



TEMPINI®
all in design

www.tempini.ro

EXCE

DESIGN

TEMPINI SAU PROMOVAREA LENȚEI ÎN ARTA DESIGNULUI



VIZIUNEA COMPANIEI ESTE ACEEA DE A ADUCE designul italian în proiectele din România

Povestea Tempini începe în 1921, la Brescia, și se întinde astăzi pe mai multe generații, transformând o afacere de familie într-un nume cu prezență internațională. Dincolo de cifre și expansiune geografică, ceea ce a menținut compania legată de rădăcinile ei este spiritul care a însoțit-o de la început – un caracter construit nu întâmplător, ci prin valori și o cultură organizațională transmise cu grijă de-a lungul timpului, din generație în generație.



Această transmitere nu a fost lăsată în seama documentelor sau a procedurilor interne, ci a rămas o misiune personală a familiei Tempini. Membrii familiei s-au implicat direct în formarea responsabililor tuturor centrelor de business care poartă numele companiei, asigurându-se că valorile fondatoare nu rămân doar declarații de principiu. Numele Tempini a fost „arborat” pe identitatea unui business abia după ce liderii locali au demonstrat, prin fapte, că aparțin cu adevărat acestor valori – o condiție nenegociabilă, indiferent de potențialul comercial al zonei respective.





Gigi Nacev,
Director General Tempini RO

Rigoarea sus menționată a avut însă și un preț: există zone geografice în care extinderea a fost testată, dar la care compania a renunțat pentru că resursele umane locale nu au fost dispuse să facă pasul spre o schimbare de mentalitate.

„Pentru Tempini, coerența valorilor a contat mai mult decât oportunitatea de moment – o alegere care spune, poate, mai multe despre companie decât orice cifră de afaceri”, ne-a declarat dl. Gigi Nacev, Director General Tempini RO.

Tempini în România

În România, povestea Tempini începe în 2009, odată cu deschiderea showroom-ului din Timișoara, urmată curând de cel din București. De atunci, piața designului de interior a parcurs o evoluție exemplară, vizibilă atât în cifre, cât mai ales în calitate. Valoric, piața s-a triplat; estetic și calitativ, însă pașii făcuți sunt și mai greu de măsurat în cifre, dar cu atât mai evidenți în rezultate.

Tempini vorbește despre showroom nu doar ca despre un spațiu comercial, ci ca despre o „casă” și un loc în care clienții, designerii și arhitecții descoperă colecții și își dezvoltă propriul stil. Această filozofie a „casei locuite” se regăsește, de altfel, chiar în conceptul spațiului: compania a inovat, creând primul showroom conceput ca o casă locuită, nu ca o expoziție clasică de materiale.

„Experiența showroom-ului este, prin urmare, esențială. Și în această privință am inovat, creând primul showroom conceput ca o casă locuită. Succesul acestei formule a fost surprins cel mai bine chiar de un artist care și-a expus lucrările în showroom: potrivit acestuia, tablourile trebuie expuse pe pereții unei locuințe reale, așa cum vor fi văzute și în propria casă a clientului, nu într-o galerie aglomerată, cu pereți albi”, precizează Directorul General.

Tempini a avut și are în continuare un rol important în evoluția pieței de design interior, fiind un trend-setter important care a adus în piața locală ultimele modele de materiale lansate la târgurile internaționale. Misiunea companiei este „Promovarea excelenței în arta designului”, iar viziunea este aceea de a aduce designul italian în proiectele din România.

Tempini vorbește despre showroom nu doar ca despre un spațiu comercial, ci ca despre o „casă” și un loc în care clienții, designerii și arhitecții descoperă colecții și își dezvoltă propriul stil



www.florim.com

Italian Excellence in Porcelain Surfaces



With an innate passion for beauty and design, Florim has been producing ceramic surfaces for over 60 years to meet the needs of construction, architecture, and interior design. Led by Claudio Lucchese, son of founder Eng. Giovanni Lucchese, the company is deeply rooted in the Italian ceramics district and today stands as an international trendsetter in the industry.



In 2025, the Group reported revenues of approximately €420 million. With cutting-edge production facilities, commercial branches, and partnerships across Europe, the Americas, and Asia, as well as Flagship Stores in key global design and architecture capitals (including Milan, New York, Moscow, Singapore, Frankfurt, London, Abu Dhabi, Rome, Los Angeles and Seoul) Florim has a strong global presence. A strategy focused on quality, innovation, and sustainability combines with creativity and the dedication of its people to transform the recognized value of "Made in Italy" into MADE IN FLORIM. After changing its articles of association and becoming a Benefit Corporation, Florim achieved B Corp Certification in 2020. Since 2022, the company has also been a member of Altagamma, the foundation that brings together Italy's leading

companies recognized worldwide as ambassadors of Italian lifestyle and excellence. Technological innovation and aesthetic research, state-of-the-art production facilities, and highly efficient manufacturing processes make Florim a truly distinctive company. The brand is presented to the global market through four commercial lines distributed worldwide: Luxury Design, Creative Design, Architectural Design, and Contemporary Design. Alongside these is FLORIM Stone, the brand dedicated to the world of furnishings and worktops, combining design and functionality in a single large format (320x160 cm) available in three different thicknesses (6, 12, and 20 mm). FLORIM Skin, on the other hand, at just 3 mm thick and reinforced with treated fiberglass mesh, offers a wide selection of surfaces in a single large 120x300 cm format, suitable for multiple applications and seamlessly blending aesthetics with uncompromising performance.





Tempini a reușit să construiască un univers amplu de home design

Procesul de selecție a produselor expuse în showroom-urile Tempini se bazează pe mai multe criterii. În primul rând, produsul trebuie să fie de ultimă generație, inovator și adaptat gustului pieței locale, o piață cu particularități specifice. Urmează analiza calității, iar aici Tempini selectează exclusiv produse aflate în Top 3 Made in Italy.

Nu în ultimul rând și, s-ar putea spune, decisiv, contează serviciul pe care producătorul îl oferă pe piața din România: sprijinul agenților locali, timpii de livrare, modul în care sunt rezolvate eventualele erori ce pot apărea

într-un astfel de business. Aceste criterii riguroase au permis companiei să depășească, în timp, zona strictă a plăcilor ceramice și să construiască un univers de home design mai amplu, care include astăzi și obiecte sanitare, tapet, parchet și panouri decorative.

Tempini a avut încă de la început o gamă largă de categorii comerciale, completându-și constant portofoliul cu produse nou apărute pe piață, precum panourile decorative sau plăcile ceramice personalizate.

„Și în abordarea acestor noi categorii, am fost permanent deschizători de drumuri. Toată această strategie are la bază politica noastră comercială care prevede ca materialele expuse să fie alegerea biroului de achiziții, birou care are contact cu „laboratoarele” furnizorilor, și nu de către biroul de vânzări, birou tentat să expună cele mai vândute materiale, materiale care natural vor avea o curbă viitoare descendentă”, afirmă dl. Gigi Nacev.



*De-a lungul timpului,
Tempini a depășit zona
strictă a plăcilor ceramice*

Promotorul plăcilor ceramice de dimensiuni mari

Compania a adus în România încă din 2015 plăci ceramice de dimensiuni foarte mari, deschizând noi posibilități pentru arhitecți și designeri. Tempini a fost primul distribuitor de plăci ceramice care a propus în piață, la nivel european, plăcile de dimensiuni mari.

Prima placă din lume a fost montată în Cluj Napoca. Adoptarea la scară largă a acestor plăci de dimensiuni mari a durat aproximativ opt ani, timp în care echipele de montaj au învățat tehnicile de manipulare și montaj. Astăzi, plăcile de 160x320 cm reprezintă limita superioară în ceea ce privește dimensiunea, inovațiile actuale fiind mai degrabă în zona finisajelor și culorilor.

La târgul de anul trecut au fost prezentate prototipuri de finisaje mat-lucios pe aceeași suprafață, alături de o paletă de culori imposibil de obținut în trecut. Ceramica se colorează cu pigmenți speciali, care au însă anumite limitări, ceea ce face ca finisajele obținute în prezent să devină cu atât mai speciale.





Compania a lansat, împreună cu alți doi parteneri, Murali Store și Hogarti, platforma CUIB Hub – <https://cuibhub.ro/>

Colaborarea cu arhitecți și designeri

Succesul Tempini se datorează însă, în egală măsură, și colaborării cu arhitecți și designeri, compania inovând permanent, chiar și în ceea ce privește comunicarea cu comunitatea de design interior.

În urmă cu 12 ani, Tempini a realizat primul podcast cu designeri și arhitecți, într-o perioadă în care acest format nici nu era cunoscut, și primul eveniment cu participare internațională Cuib. Totodată, membri ai echipei Tempini au avut inițiativa de a sprijini înființarea Asociației Române de Design și Inovație.

Recent, compania a lansat, împreună cu alți doi parteneri, Murali Store și Hogarti, platforma CUIB Hub (<https://cuibhub.ro/>), care pune în legătură, într-un mod profesional, designerii de interior cu persoanele interesate de acest tip de servicii, indiferent că ne referim la persoane fizice sau dezvoltatori imobiliari.

Această apropiere de comunitatea de design se reflectă și în portofoliul de proiecte al companiei: cele mai reprezentative rămân cele rezidențiale premium, deși portofoliul este destul de variat, incluzând proiecte din industrii precum HoReCa, hotelier, aeroporturi, săli sportive etc.



Etică, cultură, flexibilitate, eficiență și pasiune

Indiferent de proiect, Tempini își definește astăzi, ca și până acum, valorile prin etică, cultură, flexibilitate, eficiență și pasiune, valori care stau la baza tuturor strategiilor companiei, de la procesul de recrutare a resurselor umane până la relația cu clienții. Această coerență valorică se reflectă și în evoluția financiară a companiei: performanțele din ultimii șase ani au fost într-o creștere constantă, datorată în special dezvoltării teritoriale.

„Privind spre viitor și influențată fiind de potențialul noilor acționari intrați recent în companie, Tempini estimează că ritmul de creștere urmează să se accelereze, în condițiile în care strategia vizează dezvoltarea geografică, adăugarea unor categorii comerciale noi și abordarea unor dezvoltări imobiliare de nivel superior”, a concluzionat dl. Gigi Nacev, Director General Tempini RO.





TEMPINI®
all in design

Nr. 160 | Noiembrie 2026

JURNALUL DE AFACERI
Totul despre afacerile din România