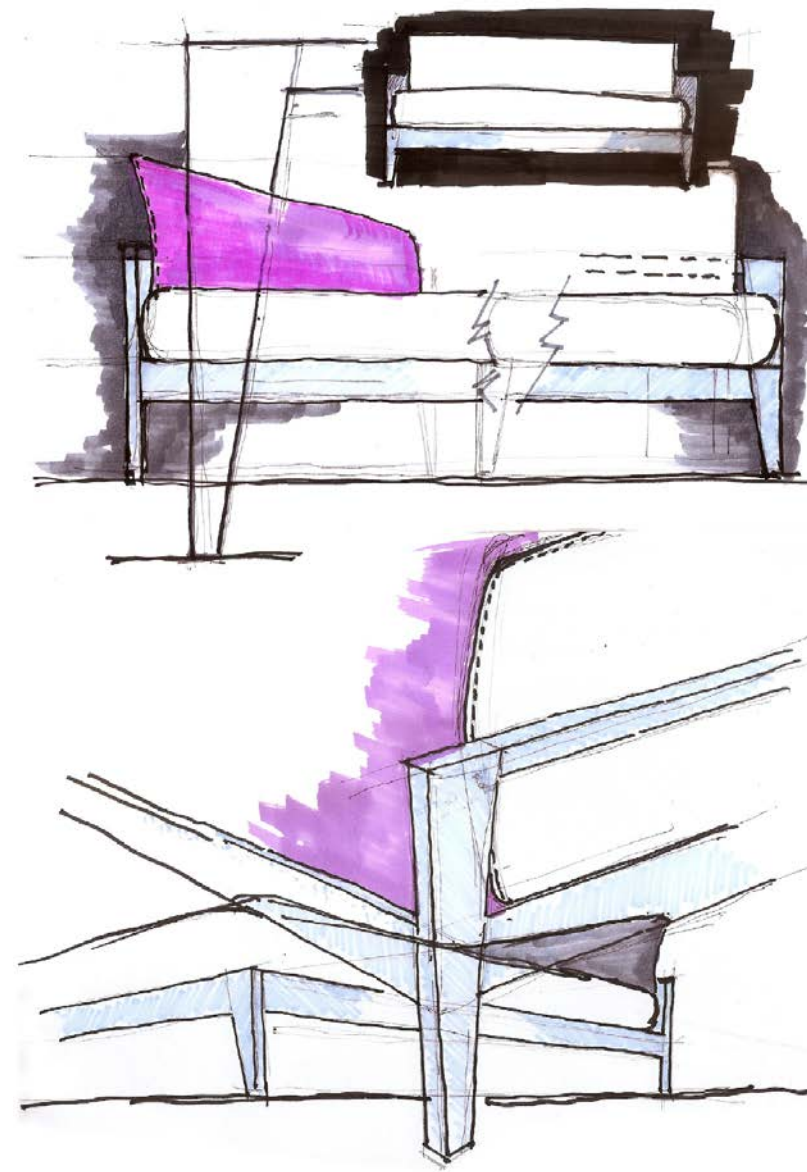
*Studio Palomba Serafini Associati, Studio Viganò,
Meneghello & Paoletti Associati, Silvia Prevedello, Enrico Girotti, Giovanna Talocci, Monica Graffeo, Studio Thesia
Progetti, Cairoli & Donzelli, Studio Balutto Associati, Roberto Semprini.*

*Sono alcuni dei designers che Twils ha coinvolto negli anni nella costruzione di mondi dedicati, di
sogni abitativi dove, grazie all'incontro fra tessile e design, si è dato vita ad un racconto che si è
sviluppato attraverso collezioni capaci di regalare calore e valore, cataloghi avvincenti e
coinvolgenti, eventi e incontri e comunicazione.*



Twils®

*La collaborazione e il confronto diretto e continuo fra i designers e i maestri
manifatturieri che operano in Twils- alcuni di loro dal 1982- è da sempre la
condizione ineliminabile di un processo progettuale fatto di scambio e di incontro,
di storie ed esperienze che si incrociano e germinano regalando valore.
Nel 2018 è iniziato anche un percorso di confronto con gli studenti dello IUAV,
Istituto Universitario di Venezia, sul tema delle strategie di comunicazione del design.*





COLLABORATION

2019		Ludovica + Roberto Palomba con Matteo Bollati e Stefano Contini	<i>Bed De-Light</i> <i>Bed James</i> <i>Bed Sail</i>
2018		<i>Sofà Balmoral</i> <i>Bed U-Bed</i> <i>Table Dodeca</i>	Cairoli & Donzelli Studio Thesia Progetti Sara Moretto
2017		Studio Viganò Meneghello & Paoletti Associati Studio Thesia Progetti	
2016		<i>Bed Carnaby</i> <i>Bed Drop</i> <i>Bed Legend</i> <i>Bed Natural</i>	Balutto Associati Studio Viganò Cairoli & Donzelli Meneghello & Paoletti Associati
2015		Monica Graffeo Silvia Prevedello Roberto Semprini	
2014		<i>Bed Camaleò</i> <i>Bed Pochette</i> <i>Sofà Set</i> <i>Bed Vendome</i> <i>Pouf Seipersei</i>	Studio Thesia Progetti Cairoli & Donzelli Studio Viganò Silvia Prevedello Baldessari & Baldessari
2012		Enrico Girotti Silvia Prevedello Antonella Scarpitta	
2011		<i>Bed Ramses</i>	ADD Angelo Dall'Aglío
2010		Cairoli & Donzelli	
2009		<i>Table Simplit</i> <i>Nighstands</i> <i>Tetris</i>	Bottino e Tinti Cairoli & Donzelli
2005		Sivia Simionato Talocci Design	<i>Bed Jeune</i> <i>Bed Giano</i>

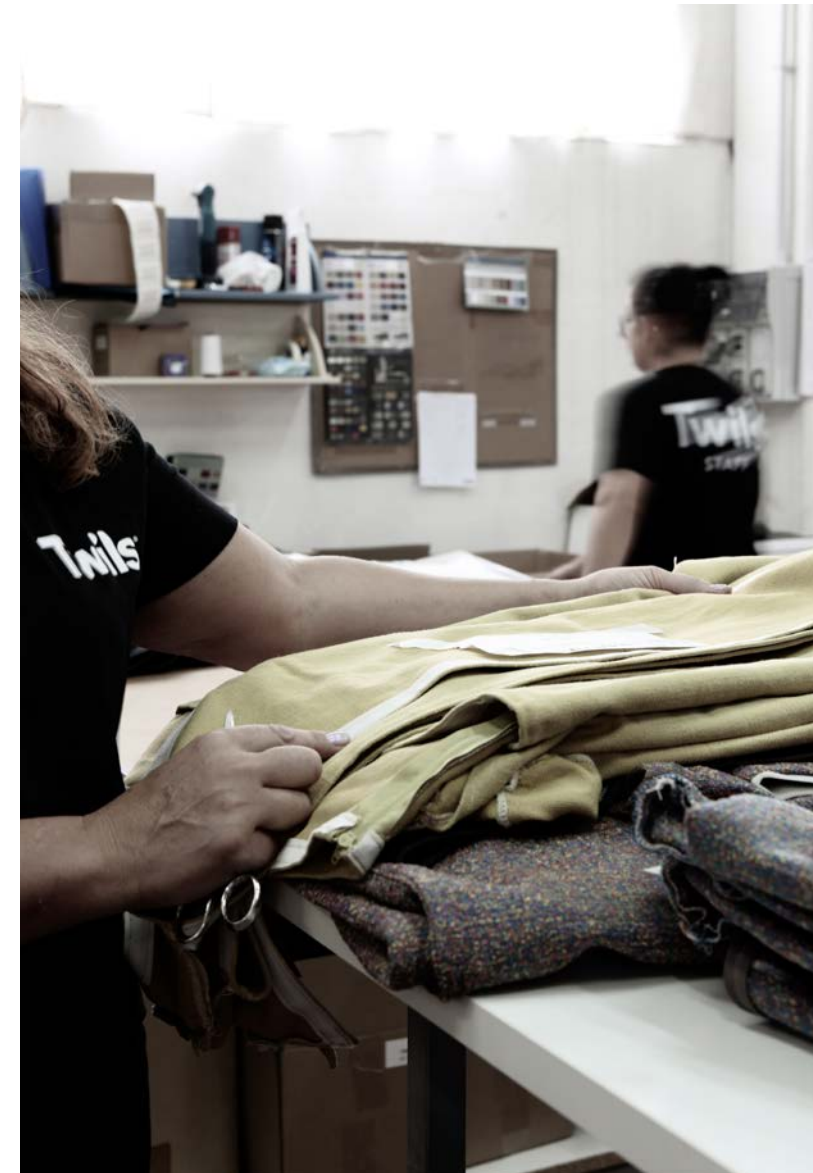


IL TESSILE, IL CALORE DELL'AMBIENTE E IL COLORE

LA MAGIA DELLE FIBRE NATURALI

Con un background che parlava già chiaramente il linguaggio tessile è stato naturale traslare questa sensibilità scegliendo la strada della trasformazione e della fusione con mondi contigui e percorrendola all'insegna del più rigoroso Made In Italy. Twils interpreta oggi tutto il mondo della casa con la sua sensibilità verso il tessuto e la sua capacità sartoriale, selezionando i tessuti naturali, il cotone, la seta, il cachemire, il lino stropicciato, le pelli della qualità più fine. Wilma Carnieletto è l'artefice della ricerca e della raffinata selezione di tessuti, una magia che si rinnova puntualmente ogni anno, in accordo con le proiezioni di tendenza.

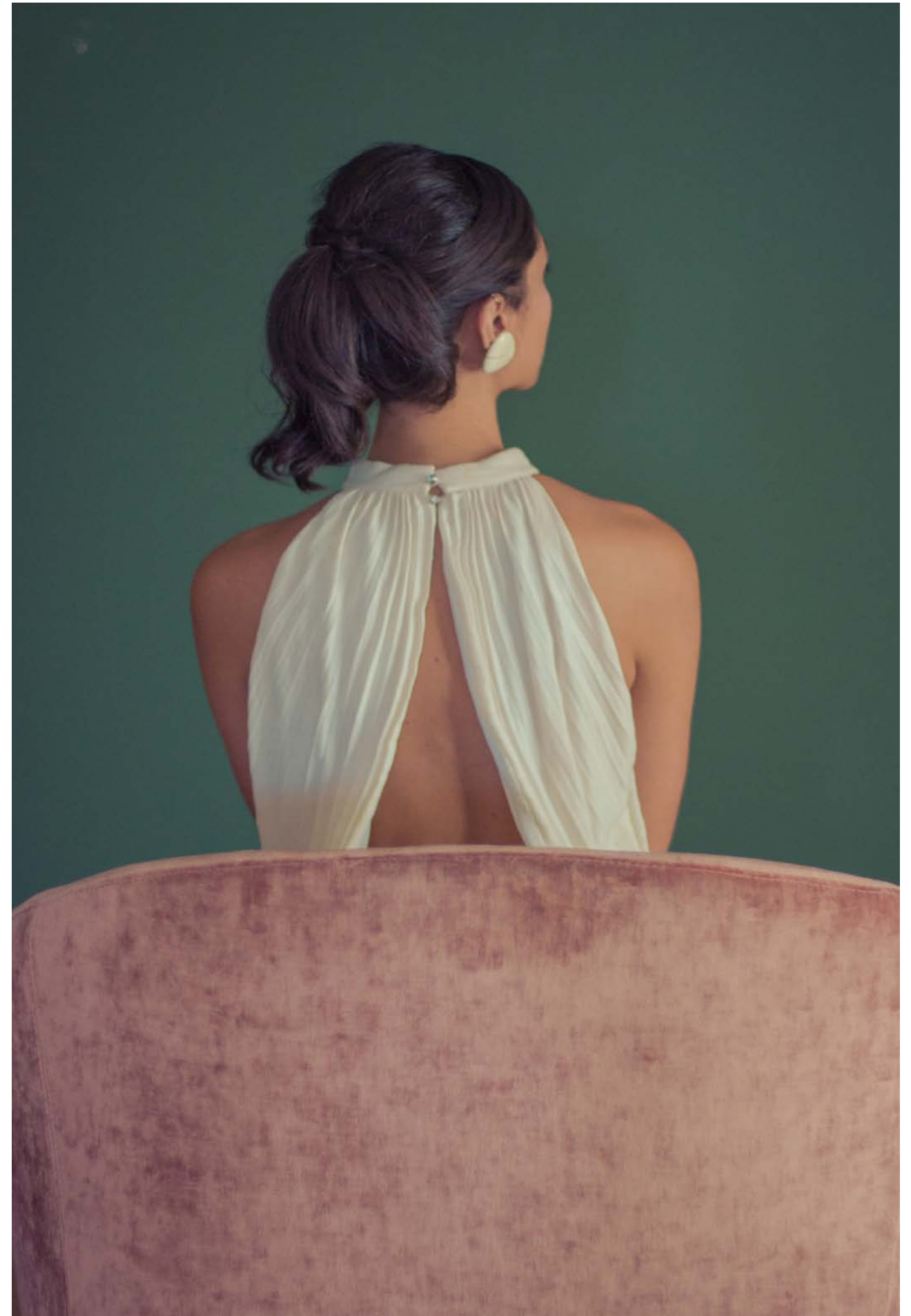
Wilma Carnieletto è l'artefice della ricerca e della raffinata selezione di tessuti, una magia che si rinnova puntualmente ogni anno, in accordo con le proiezioni di tendenza.



The story so far...

LA COMUNICAZIONE E LA SOCIAL REPUTATION

L'ECONOMIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI DESIDERI



The story so far...

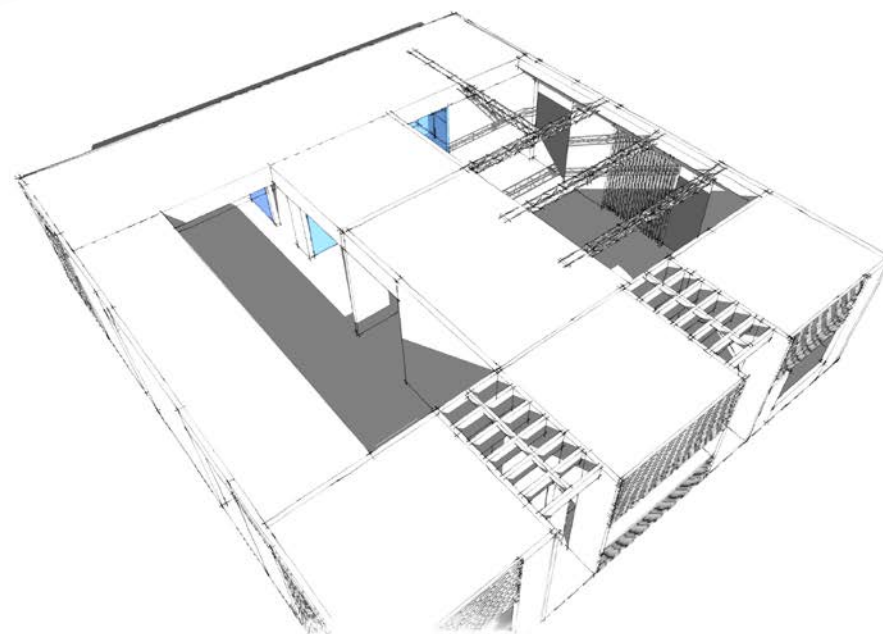
Dall'economia di prodotto e di mercato oggi viviamo nell'economia della comunicazione.

Twils crede da sempre nella comunicazione come elemento strategico di innovazione per la creazione di valore economico, consapevole che con il design, la progettazione, la distribuzione, la logistica e il servizio al cliente è parte inscindibile della catena.

Utilizza pertanto tutti gli strumenti, come veicolo di crescita e di affermazione del brand sui mercati nazionali e internazionali, per raccontare alle persone -intercettandone i desideri- di un prodotto che è frutto di un territorio, della cultura del luogo, delle tradizioni, rendendolo così unico e inattaccabile da contraffazioni nel mercato globale.

E così cataloghi, campagne pubblicitarie, eventi e ufficio stampa accompagnano da sempre il percorso aziendale.

La comunicazione online è mantenuta costantemente viva e aggiornata grazie a una sempre crescente presenza sui social network e, da settembre 2019, dal nuovo sito istituzionale.



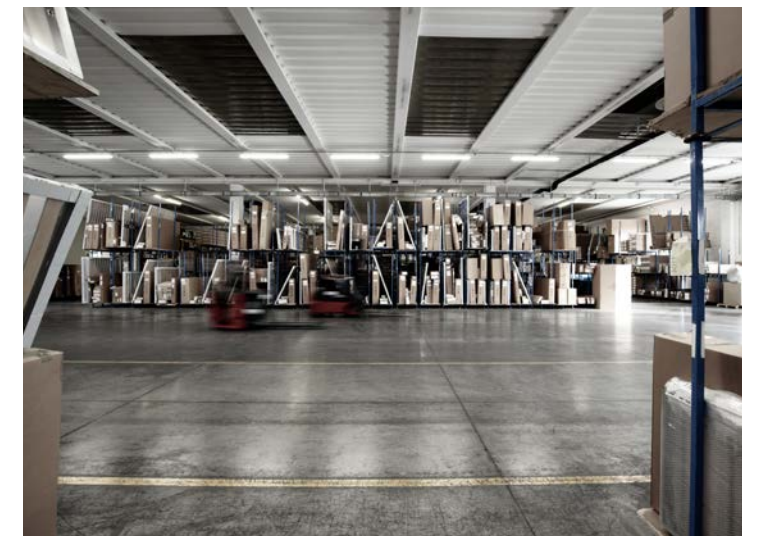
Da Milano a Parigi, da Mosca a Shanghai, Twils partecipa ai più importanti appuntamenti fieristici internazionali con stand e allestimenti che comunicano e raccontano l'identità aziendale nella sua complessità.

TODAY

DUE DIVISIONI,
TWILS E TWILS LOUNGE



The story so far...



Quattrocento prodotti in catalogo, firmati da designers influenti e visionari, prodotti in uno stabilimento di 10.000 mq, attrezzato con le più avanzate tecnologie, dove lavorano 60 addetti interni. Un indotto di 50 operatori completa il processo produttivo. Inoltre, adiacente all'azienda, uno show room di oltre 1000 mq, un openspace multivello teatro di incontri ed eventi con clienti, stampa e distributori, dove il mondo del living e quello della notte trovano la loro rappresentazione.

Lo show room è anche laboratorio permanente di formazione per clienti, operatori e dipendenti, dove sperimentare l'alfabeto stilistico fatto di prodotti, colori, suggestioni e tessuti in base alle tendenze e alle mutazioni del concetto dell'abitare.

The story so far...

I NOSTRI VALORI

LA RESPONSABILITA' SOCIALE,
PRODURRE CON PASSIONE,
ETICA E RISPETTO.

Twils opera nell'ottica della sostenibilità, conciliando la coscienza ecologica con le esigenze produttive e con il rispetto e la cura delle persone che lavorano in Azienda.

I processi produttivi sono volti alla salvaguardia dell'ecosistema e alla riduzione dell'impatto sull'ambiente privilegiando le materie prime naturali e riciclabili e adottando criteri di sostenibilità e di valutazione dell'impatto ambientale dei prodotti lungo tutto il ciclo di vita, dalla produzione allo smaltimento.





Twils®

La Certificazione Catas E1 n° 12/96 e n°13/1997 rev. 03, garantisce la totale atossicità di tutte le parti lignee dei prodotti Twils.
Il concetto di filiera breve, plasticamente visibile in Twils, rende più agevole ed efficace il controllo di ogni singolo passaggio dell'intero processo manifatturiero.

La certificazione UNI EN ISO 9001:2008, che è stata conseguita con il codice IT 15/0312, non è solo una sigla, ma l'assunzione della piena responsabilità di progettare in maniera consapevole in adesione ai principi della lean manufacturing. La soddisfazione del cliente e la salvaguardia della sua salute rappresentano l'obiettivo dell'azienda e ogni azione imprenditoriale è basata sull'impiego razionale delle risorse.



La rete distributiva Twils si è sviluppata in maniera capillare sul territorio nazionale attraverso show room multimarca qualificati e relazioni privilegiate con una selezione di top client e -recentemente- attraverso una politica di Flagship Store, che permettono un'esposizione ideale e partecipativa delle collezioni Twils e Twils Lounge. A livello internazionale l'azienda è presente in Europa, Russia, Cina, Medio Oriente e Stati Uniti, ma l'espansione sui mercati esteri è in costante divenire, poiché la vocazione di Twils è essere un marchio simbolo del Made In Italy nel mercato globale.

