

L'intervista La guida dell'azienda brianzola, tra le più prestigiose nel mondo, lancia un progetto per budget contenuti. E spiega perché Donald Trump ha torto...

«Prezzi accessibili, non è tabù»

Anzani di Poliform: il low cost, però, deve essere anche bello

La ricetta
made in Italy

«**D**i fronte a un mercato con un potere d'acquisto diminuito, a un consumatore anche spaventato, non si può parlare di lusso, ma di cose concrete. Il nostro progetto *low budget* comunque non può prescindere dal bello, un valore intrinseco perché è nel Dna italiano avere a casa un ambiente accogliente, anche se piccolo». Così Giovanni Anzani, alla guida di Poliform, insieme con Aldo e Alberto Spinelli, presenta la nuova collezione che per la prima volta sarà in mostra al Salone del Mobile di aprile prossimo: «"High design/low budget", una casa a misura di desiderio con un costo accessibile». Non solo le «mini-cucine» a marchio Varenna, ma un progetto di 70-80 metri quadrati di appartamento, a firma tra gli altri di Paola Navone e Carlo Colombo, a un prezzo che va dai 25 ai 30 mila euro. «Non siamo l'Ikea — spiega Anzani — ma in un mercato in crisi, volevamo avere dalla Croma alla Panda, per fare un parallelo con l'auto».

Ma la qualità costa. Come riuscite a coniugare high design/low budget?

«Grazie ai continui investimenti fatti sulle tecnologie e per tutte le linee di prodotti siamo riusciti a entrare in questo segmento di mercato. Materiali innovativi, come i finti legni o i laccati molto materici, ci consentono di abbassare i prezzi. Anche se *low cost*, la pro-

duzione rimane molto sofisticata. Le cucine Varenna hanno una forte attenzione al rapporto qualità prezzo, basta scegliere frigorifero e rifiniture di lusso per raddoppiare i costi».

Offrite soluzioni per ogni tipo di portafoglio?

«In Italia non c'è una cultura generale dell'arredo, non è prevalente la figura dell'interior design. Noi portiamo al Salone nove tipologie di case diverse a cui ognuno si può ispirare a seconda del gusto e in base alla capienza del portafoglio».

Innovazione tecnologica rivolta quindi a materiali innovativi e più economici?

«Non solo. Da sempre investiamo nelle tecnologie per controllare tutti i processi produttivi e così l'intera filiera. Utilizziamo le migliori tecnologie sul mercato per personalizzare il prodotto mantenendo lo stesso prezzo di un pezzo seriale e per lavorare *just in time*. Questa flessibilità ci consente di evitare lo stock di magazzino. Sempre con attenzione all'ambiente».

Impatto eco-compatibile: come si traduce per Poliform?

«Per quanto riguarda la produzione significa pannelli in assenza di formaldeide, vernici senza cromo e l'utilizzo di materiali collaudati a normativa europea. Ma anche nuovi investimenti: stiamo realizzando un nuovo quartier generale a Inverigo dove riuniamo showroom e uffici, con pannelli solari. E per il 2011 costruiremo una nuova fabbrica per la produzione di salotti ad Anzano, anche questa alimentata da pannelli solari».

La vostra è un'azienda familiare con un mercato internazionale. Come riuscite a farvi strada per esempio negli Usa, dove Donald Trump costruisce appartamenti di lusso ma con cucine a basso costo «tanto i miei clienti le buttano via».

«Il 50% del nostro fatturato è realiz-



zato all'estero. E per noi sono molto importanti proprio i Paesi di cultura anglosassone, dove si vendono gli appartamenti con già installati armadi, bagni e cucine. A differenza di Mr Trump molti costruttori locali si stanno rendendo conto che i prodotti di qualità danno un valore aggiunto alla casa. Abbiamo realizzato una grande fornitura per Time Warner a New York, così come a Hong Kong e a Singapore. Ma il problema delle esportazioni italiane nel mondo è un altro: siamo riconosciuti universalmente per l'alto livello dei singoli pezzi, ma non riusciamo a esportare una filosofia di ambiente complessivo che va dalla cucina, al living al letto».

Come sarà il 2010?

«Il 2010 sarà un anno ancora difficile a causa della crisi. Ma il mondo non si ferma. Noi puntiamo a una crescita maggiore in Oriente, nei Paesi del Mediterraneo e in Sud Africa. E per quanto riguarda i settori, sono convinto che il contract, che al momento rappresenta il 10% del nostro fatturato, possa darci delle soddisfazioni. Lo considero un mercato di sbocco importante per il nostro settore, a patto che le aziende si strutturino e rafforzino soprattutto la parte commerciale».

Antonia Jacchia

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Non siamo l'Ikea
ma quando c'è crisi è
giusto avere dalla
Croma alla Panda,
per dirla con l'auto**



**Italiani famosi per
il livello dei singoli
pezzi ma non
esportiamo una
filosofia complessiva**

L'azienda

Poliform viene fondata nel 1970 a Inverigo (Como) dai tre soci Giovanni Anzani, Alberto e Aldo Spinelli, evoluzione di un'impresa artigiana nata nel 1942. La collezione (di sistemi e complementi d'arredo per ogni zona della casa) comprende tre marchi: Poliform, Varenna, Poliform contract. Con nove sedi aziendali, 550 dipendenti più un centinaio di persone impegnate nelle showroom nel mondo, l'azienda brianzola è presente in 76 Paesi e realizza un fatturato (2008) di 115 milioni di euro. Tra gli ultimi progetti importanti: l'allestimento delle camere dell'aparthotel Radisson di Dubai, l'arredamento dell'albergo di lusso Devero a Cavenago, gli interni della spa Yunique a Milano e gli spazi della catena di negozi di make-up Kiko.