

Rassegna del 24/02/2010

- CORRIERE DELLA SERA ITALIE - Artigianato e tecnologia Il mobile che non si ferma - 1
Jacchia Antonia
- CORRIERE DELLA SERA ITALIE - "Commartigianato" la nuova attività della città infinita - 3
Bonomi Aldo
- CORRIERE DELLA SERA ITALIE - Il regno del mobile dialoga con il mondo - De Cesare 4
Corinna

LE IMPRESE CHE PUNTANO SULLA RICERCA

Artigianato e tecnologia

Il mobile che non si ferma

Rimadesio, Bellotti, Flexform, Boffi e B&B Italia: la sperimentazione è a 360 gradi: dai materiali alle strategie. Con un nuovo spirito ecologico

di **Antonia Jacchia** «L'indotto ci aiuta, cercando soluzioni intelligenti. Qui c'è un mondo di botteghe con grande esperienza, ogni lavoratore sa dalla nascita di che cosa si parla»

Usciti da Milano, direzione Brianza: verso Giussano e Meda, poi Lentate sul Seveso, Cermenate fino a Noverate, in provincia di Como. Una città continua, infinita e non definita. In questo territorio monotono e uguale a se stesso si aprono showroom e fabbriche, eleganti, tecnologiche, all'avanguardia. È questo il made in Italy che gli stranieri ci invidiano. Basta varcare la soglia per entrare in spazi che respirano creatività e ricerca. Perché nel più antico distretto del mobile, il viaggio non parla solo di sapiente tradizione ma di innovazione, altrettanto sapiente e proiettata al futuro.

Prima tappa le trasparenze e il rigore di **Rimadesio** a Giussano (Milano). Un'azienda che affonda le sue radici nel vetro, una tecnologia che da 50 anni viene continuamente approfondita, studiata, raffinata. I fratelli **Davide** e **Luigi Malberti** (la seconda generazione)

hanno messo a punto un'articolata collezione di sistemi per la suddivisione degli spazi interni, dai mobili alle cabine armadio e soprattutto porte scorrevoli e pareti mobili. «A fine anni '80 — spiega Davide Malberti — intuimmo l'esigenza di un mercato con un consumatore sempre più esigente. Da qui la necessità di un prodotto flessibile e personalizzabile al massimo». Alluminio e vetro diventano i due «materiali manifesto» della visione progettuale Rimadesio, in grado di dare forma a un'eccezionale varietà di proposte progettate da Giuseppe Bavuso. Due materiali totalmente riciclabili. Innovazione e cultura ecologica vanno di pari passo. Con un investimento di tre milioni l'azienda di Giussano si dota di un impianto fotovoltaico (fornisce il 55% del fabbisogno energetico della linea di produzione). Gli imballi sono riciclabili e prodotti all'interno dell'azienda. Le verniciature a solvente vengono progressivamente eliminate. «Abbiamo

preferito investire nella salute dei dipendenti».

Anche per **Bellotti** la scelta ecologica è una *conditio sine qua non* per lo sviluppo dell'impresa. L'azienda di Cermenate (Como) nonostante il periodo di crisi ha appena realizzato un impianto fotovoltaico sul tetto del nuovo stabilimento (copre il 45% dell'energia utilizzata). E ha allo studio colle (per i pannelli) con meno formaldeide possibile: obiettivo, azzerarla. Scelta condivisa dai due giovani rampolli di famiglia, Valentina e Pietro che affiancano il padre Eugenio nella gestione. L'innovazione, da Bellotti, è tradotta come: «L'evoluzione del legno». L'azienda realizza compensati e pannelli multistrato (11 al momento ma il nuovo impianto è già pronto per le soluzioni di domani). All'insegna della diversificazione. Prima la scelta del faggio al posto del pioppo. E negli anni '60 il salto, spiega Eugenio Bellotti: verso compensati «speciali» con inserti di sughero, di matricie plastiche per rispondere a esigenze diverse (di isolamento termico, acustico, ignifugo). Con l'obiettivo di esplorare mercati nuovi, in ambienti impensabili per un'azienda di semilavorati del legno. I pannelli Bellotti viaggiano a bordo della Freccia Rossa (come pavimenti delle carrozze), del Tgv francese, della metropolitana di Los Angeles. O navigano sui più glamour e hi-tech yacht del mondo.

«Innovare? Significa creare qualcosa che va in controtendenza». Parola di **Matteo Galimberti**, uno degli 11 rappresentanti della famiglia che da tre generazioni controlla il marchio **Flexform**. Grazie alla forte collaborazione con l'architetto Antonio Citterio, punto di riferimento e star del gruppo di Meda (Milano), Flexform nel 2001, con «groundpiece» rivoluziona il



concetto di seduta: un divano profondo (122 centimetri), da relax, al posto del classico sofà da conversazione (80-100 cm.). «Per rispondere a un diverso stile di utilizzo del prodotto». Ma anche scelta di materiali mai visti nell'arredamento. Ed ecco nella collezione del 2009 scamosciati presi a prestito dalla moda per ricoprire gli imbottiti. O la lamiera curvata che crea librerie a moduli (da «Infinity» a «Container») all'insegna della leggerezza e delle molteplici composizioni. Una ricerca continua e puntuale «per fare la differenza» che si allarga anche alla comunicazione. Sui giornali campeggiano foto in bianco e nero di pubblicità non solo di prodotto ma che comunicano atmosfere a volte paradossali. «Siamo gli unici a utilizzare il bianco e nero per rappresentare l'evoluzione dello stile». Tappa a Lentate sul Seveso, a metà strada tra Milano e Como. Qui si entra nel mondo stilizzato di **Boffi** e di progetti che hanno mutato lo spazio della casa. «La nostra forza? Di non fermarsi all'innovazione di prodotto, ma di essere innovativi nel progetto d'azienda» spiega **Roberto Gavazzi** che condivide la proprietà (di cui ha la maggioranza) e la gestione con **Paolo Boffi** (figlio del fondatore Pietro). Innovazione a 360 gradi, quindi, su ogni scala, a partire dai processi a monte e dalla filosofia di progetto (studiata insieme

con Piero Lissoni, art director dell'azienda) fino al prodotto. Prima le cucine (dal '34), poi a metà anni '90 il bagno. «Noi produciamo sistemi complessi, non solo i singoli mobili ma l'intero ambiente, dai lavabi agli accessori, dai rubinetti alle luci. Siamo stati i primi a produrre uno stile preciso». Alla più esclusiva vetrina internazionale del mobile, il Salone di aprile prossimo, Boffi presenterà gli armadi (tradotti anche qui come sistemi): «Sarà la nostra terza attività. Aziende che producono armadi e bene ce ne sono già. Noi offriamo una soluzione progettuale innovativa. Risultato? Un armadio più semplice da montare e più facile da utilizzare».

Design e produzione industriale, questa la formula vincente di **B&B Italia**, fin dalla sua nascita nel '66. Grazie a un'intuizione di **Ambrogio Busnelli**, anima e centro motore dell'azienda di Novedrate (Como): il poliuretano a freddo per gli imbottiti. Un processo tec-

nologico ancora oggi cuore della produzione tanto

chè nel 2008-09 sono stati investiti 4 milioni di euro per il rinnovo completo del reparto schiumatura. Motore «spirituale» dell'azienda è il centro ricerca e sviluppo che assorbe il 3-4% del fatturato e impiega una trentina di persone (tra cui Massimiliano, nipote del fondatore e figlio di Giorgio, oggi alla guida di B&B). L'altra gamba dell'innovazione è lo stretto rapporto con una pluralità di design, dagli arbori con Mario Bellini, Afro e Tobia Scarpa a oggi con Antonio Citterio, Patricia Urquiola e lo studio Kairos (tra gli altri). È proprio grazie a questa vocazione industriale che l'azienda dei Busnelli ha conquistato quattro Compassi d'oro.

Le aziende della Brianza sono la punta di diamante di un territorio «ricco» dal punto di vista dell'indotto, delle risorse umane, della sapienza artigianale. Un patrimonio che potrebbe essere a rischio (e scivolare nel declino) per esaurimento della manodopera. «C'è un'ottima rete di fornitori — dice Gavazzi —. E poi ci

sono le amicizie, gli scambi di informazioni tra colleghi. Una zona dove le idee nascono spontaneamente e che stimola la concorrenza». Anche davanti a un buon caffè al bar Moderno di Meda o sedendo intorno a un tavolo al Park Hotel di Figino o alla Sperlonga di Seveso, alcuni dei ritrovi che i «mobiliari» brianzoli amano frequentare. Quando non si ritrovano al Salone Blu, il parrucchiere di Seregno. Una manodopera impossibile da trovare altrove aggiunge **Maurizio Mazzucchelli** di B&B Italia: «Un mondo di botteghe artigianali, ogni lavoratore sa dalla nascita di che cosa si parla, ha un innato gusto del prodotto. L'indotto ci aiuta. Con soluzioni intelligenti e innovative. Un esempio? Noi lavoriamo con 500 varianti di tessuti e 200 di pelle per gli imbottiti. Ogni variante è studiata con il tessitore e quando non funziona si ritorna al punto di partenza». Perché senza sconfitte non ci può essere innovazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'INTERVENTO

«Commartigianato» la nuova attività della città infinita

di Aldo Bonomi

Osservare il territorio, raccontarlo e capirlo significa, essere in grado di denominarlo. È andata così nel mio studiare la Brianza. Che anni fa definii «La città infinita». Intendendo così il suo diventare propaggine metropolitana della grande Milano. Infinita, nel suo espandersi con le forme dell'abitare dei tanti che lasciano la città nel loro cercare spazi verdi e villette a schiera da «griffe community». Servizi e qualità della vita meno da metropoli e più di paese. Senza rendersi conto che, così facendo, la città inseguiva passo passo, facendosi appunto infinita e mangiandosi ciò che rimaneva dei paesi. Un indistinto a cui si reagì cercando di perimetrare il territorio. Ci provò prima Lecco, facendosi provincia altra da Como. Poi Monza, altro da Milano, e si sussurra che Busto Arsizio provi ad essere altro da Varese. Come se bastasse un perimetro amministrativo a ridarsi identità nella città infinita. Che, a ben vedere, una sua identità forte rispetto a Milano l'ha sempre avuta. Quella del capannone, della fabbrichetta o del fabbricone, mitico simbolo del quarto capitalismo che si espandeva sul territorio e che il poeta scrittore Giovanni Testori osservava, potenza della denominazione, dal suo paese che diventava Nova Milanese. L'evoluzione delle forme del fare impresa dentro la crisi e nei cambiamenti dati dalla globalizzazione hanno prodotto un grande cambiamento antropologico in quella che era tradizionalmente l'imprenditoria della Brianza. Prendiamo il settore più antico, quello per cui, se dici Brianza, dici legno, arredo, mobili e salotti. Quello per intenderci che alcuni soloni davano per maturo e destinato all'estinzione nell'epoca del turbo capitalismo.

È ancora lì. Con molti problemi, quelli raccontati nel reggere la competizione. Ma lo celebriamo anche come icona del made in Italy che resiste e che si rappresenta come eccellenza globale al salone del mobile e del design. Il mobiliere brianzolo, la sua artigiana è molto cambiata. Non sono più i tempi del fordismo, quello che, anche per i mobili come per le automobili, bastava realizzarli, esporli e venderli nelle permanenti dove migliaia di famiglie del boom economico del milanese andavano la domenica a comprare per arredare casa. Si è evoluto, passando al segmento del lusso incontrandosi con famosi designer ed architetti che dialogavano con i mitici artigiani al lavoro per Cassina e hanno disegnato oggetti che hanno fatto tendenza, sino ad essere esposti al Moma di New York o al Museo del Design della Triennale. Oggi, nella crisi del produrre per competere, nel mercato globale, sono diventati uno strano ibrido: il «commartigianato». Tengono assieme il «com» della comunità locale del saper fare e del saper lavorare, con il «com» del commercio degli eventi e delle fiere. Il «com» della vendita virtuale attraverso la rete e l'artigiana del saper lavorare. È questa nuova figura nata nella città infinita, che oggi mantiene le radici *manifatturiere di questo territorio, i saperi informali e storici del locale, coniugandola con i saperi formali che progettano vestono e rappresentano le merci*. Per questo nella città infinita non si parla solo di capannoni, ma di università, di creatività, di qualità del made in Italy e di come tornare a Milano ed usare Milano, porta sulla globalizzazione, per rappresentarsi e vendere le proprie merci,

bonomi@aaster.it



DIVERSIFICAZIONE, RICERCA, VENDITA DI «KNOW HOW»

Il regno del mobile dialoga con il mondo

Duemilacinquecento aziende, giro di affari di 2 miliardi e 300 milioni di euro con oltre la metà della produzione per l'export. Ma l'internazionalizzazione rende più delicata la crisi attuale

di Corinna De Cesare

Duecentocinquantotto chilometri quadrati con la più elevata concentrazione del Paese di imprese attive nell'industria del legno e della fabbricazione di mobili. Il distretto di Monza e Brianza, uno dei più antichi d'Italia, gestisce da oltre due secoli tutto il processo produttivo della lavorazione del mobile: dall'intaglio del legno alla lucidatura, dalla doratura dei materiali fino all'imbottitura e all'assemblaggio. Per un totale di 2.489 imprese, sette ogni chilometro quadrato, con un giro d'affari stimato in più di due miliardi e trecento milioni di euro (fonte: Camera di Commercio Monza e Brianza). È il primo distretto dell'arredo italiano ed esporta il suo «know how» anche oltreoceano, in particolare in centro e sud America, per un valore che nei soli primi sei mesi del 2009 ha totalizzato oltre un milione di euro. «In Brianza c'è ricerca, innovazione, formazione, design — spiega Alberto Bramanti, professore di economia applicata all'Università Bocconi — ed è per questo motivo che questa zona continua a mantenere una certa competitività». Nonostante la crisi. Come dimostrano i dati dell'Osservatorio nazionale dei distretti italiani sulla base di un'analisi realizzata dal Servizio Studi e Ricerche di Intesa San Paolo: secondo un campione di 557 imprese del territorio, nel 2008 il fatturato delle aziende del distretto del mobile della Brianza è sceso di due punti percentuali mentre sono cresciuti i margini operativi lordi (+7,1% sul fatturato), la redditività industriale (ROI, +7,5%) e quella complessiva (ROE +3,6%). Ma, ci tengono a precisare dall'osservatorio, l'analisi economica va valutata con molta cautela a causa di un decreto legge che ha consentito alle imprese di rivalutare alcune tipologie di immobilizzazioni, provocando degli «aumenti contabili». Indiscutibile è però il valore del made in Brianza, a partire dai mobili di design fino ad arrivare alle camere da letto, all'arredo biomedicale e per nautica da diporto.

«La ricchezza del territorio sta proprio in questo — precisa Bramanti —. I produttori con il passare del tempo hanno diversificato l'offerta, soddisfacendo le

esigenze di diversi settori. Qui si trova più della metà dei grandi nomi del mobile e qui viene coperto tutto il ciclo produttivo dell'arredo, dalle vernici ai collanti fino ai materiali più particolari». Per questo la Brianza è nota come l'Università del mobile, un'università fortemente riconosciuta anche al di là dei confini del Vecchio Continente. Marcata è infatti la propensione internazionale del distretto brianzolo: il design lombardo viene esportato in tutto il mondo e Monza e Brianza è la quarta provincia della Regione Lombardia per entità di interscambio. Ma se in passato le grandi imprese del mobile hanno saputo affrontare lo stallo del mercato italiano puntando molto sull'internazionalizzazione, ora questa propensione potrebbe trasformarsi in un boomerang. Ad essere più penalizzati dall'impatto della crisi sono infatti i Paesi clienti più tradizionali dell'arredamento italiano, come Francia (-12,0%), Germania (-10,1%), Regno Unito (-39,8%) e Stati Uniti (-34,9%). Non solo. Nel 2009 anche i Paesi che negli scorsi anni avevano sostenuto la crescita dell'export italiano hanno invertito il trend in modo brusco. È il caso della Russia (-33,0%), gli Emirati Arabi Uniti (-33,8%) ma anche Spagna (-36,8%) e Grecia (-18,9%).

«Più del 50% della produzione del distretto è rivolta all'estero — conferma Giovanni Anzani, presidente di Assarredo — e questo terremoto finanziario, in particolare nelle zone in cui le aziende italiane sono più esposte, di certo non aiuta. Il sistema arredo del nostro Paese nel 2009 ha subito una perdita del 22% del fatturato, ma ci sono segnali importanti di ripresa. In questo contesto la Brianza assume un ruolo fondamentale: da queste parti arrivano i migliori architetti del mondo e la ripresa nazionale può partire anche da qui».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Anzani di Assarredo: «Nel 2009 una perdita del 22% del fatturato, ma ci sono segnali importanti di ripresa»



VERTENZE. Avviata questa settimana la cig speciale per i primi 15 lavoratori sugli oltre 100 della Giacomelli

MM, Cavaion verso la chiusura Produzione solo a Corrubbio

Il sindaco Lorenzo Sartori: «La Maistri ha già venduto il capannone Brennero mobili a Martinelli per un supermercato»

Si prospetta la chiusura per lo storico stabilimento di Cavaion della Giacomelli arredamenti, divenuta da oltre un anno sede produttiva anche della Minotti cucine.

L'accordo sindacale siglato venerdì 12 febbraio prevede la cassa integrazione straordinaria per tutti gli oltre 100 dipendenti che lavorano per le due aziende a Cavaion. Da questa settimana, una quindicina di lavoratori è in cassa integrazione e per la prossima, pare, ci andranno anche tutti gli altri. La preoccupazione è forte per il sindaco di Cavaion, Lorenzo Sartori, che è anche consulente della Giacomelli, al quale si sono rivolti i lavoratori il 20 gennaio, quando in corteo si sono recati in municipio per chiedere aiuto.

I lavoratori hanno ottenuto gli ammortizzatori sociali, ma

il destino della fabbrica di Cavaion pare segnato. «È uno stato di crisi delle aziende che prevede una riorganizzazione. La ripresa dipende dal nuovo assetto societario. Lo stabilimento Giacomelli che per decenni ha dato lavoro a tante famiglie di Cavaion e anche della zona, con tutta probabilità sarà chiuso con il trasferimento della produzione a Corrubio dove c'è la sede della Maistri», afferma Sartori.

L'aggregazione delle tre aziende che producono mobili d'arredamento e cucine, e che ha dato vita alla MM Minotti-Maistri, all'interno della quale in questi giorni è allo studio un sì sta attuando ha subito in questi giorni una trasformazione societaria che dovrebbe portare a un aumento di capitale.

«Maistri ha già venduto il capannone ipotecato della Brennero mobili srl alla Martinelli, la quale è intenzionata ad aprire un supermercato», precisa Sartori, «È intuibile quindi la stessa sorte per lo stabilimento di Cavaion, anch'esso ipotecato».

Il sindaco spera ancora in un'inversione di tendenza. «L'amministrazione è preoc-



Una dimostrazione di protesta dei dipendenti del mobilificio Giacomelli. FOTO AMATO

cupata», afferma Sartori, «ma auspichiamo che questo periodo di cassa integrazione straordinaria per 12 mesi, possa sfociare in una riorganizzazione con ripresa dell'attività, in considerazione della storia della produzione del mobile nel nostro comune».

I lavoratori delle tre aziende. Minotti, Maistri e Giacomelli, sono circa 240 «e ci sono esuberanti anche alla Maistri, quindi se ci sarà la concentrazione della produzione a Corrubio, il personale sarà comunque ridotto», sottolinea il sindaco, «quindi Cavaion sta seriamente rischiando di veder scomparire una produzione storica e socialmente importante per il paese. Rinnoviamo così l'appello alle forze politiche ed istituzionali che si sono interessate alla vicenda, per un intervento di sostegno per evitare una definitiva chiusura», conclude Sartori. ♦ A.S.

In vista riassetto societario con un aumento di capitale da parte degli attuali soci

