

Clei conquista gli Usa «Trasformare lo spazio una sfida possibile»

L'iniziativa. L'azienda di Carugo invitata a Washington A "Making room" dovrà arredare piccoli ambienti con diverse funzionalità a seconda delle fasce di utenti

CARUGO

MARILENA LUALDI

Fare spazio. Un'esigenza, quella della versatilità partendo da luoghi di dimensioni più ridotte, che Clei ha intuito in netto anticipo. E adesso l'azienda fondata nel 1962 dai fratelli Enzo e Italo Colombo a Carugo la interpreta con crescente successo ad esempio sul mercato americano.

Diverse funzionalità

Non a caso dopo aver partecipato in passato a un'iniziativa analoga a New York, l'azienda (13,8 milioni di fatturato, 49 dipendenti) sarà ancora presente a Washington il prossimo novembre per "Making room": proprio così si chiama la sfida che dovranno interpretare con i loro trasformabili, spiega l'architetto Pierluigi Colombo.

In tre mesi tre locali dovranno cambiare pelle per ospitare categorie diverse di abitanti. Ad esempio, tre studenti, con tutto ciò che richiedono la loro età e il loro stile di vita. Poi una madre con bimbo e la nonna, quindi altra rivoluzione di abitudini, esigenze e dunque arre-

damento per valorizzare gli spazi. Infine una coppia di pensionati. La società americana in questo allestimento ha voluto l'impresa brianzola che già si era mostrata efficace nelle soluzioni, appunto la Clei. Insomma, se hai una sfida impegnativa, ci vuole la Brianza: è la regola diffusa.

Sarà un compito impegnativo, ma affascinante. Del resto la realtà di Carugo è già ricercata in America. Non solo, perché aveva già svolto egregiamente questa missione possibile alla mostra newyorchese voluta dall'allora sindaco Bloomberg: adattare gli spazi si può, anche quando sono piccoli.

I trasformabili, quindi pezzi di arredo che sono belli e funzionali, ma possono sparire alla vista e avere altro utilizzo nelle ore del giorno, vanno bene per i giovanissimi, come per le nuove fasce sociali: un esempio è rappresentato dai pensionati a Miami, nuova fascia di mercato. Oppure ancora avanti i prodotti per i residence, con le loro peculiarità.

Ulteriori orizzonti che si aprono dunque per un'impresa

storica del territorio, la prima ad aver esportato il complesso mondo del mobile trasformabile e dell'habitat multifunzionale. Oggi il fatturato è per il 55% legato all'export, ma è una percentuale destinata a crescere. Anche per un altro motivo: sempre più si rafforza l'importanza della smart city dove gioca un ruolo cruciale la progettazione degli ambienti abitativi.

Export predominante

Le classiche suddivisioni degli spazi domestici sono state rivoluzionate e quindi il mobile "intelligente" già cancella quella giorno e notte, mandando ad esempio in pensione la categoria delle camerette, spiega Clei.

Fenomeno più radicato all'estero, ecco perché l'export può soltanto crescere e prezioso. Di qui questo crescente legame con il mercato americano, dove il dibattito sull'urbanizzazione e sull'utilizzo degli spazi è particolarmente vivace, coinvolgendo anche la modifica del nucleo familiare. Passando anche dall'affascinante sfida di Washington.



Enzo Colombo, uno dei fondatori dell'azienda, tra i suoi mobili trasformabili

Da mezzo secolo investe sulla casa del futuro

Dai letti alle cucine, dalle librerie alle scrivanie, tutto si sposta, scompare e riappare dalle pareti. Una magia che Clei esegue da più di mezzo secolo, ma con investimenti costanti e decine di brevetti.

«Vogliamo essere sicuri – spiega l'azienda della famiglia Colombo – che, apertura dopo apertura e con l'utilizzo quotidiano, nel tempo ogni nostro mobile sia perfetto come il pri-

mo giorno. Sicuro e bello. Un lavoro molto impegnativo, molto faticoso e molto costoso».

Non solo. Anche se si parla di tecnologia, entra un altro concetto tipico della Brianza: «Le sapienti mani artigianali. Con la cura dei dettagli e gli stress-test nascono i prodotti». Quei prodotti che per quasi la metà vengono venduti in Italia, ma sono apprezzati dal mondo anglosassone, come l'America o

l'Australia, e anche dall'Europa. E attenzione – sottolinea l'architetto Pierluigi Colombo – alla tecnologia avanzata, ma pure all'altro elemento che caratterizza la Brianza, ovvero il design. Funzionale dev'essere anche gradevole.

«Le collezioni, ad elevato contenuto tecnologico, racchiudono ricerca, creatività, innovazione e ingegnerizzazione che sono le linee guida della filosofia e della strategia competitiva dell'azienda – ribadisce l'azienda – Al design e alla tecnologia brevettata dei prodotti, si associa l'estrema facilità d'uso».