

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