

XLVI

HOT METAL WORKERS

XLVI è un laboratorio artigianale che opera nel mondo del caffè.

XLVI è un contenitore creativo.

Gli obiettivi che intendiamo perseguire sono innovare, costruire, elaborare e rendere uniche le nostre creazioni.

Cerchiamo di dare un'anima al metallo e di conseguenza ai nostri prodotti.

In questa fase, ci scontriamo con una concorrenza agguerrita come non mai ed è fondamentale individuare in anticipo le nuove tendenze e le fasce di mercato libere.

LE MODE CAMBIANO

La parte umana torna protagonista

Dopo un periodo in cui la parte umana e la figura del barista sono state accantonate per fare spazio a robot e automazioni, stiamo assistendo a un repentino cambio di direzione. L'aspetto umano sta tornando protagonista e con esso, la necessità di strumenti che possano esaltare la bravura e la manualità. Tutti i prodotti XLVI tengono conto di questo concetto e sono in grado di valorizzare il barista qualificato.

GLOBALIZZAZIONE

Ma quanta differenza ancora

Una delle grandi sfide intraprese da XLVI è stata quella di provare a colmare il divario culturale tra Italia e resto del mondo. A oggi, sul mercato sono presenti decine di costruttori di macchine da caffè, quasi tutti però "schierati tecnicamente", o da una parte o dall'altra.

Noi abbiamo cercato di trovare l'equilibrio tecnico che ci permetta di mantenere vive le esigenze, gli stereotipi e le tradizioni italiane senza trascurare differenti culture e tendenze emergenti, creando un prodotto che a noi piace definire internazionale.

TUTTI UGUALI MA OGNUNO È DIVERSO

Esigenze del cliente

Uno dei punti fondamentali su cui si basa XLVI è l'importanza e la soddisfazione del cliente.

Ogni cliente ha una propria filosofia, dei propri gusti e per questo ci mettiamo a disposizione e cerchiamo di esaudire ogni sua richiesta tecnica o estetica.

La tendenza di mercato del settore è abbandonare i prodotti standard e dedicarsi alla creazione di pezzi unici e progettati su misura.

Dotarsi di una XLVI equivale a sviluppare un'elaborazione

sartoriale: è come cucirsi un vestito addosso.

Tutto questo è possibile solamente passando attraverso a un'accurata selezione dei fornitori: in XLVI non scegliamo i grossisti in base al prezzo ma abbiamo la necessità di trovare partner affidabili disposti a sacrificarsi, innovare e creare di pari passo a XLVI.

CONOSCENZA DELLA PARTE MATERICA

Al giorno d'oggi, la potenziale clientela è informata e competente: se fino a qualche anno fa, la maggior parte degli acquirenti comprava "con gli occhi", senza minimamente interessarsi alla tecnica e alla tecnologia, oggi è di fondamentale importanza avere una tecnologia all'avanguardia per non essere emarginati dal mercato.

XLVI lavora e investe quotidianamente in ricerca e sviluppo per arricchire il proprio box tecnologico e distinguersi dalla concorrenza.

CREATIVITÀ DEL DISEGNO

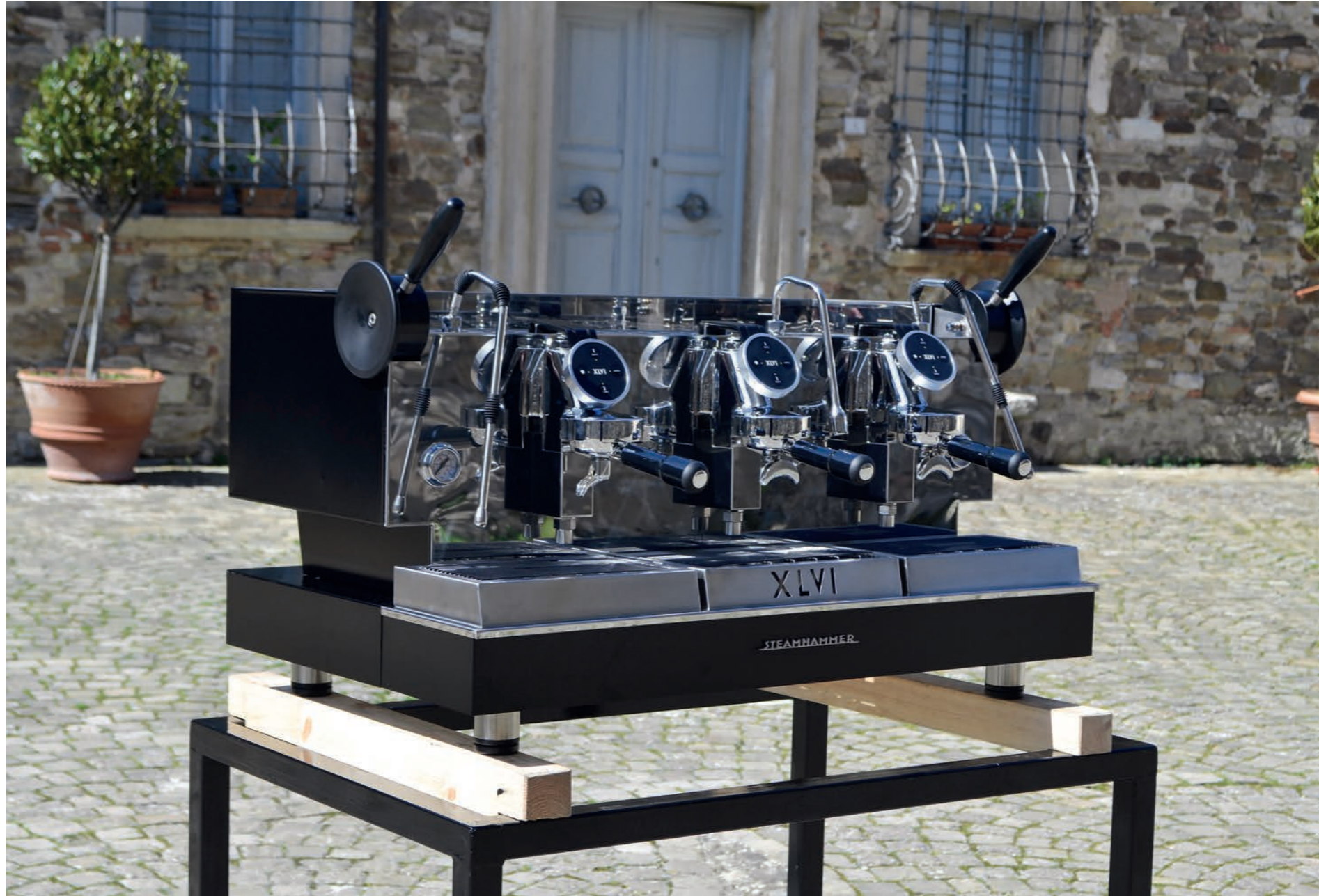
Anello di congiunzione tra ingegneria e arte, invenzione e stile, produzione e mercato, il design è uno dei fattori fondamentali per vendere i propri prodotti.

Creare un macchinario dal profilo estetico soddisfacente, non è per niente semplice, anche perché spesso va in contrasto con la tecnica.

Noi di XLVI, fans delle linee semplici e pulite, maniaci del dettaglio e appassionati dei materiali nobili, attraverso il design cerchiamo di dare un'anima ai nostri prodotti.

Crediamo che il barista abbia sempre più bisogno di un macchinario bello per attirare l'attenzione verso se stesso. Secondo XLVI, il Design è consapevolezza: essere consapevoli del presente e immaginare il futuro.

WWW.XLVI.IT



WE ARE ALL THE SAME, BUT EACH ONE OF US IS DIFFERENT

The customer's requirements

One of the essential elements on which XLVI is founded is the importance of the customer and the need to ensure their satisfaction.

Each customer has their own philosophy and tastes and this is why we try to provide for and meet every request they may forward to us, with regard to the technical or aesthetic aspects of our products.

The market trend in the sector is to abandon standard products and focus on unique pieces that are made-to-measure.

Purchasing an XLVI is the same as developing a tailored design: it is like sewing oneself into the perfect suit.

All this is only possible by coming through a careful supplier selection process: at XLVI we do not choose our wholesalers based on price but instead seek reliable partners who are willing to make sacrifices, innovate and create hand in hand with XLVI.

KNOWLEDGE OF THE PRODUCT INSIDE OUT

The potential customer in today's world is well-informed and skilled: if, up until a few years ago, most customers would buy "with their eyes", without as much as a glimmer of interest in the technique or technology behind the products, today it is fundamentally important to have cutting edge technology if a company is not to be pushed out of the market. XLVI works and invests in research and development on a daily basis to enrich its technological assets and stand out from the competition.

CREATIVE DESIGN

The link between engineering and art, invention and style, production and market, design is one of the determining factors for selling a company's products.

Creating a machine that looks good is by no means easy, also because the technical aspects of a product can often prove difficult to embellish. Here at XLVI, we are fans of simple, basic designs, mad about detail and passionate about fine materials, so design is the aspect we use to give our products a soul.



XLVI is a workshop where skilled craftsmen strive to make fine objects for the world of coffee.

XLVI is a creative container.

Our objectives are to innovate, build and develop our creations, rendering them unique.

We try to give metal and consequently our products, a soul.

In this phase, we are up against a competition that is constantly proving more ruthless than ever before and it is essential to identify the new trends and free sectors of the market in advance.

FASHIONS CHANGE

The human element returns to the limelight

Following a period in which the human element and the figure of the barista were set aside to make room for robots and

automation, we are now witnessing an abrupt change of direction. The human element is returning to the limelight and it is bringing with it the need for tools that can promote skill and manual dexterity.

All XLVI products take this concept to heart and are designed to further enhance the skill of a qualified barista.

GLOBALISATION

But what a huge gap still exists!

One of the great challenges undertaken by XLVI is that of trying to bridge the cultural gap between Italy and the rest of the world. To date, the market hosts tens of coffee machine manufacturers, almost all of whom, however, are "technically divided" either on one side or the other.

We have tried to find a technical balance that will enable us to keep Italian requirements, stereotypes and traditions alive without neglecting the various cultures and trends that are emerging, creating a product that we like to define as international.