

Molte aziende del territorio con le loro novità alla biennale di riferimento a livello europeo per il settore

I rubinetti novaresi al Salone di Rho

Innovazione ed export in crescita fanno resistere alla crisi

Centosettanta espositori su oltre quindicimila metri quadri di superficie netta espositiva. Questi i numeri della quarta edizione del Salone internazionale del Bagno che si è tenuto dal 17 al 22 aprile nel polo fieristico di Rho, con afflusso record di oltre trecentotrentamila visitatori. Nato nel 2003 come settore all'interno del Salone Internazionale del Mobile, dal 2006 è rassegna autonoma organizzata in totale sinergia con Eurocucina, fiera espositiva internazionale dei mobili per cucina.

Nutrita la partecipazione anche delle società del distretto novarese e valesiano della rubinetteria, che hanno presentato le ultimissime novità in termini di prodotti, materiali e design: Bellosta, Calflex, Cissal, Cristina, Fantini, Fir Italia, Frattini, La Torre, New Line, Nicolazzi, Pains, Quadro, Ritmonio, Webert, Zucchetti. Per alcune di loro è stata la prima esperienza al Salone: è il caso, per esempio, di Webert, che ha potuto sfoggiare la sua nuova serie "Aria" di rubinetti a cascata, insignita quest'anno del prestigioso riconoscimento "Red Dot Design Award", o di La Torre, rubinetteria di Invorio che ha scelto di condivide-

re lo stand con la società Margaroli, produttrice di scaldaservietto e accessori per il bagno, basata nella stessa località.

La biennale del bagno è, infatti, il punto di riferimento in Europa per l'offerta espositiva di qualità: accessori e mobili per bagno, cabine doccia e impianti sauna, porcellana sanitaria, radiatori, rivestimenti, rubinetteria sanitaria e di cucina, vasche da bagno e idromassaggio. Novità merceologica della quarta edizione è stata la vasta gamma di prodotti naturali per il complemento e l'arredamento dell'ambiente bagno, trasformatosi negli ultimi anni da luogo puramente di servizio a scelta di stile e immagine.

Nulla è lasciato al caso: lo studio di colori, materiali, finiture e stili è curato nei minimi dettagli nelle collezioni di Bellosta Rubinetterie. Creatività e ricerca tecnologica si fondono sempre di più nella realizzazione degli elementi d'arredo: la novità si esprime non solo nella ricchezza di forme e colori ispirati alle tendenze di architettura e design ma anche nella scelta e lavorazione dei materiali in modo da coniugare robustezza, funzionalità, adat-

tabilità, rispetto per l'ambiente ed impatto emozionale.

La collaborazione di **Cristina Rubinetterie** con designer di fama internazionale, per esempio, si riflette nell'eleganza e versatilità dei suoi prodotti, come la nuova serie di rubinetti "New Day" concepita con componenti ecologici in ottone dezincificato. Al bagno è associato oggi anche il concetto di benessere: aromaterapia, cromoterapia, idromassaggio, sauna, bagno turco, massaggi anti-stress, docce emozionali e tropicali ridefiniscono il bagno come sede naturale del wellness e del ristoro. In quest'ottica, le separazioni nette tra interni ed esterni abitativi svaniscono e gli ambienti diventano polifunzionali e personalizzati, come mostrato da "Zucchetti.Kos", che proprio all'outdoor ha dedicato quest'anno una nuova collezione capace di sposare eleganza formale, comfort ed ergonomia.

La riscoperta internazionale dell'ambiente bagno ha permesso finora alle imprese italiane del settore, incluse le novaresi, di compensare nell'attuale scenario economico la debolezza della domanda interna con nuove opportunità

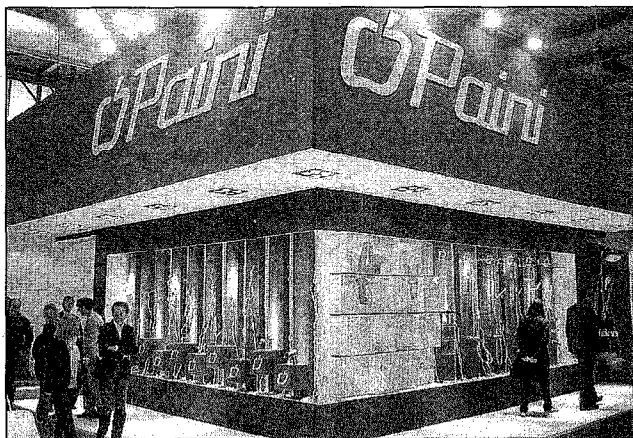
di crescita su mercati esteri, in particolare Nordafrica e Medioriente.

Proprio le esportazioni di rubinetti e valvole sono cresciute, in base ai dati dell'Associazione italiana costruttori valvole e rubinetteria (Avr), federata alle Associazioni Nazionali dell'Industria Meccanica Varia ed Affine (Anima), del 5.8% nel 2011. La resistenza del comparto alla crisi è confermata anche dalla dinamica di investimenti e produzione, che nel 2011 hanno registrato un incremento rispettivamente del 6.0% e del 3.5% rispetto al 2010, e, secondo le previsioni congiunturali della Federazione, dovrebbero riportare una variazione positiva, sebbene più contenuta, anche nel 2012.

Cruciali per il traino dell'export saranno anche le sfide internazionali in tema di "water & energy efficiency", ovvero di efficienza nell'utilizzo delle risorse idriche e nel consumo di energia, di regolamentazione ambientale nell'adozione di materiali e nello svolgimento di processi produttivi e di lotta alla contraffazione. Innovazione, certificazione, promozione ed internazionalizzazione sono gli ingredienti giusti per battere la crisi.

andrea daffara

**Esportazioni
al +5,8% nel 2011,
investimenti +6,0%,
produzione +3,5%**



Lo stand della Painsi Rubinerterie di Pogno



L'area espositiva della cusiana Cristina Rubinerterie

L'ad: «Innovazione è nel nostro Dna. L'80% del nostro fatturato è per l'estero»

La Painsi produce per l'Ikea

«Dalla partnership ricadute sul nostro marchio»

Padiglione 22, Stand B36. Siamo nello spazio espositivo di Painsi Rubinerterie, a tu per tu con l'amministratore delegato, Marco Painsi, a guida della società di famiglia. Nonostante la crisi del mercato interno, che preoccupa gli operatori del settore, si respira moderato ottimismo qui al Salone: la domanda dall'estero continua ad essere trainante e questo è un bene per un settore con forte vocazione all'export.

«Anche noi siamo un'azienda globale, circa l'80% del nostro fatturato è destinato all'estero, in particolare Francia, Gran Bretagna e Stati Uniti», spiega l'imprenditore, aggiungendo che la sfida della crescita passa anche per la Cina, dove la società ha aperto una piccola unità produttiva, e per gli altri Paesi "Bric" (Brasile, Russia e India).

La globalizzazione è un'opportunità per la rubinetteria, che assume circa 550 dipendenti nella sede di Pogno e nelle controllate estere e si è recentemente imposta alla ribalta nazionale grazie ad un importante accordo di fornitura con Ikea. «La partnership con la multinazionale è un evento molto positivo, soprattutto per le ricadute sul nostro marchio a livello in-

ternazionale», commenta Painsi, rivelando di essere stato già contattato da numerose società in seguito alla scelta del colosso svedese di delocalizzare le proprie forniture di rubinetti dalla Cina al distretto del Lago d'Orta. Qualità, affidabilità, design, efficienza logistica e tecnologia sono vantaggi competitivi rispetto ad una concorrenza asiatica basata principalmente sul prezzo.

«L'innovazione tecnologica è nel Dna del nostro Gruppo a partire dalla sua costituzione nel 1954», dichiara l'ad: «se circa venticinque anni fa abbiamo realizzato il primo rubinetto in ottone e plastica, oggi la nostra ricerca è nella direzione dei nuovi materiali, dall'ottone senza piombo a quelli plastici idonei al contatto con l'acqua».

Un'innovazione su cui la rubinetteria continua ancor oggi a puntare anche in termini di brevetti e certificazioni, richiesti soprattutto da Ikea e dalla grande distribuzione organizzata. Ricerca e sviluppo stanno dietro anche alla nuova linea "Pad" di miscelatori in corian o alla realizzazione di una nuova tipologia di cartuc-

cia a basso consumo in collaborazione con il produttore Galatron. Per questo è importante investire sia in tecnologia sia in produzione: «il nostro core business si basa sui volumi e se non si investe si esce dal mercato».

Per incrementare il fatturato, pari a circa 70 milioni di euro, la rubinetteria guarda con interesse ai segmenti "Hotellerie" e "Contract", dove la competitività è più accesa ma le commesse sono più ricche. Oltre alle forniture di primo prezzo, quelle per Ikea, la rubinetteria è forte nella fascia intermedia, che serve, a seconda del mercato, tramite rappresentanti e agenti o la propria rete globale di distributori.

«Anche la partecipazione a fiere internazionali e showroom è fondamentale per far conoscere i nostri prodotti e agganciare nuovi clienti», ci congeda Painsi sottolineando la necessità per l'intero settore di ottenere maggiore supporto da parte delle istituzioni nella logistica e nella promozione del "made in Italy" all'estero, dove rispetto ad altri Paesi manchiamo ancora di un network efficace.

a. daf.

E la Newform ha aperto uno "showroom" a Milano Brera

L'azienda valesiana presente «in un'area ad alta visibilità e con forte connotazione di stile e di design»

La Newform, azienda valesiana specializzata nella produzione di rubinetteria di qualità dal design ricercato ha una nuova importante e prestigiosa vetrina nel cuore di Milano. Nelle scorse settimane ha aperto il suo primo showroom in via Fiori Oscuri 3, nel quartiere di Brera. «La scelta di questa location - fanno sapere dall'azienda che ha sede a Vintebbio - si inserisce nella strategia di Newform di essere presente in un'area ad alta visibilità e con una forte connotazione di stile e di design, tratti distintivi di tutta la produzione Newform. Lo showroom si inserisce infatti, a pieno titolo, nel famoso "Design District Brera" che rappresenta l'eccellenza italiana».

Lo showroom Newform occupa circa 250 mq sviluppati

su due piani per dare il massimo risalto alle collezioni Bath, Kitchen, Wellness e Life e per poter presentare le possibilità offerte al Contract. In più, uno spazio sarà dedicato alle ultimissime novità che verranno lanciate in occasione del Fuori Salone.

Si tratta di un ambiente di grande impatto che si distingue per l'utilizzo di materiali pregiati e soluzioni tecnologiche all'avanguardia. La collaborazione con Graniti Fiandre conferisce allo spazio un'immagine preziosa e accogliente: una cornice perfetta per i prodotti Newform. Inoltre, il contesto è arricchito da una vera e propria cucina realizzata da Electrolux che crea l'ambientazione reale e ideale in cui si inseriscono i rubinetti della linea Kitchen di Newform. Concepito

in maniera elegante, raffinata e coinvolgente, lo showroom

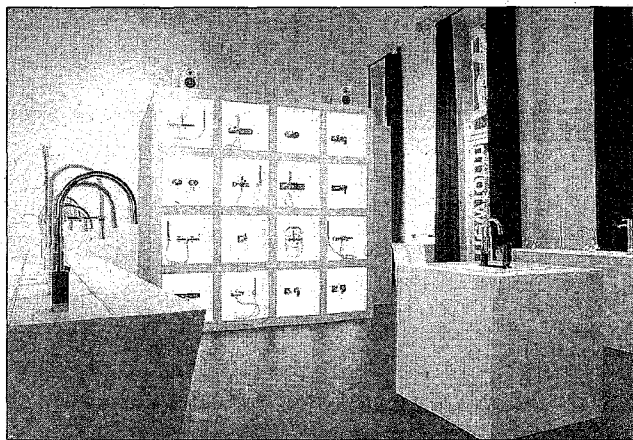
ospiterà anche la nuovissima linea Newwater, brand extension di Newform dedicata all'ambiente bagno e al wellness. Questi prodotti s'inseriscono in totale armonia nel progetto espositivo caratterizzato dall'essenzialità delle forme.

In occasione del Salone del Mobile, Newform ha incontrato clienti, giornalisti, architetti e designer nel suo nuovo showroom che, durante l'anno, si trasformerà in location privilegiata per ospitare eventi, incontri e conferenze stampa in una nuova dimensione esperienziale.

La Newform è nata nel 1981 con l'obiettivo di produrre rubinetteria di qualità dal design ricercato ed oggi vanta una po-

sizione di leadership nel settore di riferimento. «L'importanza del legame con la tradizione e dell'esperienza maturata negli anni - spiegano da Newform - s'intreccia, nella filosofia dell'azienda ad una forte volontà di guardare avanti con uno sguardo capace di anticipare e suggerire nuovi stili e tendenze». L'azienda valesiana affianca moderni processi produttivi digitali con fasi di lavorazione e di rifinitura artigianali, distinguendosi per una minuziosa cura dei dettagli che rendono ciascun pezzo unico. Inoltre si pone costantemente alla ricerca di nuove soluzioni nell'ambito del design stilistico e tecnologico, fattore che rappresenta un autentico valore aggiunto.

a.m.



Il nuovo showroom di Newform nel quartiere Brera di Milano

