

Un'impresa nata nel '59 e che oggi conta cento milioni di fatturato e seicento dipendenti

ERNESTO GISMONDI racconta la sfida vinta con Artemide: un'azienda che da 45 anni continua a inventare, produrre e vendere lampade in tutto il mondo, simbolo del successo del design industriale italiano. La concorrenza si batte con la qualità e lo stile, non con l'anacronistico protezionismo

di Oreste Pivetta / Milano

Quarantacinque anni per illuminare. Artemide non avrà l'età e la fama della dea cacciatrice che scende nell'Ade con una torcia in mano, ma ha vinto per ora una sfida: continuare a inventare, produrre e vendere lampade in tutto il mondo, rischiarando chiese, cattedrali, banche, musei, strade, reperti archeologici, dal Credit Agricole alla Defense a Victoria Street nel cuore di Londra. E resistendo alle più varie offensive dei mercati internazionali, a colpi di stile, secondo l'idea che una lampada è una lampada, cioè deve far luce ma non scomparire nel buio appena cessata la sua funzione: resta lì, intoccabile e soprammobile in attesa del clic fatale, a riempire, arredare. Non è solo funzione, non è solo uno strumento, si presenta con il suo valore aggiunto, estetico.

Artemide venne fondata nel 1959 da Ernesto Gismondi, insieme con il designer Sergio Mazza. Gismondi era un giovane ingegnere aeronautico, nato a Sanremo, laureato al Politecnico di Milano, un precursore autentico, visto che negli stessi giorni di Artemide si prese anche una laurea in ingegneria missilistica a Roma. Ernesto Gismondi si fece anche designer, inventore di tante lampade della sua collezione e persino animatore del gruppo Memphis, dal 1980, con Sottsass, De Lucchi, Graves, Isozaki, Hollein.

Dove sta, ingegner Gismondi, la chiave del successo e della sua resistenza?

«Abbiamo subito puntato sull'estero. L'Italia era un mercato, ma non il mercato. A chi abbiamo pensato? A persone che amano il design e dispongono di un certo reddito e abbiamo deciso di andarle a cercare ovunque. Con il risultato che in giro per il mondo nel giro di mezzo secolo abbiamo creato sedici società che commercializzano prodotti Artemide. Come quella in Cina, sede a Shanghai. Oppure, ultimissima, quella di Seoul in Corea. Questa organizzazione ci ha consentito di vivere e crescere dentro un circuito mondiale, vendendo, ma anche acquisendo qualcosa: cioè le idee, i progetti, le conoscenze nuove. S'è stabilito un rapporto di scambio. Questo è il punto: dare e prendere».

Cioè: vuol dire che se si vuole esportare bisogna anche conoscere il luogo in cui si esporta.

«Altro passaggio molto importante: dopo aver deciso di creare una società all'estero, bisogna decidere di penetrare nello spirito del paese in cui si opera. Insomma, la nostra globalizzazione è vecchia, guardiamo a tanti paesi da sempre, ci rivolgiamo a una fascia di clienti che amano il design, ci proponiamo con un marchio e con prodotti solidi, che durano per i materiali che si usano, per la loro

fabbricazione e per il loro valore formale. Normalmente una nostra lampada resta in catalogo vent'anni. Ma capita che duri di più: magari poi ce la rimandano per la manutenzione o la riparazione».

Tutto bene allora? Non avvertite il pericolo cinese?

«Il 10 giugno scorso in Cina, ad una grande fiera dell'illuminazione, abbiamo visto stand con i prodotti e con manifesti di lancio che dicevano: copie di Artemide. Testualmente: copie di Artemide. Neanche una finta. Che fare? Nulla. Ci siamo attrezzati per l'avvenire, brevettando tutto secondo le leggi cinesi. Ma per il passato non ci sono margini. Ci hanno rimproverato: dovevate pensarci. Ma come potevamo pensarci quindici anni fa? Naturalmente quella dei brevetti, dei vincoli, delle leggi e delle protezioni è una difesa. L'altra sta tutta nei prodotti. Se i cinesi vogliono fare lampadine, le facciamo. Non possiamo metterci a competere con loro per le lampadine. Noi facciamo un'altra cosa: facciamo lampade sapen-

A una grande fiera in Cina c'erano manifesti di lancio di prodotti con scritto: copie di Artemide

do quanto complesso sia fare lampade. Con la lampada ci si deve vivere, accesa o spenta, ci sta attorno in qualsiasi ora del giorno, in qualsiasi condizione di luce. Se la devo vendere, devo immaginarla perché soddisfi la necessità di benessere di ciascuno di noi. Ad esempio una lampada da comodino: si sa che spesso si



Ernesto Gismondi, fondatore di Artemide

convive in due nella stessa stanza e quindi la luce per chi legge non deve disturbare chi dorme».

Sarà banale, ma chi ci pensa...

«Si sono manifestate nuove esigenze, come quella di contenere il consumo energetico. Quindi dovrò progettare secondo diverse tecnologie, proponendo lu-

ci diverse. Chi sta al Nord Europa ama un certo tipo di luce, chi sta al Sud un altro. Altra esigenza: che la lampada sia eco-compatibile, che le parti si possano separare secondo i materiali da recuperare, che gli imballaggi siano riciclabili. Le luci esterne non dovranno sparare verso l'alto, perché si vuole la notte restituita

alla sua oscurità: anche questa è eco-compatibilità».

Andare o no all'estero a produrre? È sempre un grosso dilemma. Devo contenere i costi. La questione si pone anche per noi che produciamo a un livello medio alto. Ci siamo tutti fatti un'idea di quanto può valere davvero una paio di

scarpe o una lampada. Oltre certi limiti non si va. Mi devo regolare. Infatti siamo riusciti a produrre a prezzi tali che tanti in fondo possono comperare una lampada Artemide. La prima mossa per ridurre i prezzi: quando mi conviene acquistare alcune componenti, come i trasformatori, che sono fabbricati in Cina, se ho bisogno di contenere i costi per fare volume. Seconda mossa: abbiamo aperto una fabbrica in Ungheria, completamente nostra, di fronte ad un mercato potenzialmente di grande sviluppo».

Quando acquista un trasformatore in Cina, si chiede se lì le regole vengono rispettate?

«Certo che mi interrogo circa il trattamento di chi alla fine lavora anche per me. Ma non posso sapere se il cinese fa la pausa pranzo seduto a tavola o in piedi. Certo se m'accorgo che la fabbrica sta in una stamberga me ne vado. La stamberga motiverebbe qualche dubbio circa la qualità del prodotto e la qualità del prodotto è la nostra difesa. Vale per tutte le impre-

Spendiamo molto in ricerca ma il Sistema Italia non sempre ci dà una mano

italiane. Ma la qualità non è un dato acquisito per sempre. Il marchio non basta a convincere l'acquirente. Noi vendiamo molto negli Stati Uniti, ma gli enti americani per il commercio estero non si fidano: vengono qui e controllano in modo pignolo».

Quanto pesa la ricerca?

«Spendiamo molto in ricerca. Soprattutto siamo in relazione con importanti centri di ricerca come quello dell'ospedale S. Raffaele, che sta compiendo studi sulla percezione della luce, il che molto concretamente vuol dire che una luce sbagliata ci fa venire mal di testa, o come l'Istituto di medicina del lavoro, che sta elaborando una teoria su luce e lavoro: alla fine della giornata ci sarebbe bisogno di una attenuazione dell'illuminazione, per rendere meno scioccante l'impatto con l'esterno. Tutto questo è necessario per essere avanti, per interpretare bisogni che non sono ancora espressi dal mercato. Questa è la condizione per prosperare. Lasciamo lampadine e faretto ai cinesi e corriamo... I cento milioni di fatturato e più di seicento dipendenti li dobbiamo anche a questa nostra convinzione».

Il sistema Italia vi aiuta, vi affianca?

«Rispondo con la mia esperienza di questa mattina: un'ora e mezza in macchina, per andare da casa mia alla sede di Pregnana, dodici chilometri e mezzo. Vorrei poter viaggiare come tutti gli altri cittadini d'Europa. Comunicare è la prima necessità di chi fa impresa».

(3 - fine)

Colaninno: Piaggio in Borsa già nel 2006

Positivi i dati di bilancio. Sulle Opa bancarie il paese ha perso un'occasione

/ Rimini

VESPA La quotazione in Borsa del gruppo Piaggio sarà anticipata al 2006. Lo ha confermato il presidente del gruppo, Roberto Colaninno incontrando i giornalisti al Meeting di Rimini. Precisando inoltre che la quota per il mercato «è tutta da decidere», Colaninno ha chiarito che «i lavori cominceranno entro la fine dell'anno 2005, si protrarranno per i primi mesi del 2006 ed l'obiettivo è di quotarla per giugno 2006».

Riguardo all'integrazione tra Piaggio e Aprilia, Colaninno ha confermato che sarà relizzata entro il 2005 prima della quotazione in borsa. «Aprilia sarà fusa

in Piaggio e questo è già stato deliberato dal consiglio di amministrazione - ha ricordato Colaninno - ha dato mandato all'amministratore delegato, Rocco Sabelli, di gestire questa fusione». Riguardo al processo di integrazione del gruppo, Colaninno ha sottolineato che il processo non si è concluso, «sta andando avanti e occuperà anche tutto l'anno 2006, perché per noi integrazione vuol dire anche la Cina, l'India, la Motoguzzi: un processo piuttosto complicato». Colaninno ha, infine escluso qualsiasi interesse per la Ducati: «Siamo sufficientemente impegnati - ha concluso - con quello che abbiamo».

Sul fronte finanziario Colaninno si è mostrato ottimista. I risultati della Piaggio «sono positivi», quelli consolidati (Piaggio più Aprilia) sono «altrettanto positivi» tanto che il gruppo conta di chiudere l'anno con «qualcosa meglio del pareggio». Colaninno ha quindi aggiunto che anche le attività in Cina stanno avendo una «evoluzione positiva», mettendo in evidenza come sia importante la presenza nel mercato asiatico, dove si registrano crescita del mercato a due cifre. La scelta del gruppo di Pontedera non è quindi stata una «delocalizzazione, ma una operazione di sviluppo». Parlando delle opa su Antonveneta e Bnl, il presidente della Piaggio ha os-

servato che «il problema va posto nell'ottica di un Paese che ha perso una grande occasione. Gestita in un altro modo, questa vicenda avrebbe prodotto benefici per il Paese per costruire modelli e occasioni positive». «Una cultura, una mentalità e un costume - ha proseguito il presidente della Piaggio - blocca il nostro paese a orizzonti che possono rappresentare occasioni positive per tutti». Riguardo poi alla questione Bankitalia, Colaninno ha invitato le autorità a fare «il loro lavoro con serenità e autonomia». «Governo e parlamento facciano le leggi che tutti i cittadini vogliono per il risparmio, loro - ha concluso - sanno cosa i cittadini si aspettano».

Abbonamenti 2005

| | | |
|---|------------------------|----------------------|
| 12 mesi | 7 gg / Italia | 296 euro |
| | 6 gg / Italia | 254 euro |
| | 7 gg / estero Internet | 574 euro 132 euro |
| 6 mesi | 7 gg / Italia | 153 euro |
| | 7 gg / estero | 344 euro |
| | 6 gg / Italia Internet | 131 euro 66 euro |
| promozione valida fino al 30 settembre 2005 | Internet 1 mese | 15 euro |
| | Internet 3 mesi | 40 euro |

Postale consegna giornale a domicilio
Coupon tagliando per il ritiro della copia in edicola
Versamento sul C/C postale n. 48407055 intestato a Nuova Iniziativa Editoriale Spa, Via Benaglia, 25 - 00153 - Roma
Bonifico bancario sul C/C bancario n. 22096 della BNL, Ag. Roma-Corso ABI 1005 - CAB 03240 - CIN U (dall'estero Cod. Swift:BNLNIT33)
Carta di credito Visa o Mastercard (seguendo le indicazioni sul nostro sito www.un.it.it)

Importante inserire nella causale se si tratta di abbonamento per coupon, per consegna a domicilio per posta o per internet.

Per informazioni sugli abbonamenti:
Servizio clienti Seread via Carolina Romani, 56
20091 Bresso (MI) - Tel. 02/66505065
fax: 02/66505712 dal lunedì al venerdì, ore 9-14
abbonamenti@unita.it

l'Unità

Per la pubblicità su **l'Unità** **publikompass**

| | | |
|---|---|--|
| MILANO , via G. Carducci 29, Tel. 02.244.24611 | CATANIA , c.so Sicilia 37/43, Tel. 095.7306311 | NOVARA , via Cavour 13, Tel. 0321.33341 |
| TORINO , c.so Massimo d'Azeglio 60, Tel. 011.6665211 | CATANZARO , via M. Greco 78, Tel. 0961.724090-725129 | PADOVA , via Mantova 6, Tel. 049.8734711 |
| ALESSANDRIA , via Cavour 58, Tel. 0131.44552 | COSENZA , via Montesano 39, Tel. 0984.72527 | PALERMO , via Lincoln 19, Tel. 091.6230511 |
| AOSTA , piazza Chanoux 28/A, Tel. 0165.231424 | CUNEO , c.so Giolitti 21bis, Tel. 0171.609122 | REGGIO C. , via Diana 3, Tel. 0965.24478-9 |
| ASTI , c.so Dante 80, Tel. 0141.351011 | FIRENZE , via Don Minzoni 46, Tel. 055.561192-573668 | REGGIO E. , via Brigata Reggio 32, Tel. 0522.368511 |
| BARI , via Amendola 166/S, Tel. 080.5485111 | FIRENZE , via Turchia 9, Tel. 055.6821553 | ROMA , via Barberini 86, Tel. 06.4200891 |
| BIELLA , viale Roma 5, Tel. 015.8491212 | GENOVA , via D'Annunzio 2/109, Tel. 010.53070.1 | ROMA , p.zza Marconi 3/5, Tel. 019.814887-811182 |
| BOLOGNA , via Parmeggiani 8, Tel. 051.6494626 | GOZZANO , via Cervino 13, Tel. 0322.913839 | SANREMO , via Roma 176, Tel. 0184.501555-501556 |
| BOLOGNA , via del Borgo 101/a, Tel. 051.4210955 | IMPERIA , via Alfieri 10, Tel. 0183.273371 - 273373 | SAVONA , p.zza Marconi 3/5, Tel. 019.814887-811182 |
| CAGLIARI , via Scano 14, Tel. 070.308308 | LECCE , via Trinchese 87, Tel. 0832.314185 | SIRACUSA , v.le Tercati 39, Tel. 0931.412131 |
| CASALE MONF. , via Corte d'Appello 4, Tel. 0142.452154 | MESSINA , via U. Bonino 15/c, Tel. 090.65084.11 | VERCELLI , via Verdi 40, Tel. 0161.250754 |

PER NECROLOGIE-ADESIONI-ANNIVERSARI TELEFONARE ALL'UFFICIO DI ZONA DAL LUNEDÌ AL VENERDÌ ore 9,00-13,00 / 14,00-18,00

Sabato ore 15,00-18,00 / Domenica ore 17,30-18,30 Tel. 06.58.557.395

Tariffe base Iva esclusa : 5,51 € a parola (non vengono conteggiati spazi e punteggiatura)

Nel decimo anniversario della scomparsa di

ROMOLO OLIVAN

lo ricordano con amore la figlia, i nipoti e i familiari tutti.

Per Necrologie Adesioni Anniversari

Rivolgersi a **publikompass**

Lunedì-Venerdì ore 9,00 - 13,00
14,00 - 18,00
solo per adesioni
Sabato ore 9,00 - 12,00
06/69548238 - 011/6665258