

BONALDO

www.bonaldo.it

Riassumere 70 anni di vita aziendale attraverso un'intervista non è certo cosa semplice. Significa ripercorrere la storia: dalla guerra al boom economico, dai ruggenti anni 90' alla crisi più recente, con tutte le evoluzioni e il susseguirsi di generazioni che necessariamente il fare impresa comporta. La Bonaldo inizia la propria avventura imprenditoriale nel 1936 con Giovanni Vittorio, fabbro abile nella lavorazione del ferro. Produzione di letti e reti per conto di grandi gruppi caratterizzano gli esordi dell'azienda. Poi il mercato negli anni Ottanta spinge la famiglia a diversificare, arricchendo il proprio know how di nuovi materiali e specializzazioni. La domanda di trasformabili richiede l'uso della gomma, il taglio dei tessuti e altre nuove competenze che la Bonaldo si attrezza a soddisfare costituendo società ad hoc per la lavorazione del poliuretano espanso così come dei letti imbottiti. Con gli anni Duemila emergono ancora nuove esigenze: la riorganizzazione della produzione e il rafforzamento del brand in primis. Obiettivi che sono raggiunti mediante un processo di fusione per incorporazione delle diverse unità produttive sotto il marchio storico di Bonaldo. Contestualmente viene avviata una politica strategica di collaborazione con designer internazionali che contribuirà in modo significativo al riposizionamento del prodotto sulla fascia alta del mercato e alla crescita di una concezione della progettualità orientata all'innovazione, alla ricerca, al futuro. I premi di design conseguiti da Bonaldo sono in questo senso tappe di riconoscimento ma anche testimonianza degli importanti investimenti e patrimonio aziendale al pari delle macchine di un tempo oggi raccolte nel museo privato.

Questo legame con le origini, con una lunga tradizione del saper fare è alla base del successo di Bonaldo e perciò abbiamo chiesto a Sabrina e Alberto Bonaldo di raccontarci innanzitutto come scelgono i loro designer.

«I 29 designer con cui abbiamo collaborato fino ad oggi vengono individuati sia per le comprovate capacità, pensiamo a Ron Arad, Karim Rashid o Toshiyuki Kita per citarne alcuni, ma anche tra i giovani provenienti dalle scuole di Design. Nei giovani cerchiamo soprattutto spunti potenziali, idee fresche, prospettive magari non immediatamente realizzabili tuttavia sviluppiabili. In aggiunta coltiviamo rapporti con i designer espressione del nostro territorio, come ad esempio Gino Carollo o Mario Mazzer,

coinvolgendoli nelle giurie dei bandi di progettazione che periodicamente apriamo per i giovani in concomitanza di eventi speciali.»

Poi tutti questi disegni bisogna saperli realizzare?

«Ed è qui che entra in gioco la tradizione Bonaldo, con le sue conoscenze tecniche e le grandi abilità manuali rigorose in tutte le fasi lavorative, dalla materia prima al prodotto finito. Impieghiamo macchine sofisticate, robot e sistemi computerizzati, tutti strumenti indispensabili ad una produzione di alta precisione e qualità. L'uomo poi garantisce all'assemblaggio il controllo, l'abbinamento delle essenze del prodotto e la cura estrema di ogni dettaglio. Ad esempio i nostri rivestimenti sono realizzati con tecnica sartoriale e quindi grande artigianalità nell'esecuzione.»

La conoscenza dei materiali e le sapienti lavorazioni sono il frutto di una lunga esperienza ma anche di una continua ricerca?

«Nessuno nasce "imparato". Già negli anni Cinquanta e Sessanta per la realizzazione delle reti da letto la Bonaldo si era dotata di tecniche di produzione avanzate per l'epoca, che hanno permesso di raggiungere risultati importanti. Oggi per affrontare i nuovi concept di progetto come quelli che ricorrono all'impiego delle materie plastiche ci avvaliamo di stampi specifici e attrezzature a iniezione che vengono ingegnerizzati e realizzati internamente in azienda. Ciò richiede notevoli investimenti ma è l'unica strada per eccellere ed essere considerati qualcosa di più di un "semplice" marchio.»

Ogni prodotto poi deve incontrare il gusto del consumatore finale?

«Da sempre Bonaldo investe nella creatività del proprio linguaggio e in un'adeguata comunicazione. Partecipazione alle fiere che contano, pubblicità certo, ma non solo. Il futuro deve poggiare anche su basi solide, sulla storia. Per questo abbiamo completato recentemente la riconversione di una nostra ex unità produttiva in uno show room di 6.000 metri quadri che può ospitare oltre che i nostri prodotti, il museo aziendale e quindi eventi culturali o di comunicazione. L'architettura dell'edificio in realtà è estensione della mentalità dell'azienda, poiché concepito come spazio luminoso, aperto e così capace di accogliere le collezioni e di interpretarle in un ambiente sempre rinnovato attraverso l'arte, il design e la tecnologia.»

To summarize 70 years of corporate life through an interview certainly is not an easy thing. It means tracing history: From the war to the economic boom, from the roaring nineties to the more recent crisis, with all the evolutions and the succession of generations that entrepreneurship necessarily involves. Bonaldo starts its business venture in 1936 with Giovanni Vittorio, a skilled blacksmith. Production of beds and wire mesh bases on behalf of large groups characterize the beginning of the company. Then the market of the eighties leads the family to diversify, enhancing its expertise in new materials and specializations. The demand of sofa beds requires the use of rubber, the cutting of tissues and other new skills that Bonaldo is getting equipped for, instituting ad-hoc companies for both the fabric of polyurethane foam and upholstered beds. With the Millennium more new requirements emerge: The reorganization of the production and primarily the reinforcement of the brand. Goals that are achieved through a fusion process for the incorporation of several production units under the historical Bonaldo brand. At the same time a political strategy of co-operation with international designers is started, which will significantly contribute to the repositioning of the product on the high end market and to the growth of a planning concept which is focused on innovation, research, on the future. From this point of view the design awards achieved by Bonaldo are marks of acknowledgement but also tokens of important investments and corporate assets equalling the machines of the old days now sheltered in the private museum.

This bond with the roots, with a long tradition of know how, is the foundation of Bonaldo's success and hence we have asked to Sabrina and Alberto Bonaldo to tell us first of all how they choose their designers.

«I 29 designers with whom we have collaborated up till now are picked out both for their proven skills, and here we think of Ron Arad, Karim Rashid or Toshiyuki Kita, just to name a few, but also among the young people that come out of the design schools. In the young people we look above all for potentials, fresh ideas, views that might not be immediately feasible but nevertheless expandable. In addition we cultivate ties with the expression designers of our area, like for example Gino Carollo or Mario Mazzer, involving them

in the juries of competition notices for projects that from time to time we open for young people in conjunction with special events.»

And then one must know how to accomplish these designs?

«And here the Bonaldo tradition enters the picture, with its technical expertise and great craftsmanship, rigorous in all processing stages, from the raw materials to the final product. We use sophisticated machinery, robots and computer systems, all vital instruments for a high precision and quality production. Man then guarantees for the control of the assembly, the matching of the essences of the product and the extreme care for each detail. Our upholsteries for example are made with tailoring technique and hence with great craftsmanship in the fabric.»

The cognition of the materials and the skilful fabrics are the result of a long experience but also of a continuous research?

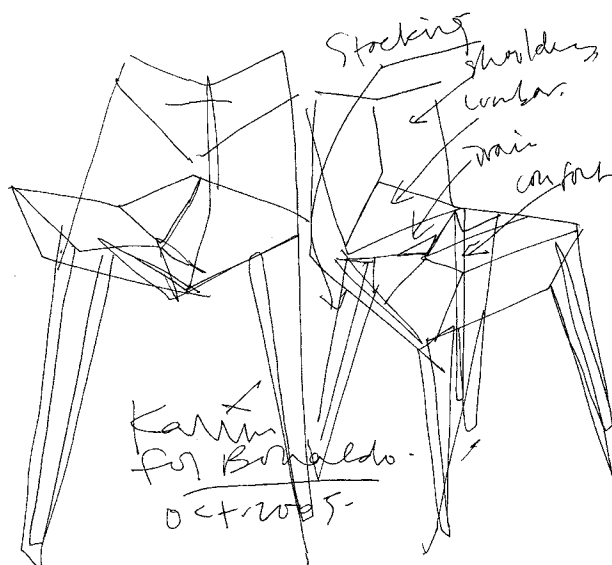
«Nobody is born "learned". Already back in the fifties and sixties, for the make of the wire mesh beds Bonaldo was equipped with production techniques that were advanced for those days and have allowed for the achievement of important results. In order to deal with the new project concepts, like those that turn to the application of plastic materials, today we use specific moulds and injection equipments that engineered and produced internally in our company. This requires substantial investments, but is the only way to excellence and to becoming something more than merely a brand.»

Every product will have to meet the tastes of the end consumer?

«Ever-since Bonaldo has invested in the creativity of its language and in adequate communication. Taking part in the fairs that matter, advertising of course, but not only. The future must lean on solid foundations, on history. Therefore we have recently completed the conversion of our former production unit in a 6.000 square meter show room, ready to accommodate, besides our products, also the corporate museum and cultural or communicative events. The architecture of the building actually is an extension of our corporate spirit, as it was conceived as a bright open space, ready to accommodate our collections and render them in an environment always renovated towards art, design and technology.»







DALLA PRESSA ECCENTRICA UTILIZZATA INTORNO AGLI ANNI CINQUANTA PER LO STAMPAGGIO DELLE GAMBE PER LE RETI DA LETTO, E OGGI CONSERVATA NEL MUSEO AZIENDALE, ALL'UTILIZZO DI STAMPI SPECIFICI INGEGNERIZZATI IN PROPRIO PER REALIZZARE ESCLUSIVI PROGETTI DI DESIGN.

COME NEL CASO DELLA SEDIA POLY DI KARIM RASHID.

PAGINA PRECEDENTE: ALBINO BONALDO, IL PRESIDENTE DELLA SOCIETÀ.

FROM THE ECCENTRIC PRESS USED AROUND THE FIFTIES FOR MOULDING THE LEGS FOR THE BED BASES TO THE USE OF SPECIFIC MOULDS ENGINEERED WITHIN THE COMPANY TO PRODUCE EXCLUSIVE DESIGN PROJECTS.

AS FOR THE CHAIR POLY BY KARIM RASHID.

PREVIOUS PAGE: ALBINO BONALDO, THE CHAIRMAN OF THE COMPANY.

