

## LA STORIA

# Dalla sedia di paglia alle lampade così Calligaris gioca con la casa

IRENE MARIA SCALISE

Roma

**A**veva poche pretese ed è diventata un simbolo. E' la sedia in legno con fusto di paglia creata da Calligaris, azienda del mobile classe 1923. A capo di quel gruppo friulano, che nasce come un semplice produttore per conto terzi, c'era allora Antonio Calligaris. Oggi al suo posto c'è Alessandro. Stesso cognome e stessa grinta. Dagli anni '60 Calligaris ha fornito sedie per tutta l'Italia grazie ad una piccola rivoluzione: l'impagliatura a macchina. Negli anni '80 è stata la volta di tavoli, complementi d'arredo e oggettistica. Il target è cresciuto. E' diventato

medio alto e, per accontentare i gusti di tutti, sono nate le nuove linee: classico, moderno e giovane. Quindi, una decina di anni dopo, un ulteriore salto: l'esordio sul mercato di divani sempre più ricercati e l'introduzione di mille soluzioni tecnologiche.

L'anno scorso, nella scuderia Calligaris, sono infine arrivate le lampade. Da tavolo, da pavimento, in acciaio o con altri materiali ma, comunque, sempre di design. Il passaggio nell'alta finanza è stato quasi obbligato. Così, dal 2007, l'azienda è partecipata al 40% dal fondo L-Capital, sponsorizzato dal gruppo Lvmh.

La realtà friulana, insomma, ne ha fatta di strada da quella semplice sedia di legno e paglia. Attualmente distribuisce i propri prodotti in oltre 120 mila punti vendita sparsi in 90 paesi nel mondo. Di questi 15 sono monomarca. E il 5 febbraio è stato inaugurato un nuovo store monomarca a Miami. Grandezza e qualità. «Si tratta di un *concept modern living*», fanno sapere dalla *factory* friulana — che si sviluppa su

più di 300 metri quadrati e propone di tutto. Dalle sedie ai tavoli, dai divani ai letti, dalle lampade ai complementi di arredo». Sempre più vince la filosofia di offrire un design accessibile e, soprattutto, una negozio che simula la struttura di una casa. Entri dentro e ti sembra di andare a trovare degli amici poi, guardandoti in giro, ti viene la voglia di comprare. Una sorta d'immersione nel "mondo Calligaris". «Questa nostra ulteriore creatura — spiega Alessandro Calligaris — rende ben visibile la funzionalità di alcuni prodotti, in particolare dei tavoli allungabili. In un'area specifica sono dimostrati tecnicamente i vari meccanismi di estensione automatica o manuale». L'inaugurazione fa parte di una strategia internazionale: dopo l'apertura del suo primo *flagship store* a Milano, nel 2008, il gruppo ha infatti rinnovato la maggior parte degli store in Francia (Lione), Canada (Montreal), America (New York, Seattle, Baltimora e Philadelphia) e aperto due nuovi spazi a Shanghai (ottobre 2009) e Tokio (dicembre 2009). Presto l'idea è di arrivare in Russia e nei mercati degli Emirati Arabi.

Calligaris ha 700 dipendenti, filiali operative in Usa e Giappone e cinque stabilimenti produttivi di cui uno in Croazia. Il fatturato del 2008 è stato di 161 milioni di euro e quello del 2009 di 165 milioni. Il focus principale è quello della ricerca e innovazione. In Romania, tanto per fare un esempio, c'è una cooperativa di donne al lavoro e sono tutte esperte di sedie. Una ventina di nuovi prodotti saranno presentati in aprile, durante il Salone del Mobile. La crisi ha gravato sul settore ma, tutti, sperano questo sia il Salone della rinascita.

**Centoventimila punti vendita distribuiti in novanta paesi del mondo**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**L'azienda friulana fondata nel 1923 scommette sull'espansione**

