MARTEDÌ
16.04.2024

CORRIERE DELLA SERA

CORRIERE.IT

DESIGN

LE NOVITÀ DELL'ARREDO + PROTAGONISTI + REPORTAGE

La casa degli affetti

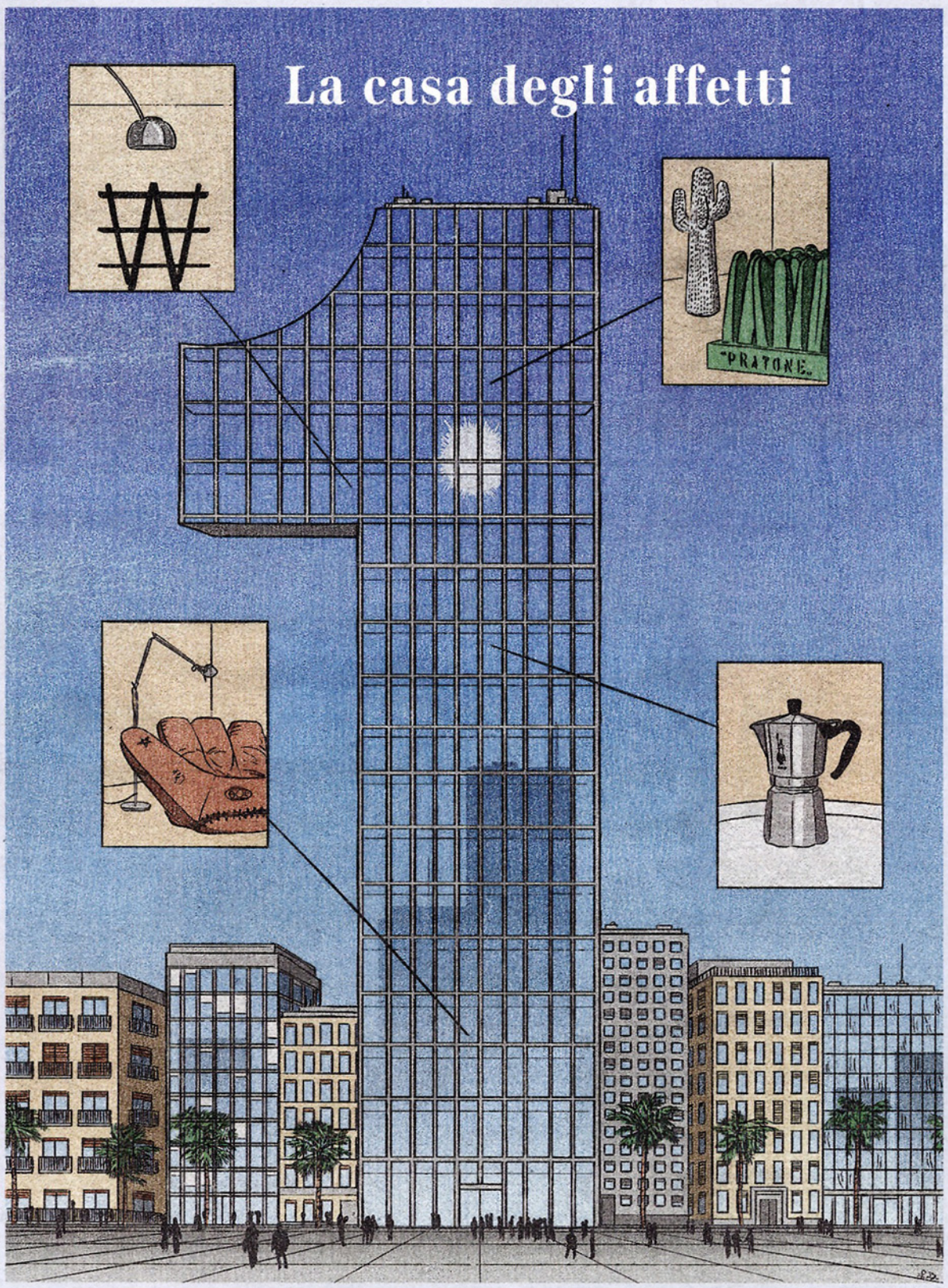

illustrazione
di Lorenzo D'Alessandro

Poste Italiane Sped. in A.P. D.L. 353/2003 conv. L.46/2004 art. 1, c1 DCB Milano. Non può essere distribuito separatamente dal Corriere della Sera

La casa di oggi è un microcosmo di possibilità

Da 90 anni Bonaldo pensa a mobili funzionali e forti «Adesso puntiamo anche all'arredo dell'hôtellerie»

di **FLORINDA CORDELLA**

Louver Table, in alto, disegnato da Alain Gilles e la poltrona Doge, sopra, di Mauro Lipparini per Bonaldo

È una storia di famiglia quella di Bonaldo, azienda con sede a Padova, attiva da quasi 90 anni nella realizzazione di tavoli, sedie, divani, letti, librerie, illuminazione e complementi dal design contemporaneo. Alberto Bonaldo, Managing Director, rappresentante della terza generazione (dopo il nonno, che ha fondato il brand nel 1936, e il padre), spiega: «Siamo una realtà produttiva fatta da 110 dipendenti e realizziamo ambienti di arredo riconosciuti quale espressione del Made in Italy di qualità sul mercato estero, dove si concentra il 70% del nostro fatturato».

Radici ben radicate in quel Nord Est produttivo italiano da cui il brand ha debuttato su larga scala dal Far East agli Stati Uniti, dall'Australia alla Nuova Zelanda, dal Sud America all'Europa, affermandosi in 91 Paesi nel mondo, con più di 900 punti vendita di cui 35 tra Bonaldo Flagship Store (negozi monomarca), Bonaldo Space (all'interno di multimarca), e Bonaldo Studio (showroom pensati per gli architetti). Con 35 milioni di euro di fatturato l'azienda continua ad espandersi, vestendo con un linguaggio dell'abitare fatto di un saper fare tutto italiano, piazze commerciali strategiche, dall'Asia, in città quali Shanghai, Pechino (dove entro giugno riaprirà il monomarca fresco di restyling), Hong Kong, Mumbai, Jakarta, all'Africa con la nuova apertura entro maggio ad Abidjan in Costa d'Avorio. Tappa fondamentale nella storia dell'azienda è il progetto d'arredo B/Style, con la nascita di quattro collezioni coordinate (Dining, Accessories & Lighting, Living e Night), in grado di offrire un unicum stilistico. Spiega Alberto Bonaldo: «La collaborazione con designer italiani e internazionali di fama, dagli anni 2000 ci ha permesso di intrecciare sinergie che nel corso del tempo hanno contribuito al costante rinnovamento progettuale dello stile Bonaldo, in termini di materiali, finiture, colori, lavorazioni, portando sul mercato prodotti di fascia alta in grado di anticipare tendenze e di intercettare gusti e bisogni di una clientela internazionale».

Tra i pezzi della collezione 2024 visibili al Salone del Mobile la poltrona Doge di Mauro Lipparini che evoca un'estetica anni '70 e i tavoli Louver Table e Canvas Table, disegnati da Alain Gilles, che ha già fatto incassare all'azienda prestigiosi riconoscimenti. Nel solco dell'altra novità aziendale, la collezione Executive Space pensata per arredare gli ambienti business, si inseriscono nuove sfide: «Puntiamo alla crescita nel mercato dell'hôtellerie dove la richiesta è sempre più orientata verso prodotti di design». E nella strategia di crescita nel Vecchio Continente, una delle aperture più attese per il 2024 si colloca proprio nella capitale del design italiano: «Entro la fine dell'anno, avremo un Bonaldo Flagship Store di 500 mq in via Larga a Milano, una vetrina strategica che si somma ai 3mila mq di Padova e agli importanti Bonaldo Space inaugurati a Rimini e Torino».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Sistemi d'arredo per organizzare ogni minimo spazio

La novità di Caccaro mette l'accento sugli archetipi di un'abitazione, come le pareti e le porte

di **BARBARA MILLUCCI**

Architype, porta, natural wood, in alto. Sistema Freedhome, zona living, canneté rovere, sopra, ora nei negozi

Arredo architetturale. Anche quest'anno Caccaro, azienda che da più di 60 anni progetta soluzioni d'arredo personalizzate per tutta la casa, torna al Salone immaginando spazi fluidi e polifunzionali, perfettamente integrati tra di loro. «La linea che presentiamo quest'anno riguarda la capacità delle case di riadattarsi e trasformarsi continuamente», racconta Monica Graffeo, art director del Gruppo. «Si tratta di progetti che altro non sono se non sistemi integrati con l'architettura, soluzioni miste dove l'arredo non è qualcosa che arriva dopo e colonizza uno spazio pre-esistente ma un ambiente che crea un dialogo costante con l'architettura».

La parte strutturale del progetto è sempre inglobata nell'arredamento. Entrando nello stand di Caccaro «si viene subito accolti in un living realizzato con pareti contenitive che espongono arte ed opere, questo perché vogliamo dare alle pareti anche una funzione espressiva, sottolineando l' importanza della luce. Ci saranno madie, pareti che diventano armadi, vetrine e porta passanti che conducono verso altre stanze, così che dalla zona living si possono intravedere altre camere». Il mantra di quest'anno, in linea con gli anni passati, è ispirato a mobili che sostituiscono pareti e creano abitazioni senza mura. Una progettazione libera, che supera i vincoli strutturali per creare spazi su misura. «La cabina armadio è stata studiata anche per esporre e mettere belli in vista accessori, borse ed abiti. Per la felicità delle donne, visto che crea una specie di sacrario della moda», continua Graffeo.

Sarà un'esplosione di oggetti di arte e del fashion, in un viaggio che attraversa svariati mondi: dai più luminosi ai più scuri, dai caldi ai freddi, dai neutri ai colori. La novità 2024 si chiama Archetype e lavora sugli archetipi della casa, che ridisegnano l'intera organizzazione degli spazi: per lo più di pareti e porte. Fondata nel 1958 a Villa del Conte, in provincia di Padova, Caccaro grazie ad una politica di investimenti in nuovi impianti produttivi e nuove tecnologie consolida anche quest'anno la propria crescita, già iniziata nel 2018 (+77%). Il fatturato 2023 rimane in linea con quello dell'anno precedente, il più elevato della storia dell'azienda, a quasi 23 milioni di euro.

Un risultato generato soprattutto dalla performance superiore alle attese del mercato italiano, in particolare sul comparto letti e complementi (21% dell'ordinato). A dimostrazione che quando la tradizione delle competenze artigiane si fonde con l'innovazione di un'ottica imprenditoriale 4.0 i risultati si vedono. «Anche in questo Salone, abbiamo lavorato sui punti di fuga», continua la designer. «In un lungo corridoio abbiamo realizzato una piccola nicchia con un fiorellino. Cerchiamo di trasmettere sempre il gusto e la bellezza dell' allestire gli spazi anche per creare un sobbalzo emotivo». Che sarà quasi certamente il più instagrammato di tutti!

© RIPRODUZIONE RISERVATA