Mobboli: Nueva marca de Mobiliario desde Madrid

Hace pocos meses se presentó en la feria Hábitat Valencia una nueva marca de mobiliario: Mobboli. Curiosamente esta nueva firma tiene su sede en Madrid, pero no solo sus oficinas, también tiene 30.000 m2 de fábrica. ¿Qué cómo es posible empezar así de potente? Es posible porque esta nueva marca la ha creado una empresa, delaoliva, que lleva en el mercado más de 60 años. ¿Qué motivación hay detrás de delaoliva para crear una nueva marca en el 2018? Nos lo explica Pepa Pérez de la Oliva, hija del fundador de delaoliva y actual CEO.

Imagen superior: Colección Momma

Imagen superior: Colección de taburetes Naxos

¿Cuándo aparece en el mercado Mobboli?
Se ha presentado en la feria Hábitat de Valencia en septiembre de este año 2018.

¿Qué diferencias hay con delaoliva tanto en producto como en target?
La diferencia entre las dos marcas viene definida por los diferentes targets a los que se dirigen y los diferentes canales de distribución que pueden utilizar. El target de delaoliva son las empresas, bien sean públicas o privadas, dado que presenta un producto dirigido a la oficina y a los espacios públicos y colaborativos. El target de Mobboli es el arquitecto, el diseñador de interiores, el decorador y en general el prescriptor de proyectos contract y hospitality. Es un producto dirigido a restaurantes, bares, hoteles, áreas y centros comerciales, etc. El producto que ofrece delaoliva piensa en la oficina, pero no solo en los espacios de trabajo sino también en los espacios colaborativos y lounge de la oficina actual. El producto de Mobboli piensa en el proyecto contract. Y dicho esto, nos planteamos dos preguntas claves: – ¿Pueden compartir un producto ambas marcas? Sí, pueden compartir alguna colección siempre que el producto encaje en los dos sectores. ¿Qué diferencia presentan esos productos compartidos? La imagen, la comunicación, los acabados, el embalaje y fundamentalmente la personalización que del mismo haga el cliente. Los acabados y opciones de ambas marcas no tienen porqué ser los mismos, cada marca "piensa" en satisfacer las necesidades de su target y del cliente final y éstos no son los mismos. Podría resumir la preocupación de ambas marcas en diferentes binomios: para delaoliva busca la mejor relación calidad/precio. Mobboli busca la mejor relación calidad/diseño.

Oficinas en Ginebra por Bloomint Design

El proyecto que te mostramos es el último trabajo del estudio...

Isern Serra y Sylvain Carlet diseñadores de Orvay

Uno de los últimos trabajos de Isern Serra y Sylvain Carlet ha sido...

Jóvenes Diseñadoras de Objetos

Hace ya un par de semanas se pudo ver en Madrid una exposición de...

Didier Faustino y XYZ Lounge

Hablamos de uno de los últimos proyectos del diseñador Didier...

Imagen superior: Colección japan, un diseño de Héctor Diego

¿Dónde fabricáis vuestros productos? ¿Tenéis fábrica en Madrid? ¿Qué parte del proceso lo hacéis en Madrid y cuál fuera?
Sí, tenemos fábrica en Madrid. Mobboli fabrica sus productos en Torrejón de Ardoz, dentro de la Comunidad de Madrid, son 30.000 m2 de instalaciones propias donde integra e internaliza todo el proceso productivo: taller de chapa y tubo metálico con maquinaria de última tecnología y personal altamente cualificado; túnel y horno de pintura epoxi con cabinas para pintar en diferentes colores; sección de goma y tapicería, y sección de montaje. Así mismo, cierra el proceso productivo con una flota de camiones propios para realizar las entregas de la mercancía dentro de la península. El desarrollo de madera tanto curva para interiores de sillas como plana para tapas se realiza en Onda en Castellón de la Plana dentro de la Comunidad Valenciana, también en instalaciones propias. La fabricación la realizamos 100% en España y con un proceso productivo internalizado. Esta es sin duda, la mayor ventaja competitiva de Mobboli pues elimina márgenes añadidos de intermediarios para volcarlo directamente en el mejor precio para el cliente sin afectar a la calidad; y además permite personalizar y dar respuesta directamente con mayor agilidad en los plazos de entrega.

Imagen superior: Sillas Save un diseño de Ximo Roca

¿Cuántas personas trabajan en delaoliva y en Mobboli? ¿sois el mismo equipo?
En algunos aspectos básicamente sí somos el mismo equipo pues ambas marcas, Mobboli y delaoliva son la misma empresa, son líneas de negocio diferentes, pero facturadas y lideradas ambas por P. de la Oliva, S.A. Ello nos permite generar una sinergia y aprovechar recursos materiales y humanos. El equipo productivo, el financiero, compras y logística sí son el mismo equipo. Las diferencias en equipo y en estrategia se marcan en departamento comercial, marketing, diseño y oficina técnica.

¿Hay un director creativo/a para Mobboli?
Sí, aunque Mobboli ha sido trabajo de todos y una marca muy meditada, Mobboli surge del impuso creativo e innovador del equipo delaoliva, puede decirse que la dirección creativa de Mobboli desde dentro la estoy liderando yo.

¿Se puede comprar online? ¿Tenéis pensado venta online propia?
Estamos empezando y **Mobboli** se puede adquirir a través de estudios de arquitectura, diseñadores de interiores y tiendas especializadas en el sector que colaboran en el proyecto. No tenemos pensado la venta online directa del producto. Se puede también acceder al producto desde Archiproducts.

¿A quién pertenece Mobboli y por tanto delaoliva?
Ambas marcas son de P. de la Oliva, S.A., una empresa familiar que nace en 1957 como fabricante de tableros y banquetas de dibujo, que luego evolucionó hacia la fabricación de sillas de oficina y mobiliario escolar, dos sectores en lo que es reconocida como marca líder en España. Destacar que desde 1972 tiene una importante presencia como proveedor homologado en la administración pública. Actualmente la empresa esta en manos de los dos hijos de su fundador: Gerardo y Pepa Pérez de la Oliva.

Imagen superior: Sillas Save un diseño de Ximo Roca

¿Eres la CEO tanto en delaoliva como en Mobboli?
Sí, pero comparto la dirección con mi hermano Gerardo.

¿Cuántos años llevas en la compañía? ¿Qué experiencia tenías anteriormente?
Me incorporé a la empresa en el año 1987, nada más terminar mi licenciatura en ciencias económicas y empresariales, con ninguna experiencia más allá de las prácticas de la carrera realizadas en Firestone. Mi intención era dedicarme a la docencia en la Universidad, pero las circunstancias empresariales no me permitieron terminar el doctorado y terminé inmersa al 100% en delaoliva.

Imagen superior: Colección Chelsea

¿Por qué crear una marca nueva cuando ya teníais una con 60 años de experiencia?
Porque no tiene nada que ver una marca con la otra. Nos ilusionaba crear una nueva marca, joven, fresca, flexible y vanguardista, y al mismo tiempo fiel a sus orígenes. Con la esencia de "menos es mas" creamos Mobboli con una selección de productos cuidados, con diseño, sostenibles: modelos funcionales y versátiles, de líneas actuales y atractivas para uso comercial, residencial y contract. Con Mobboli no solo creamos una marca, creamos una nueva línea de negocio claramente dirigida al contract y con una imagen y comunicación muy cuidada, que no coincide con la política comercial de delaoliva, ni queríamos que coincidiese. Afortunadamente delaoliva es una marca con buena trayectoria que funciona bien acorde a la política comercial del sector del mobiliario de oficina, pero queríamos otra cosa. Hemos sacamos Mobboli al mercado cuando entendemos que tenemos algo que aportar en un nuevo camino ligado a la arquitectura, y nos resultaría casi imposible cambiar la imagen completa de todos los productos que ofrece delaoliva y de la propia marca. Mobboli es un proyecto ilusionante partiendo de cero para crear todo nuevo, es una marca con la que además se desea internacionalizar la empresa, pero para ello somos conscientes de la importancia y esmero en la comunicación y el marketing. El diseño será también el aliado de esta nueva marca cuyo target es la arquitectura, por ello ya tenemos varios productos en la cocina de la mano de prestigiosos diseñadores.

Imagen superior: Sillas Hug, diseñadas por Ximo Roca

¿Cuál es vuestro mayor reto en los próximos años?
Forma parte de nuestra estrategia y quizá no es el momento de ser ambiciosos como para contarlo, pero si podemos adelantar que el reto es la internacionalización de la marca.

www.mobboli.com