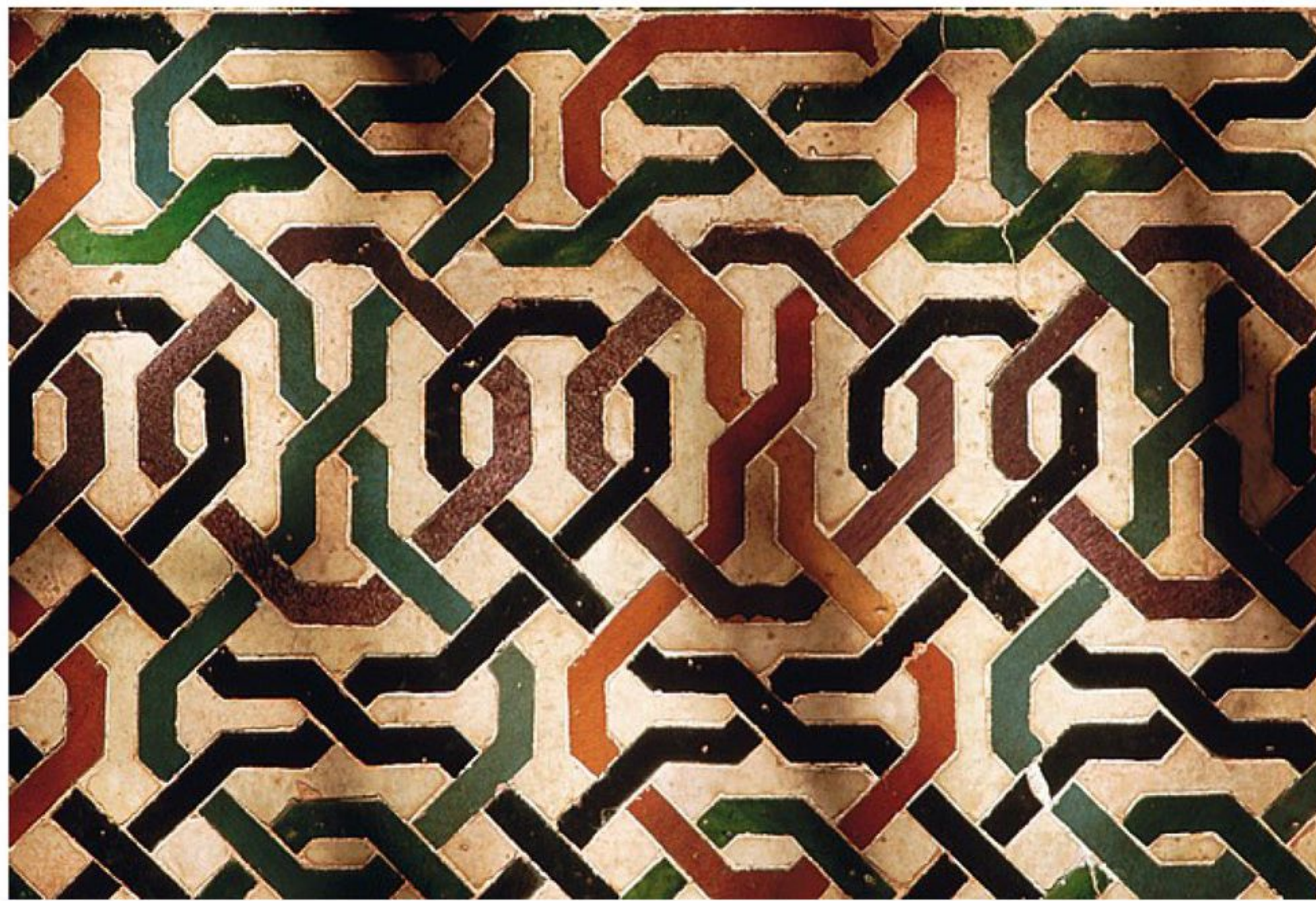




Conessioni Gli innovatori

Il doppio comfort

Volevano conservare lo spirito artigianale restando al passo con l'evoluzione dei mercati. Così ai piani alti dell'azienda brianzola nota per il grande design made in Italy, si è deciso di realizzare un processo di innovazione tecnologica che ha dato i suoi frutti. Nella qualità del prodotto e nelle condizioni di lavoro



La scienza non è nient'altro che una perversione se non ha come suo fine ultimo il miglioramento delle condizioni dell'umanità

Nikola Tesla (1856-1943)

Una decorazione della reggia dell'Alhambra, a Granada. (Ric Ergenbright / Corbis)

IL RINNOVAMENTO PRODUTTIVO DELLA FLEXFORM

Il design della rivoluzione Addio allo stress in azienda

di Annachiara Sacchi

Le operaie adesso sono molto contente, nella fabbrica di Meda il lavoro è cambiato e nonostante i sospetti iniziali la qualità della vita ha subito un netto miglioramento. Un sospiro: «Tutti quei viaggi per recuperare le stoffe, i macchinari da raggiungere in fondo al magazzino, alzati e piegati, corri da una parte all'altra. Era impossibile». Troppa dispersione di energie inutili, il processo produttivo era faticoso e costoso, antiquato e sproporzionato rispetto ai risultati che Flexform, azienda del grande design made in Italy, nata in Brianza nel 1959, si era data per continuare ad essere competitiva, al passo con i tempi e con le evoluzioni dei mercati, soprattutto quelli internazionali. Serviva un cambio di passo. Ma senza perdere nulla dall'artigianalità e della qualità per cui il marchio fondato dai fratelli Galimberti è conosciuto in tutto il mondo. Che fare allora? L'idea della famiglia: commissionare a una serie di esperti l'ottimizzazione dei processi produttivi. È servito un anno di lavoro con gli ingegneri di Lenovys, società specializzata nello sviluppo della «Lean Enterprise», lo snellimento e la velocizzazione dei processi di lavoro, per raggiungere il risultato. Per trasformare in un processo industriale semplificato quello ereditato da una pratica artigianale. Insomma, massimo risultato, minimo sforzo. Il punto di partenza: il reparto cucito, dove i responsabili avevano notato un'antica confusione e un eccesso di movimenti delle sartine. Ora, invece, ogni addetta ha una sua postazione che le consente di cucire e stoccare i tessuti senza dover correre da una parte all'altra del magazzino. «È stata resa più chiara la divisione tra il prodotto fatto e quello ancora da fare», dicono i dipendenti, che nell'azienda sono 135 e producono arredi da distribuire in 75 Paesi di tutto il mondo, dall'America, all'Asia all'Australia. E allora anche recuperare mezz'ora nel preparare la fodera di un divano o il rivestimento di una poltron-

IL LUOGO



Matteo Galimberti (nella foto) è uno degli amministratori (non esiste quello delegato) di Flexform, l'impresa di famiglia fondata nel 1959 dai fratelli Galimberti a Meda. Matteo Galimberti è stato testimonial dello spot tv di Intesa Sanpaolo con Claudio Bisio: la pubblicità racconta il dialogo tra banca e impresa con lo slogan «un mondo possibile», dove le aziende, in un mondo imperfetto, possono trovare nella loro banca un punto di riferimento. Flexform è stata scelta da Intesa per la sua capacità di innovare e di migliorare i propri standard qualitativi. L'azienda ha collaborato con i migliori designer: Asnago-Vender, Sergio Asti, Cini Boeri, Joe Colombo, Paolo Nava, Rodolfo Bonetto, Antonio Citterio, Carlo Colombo, Gigi Radice, Giulio Manzoni. Un designer su tutti però, Antonio Citterio, da quarant'anni coordina l'intera collezione.

(a.sac.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

cina può fare la differenza. Stessa procedura è stata adottata nel reparto «ricopertura», dove le piazzole degli operatori sono state riorganizzate con nuovi colori e nuovi spazi. Gianluigi Bielli, cofondatore e partner di Lenovys, spiega: «Flexform, azienda che si trovava in una situazione di mercato e finanziaria positiva, ha deciso di consolidare il proprio vantaggio competitivo, fino ad oggi basato sull'eccellenza della gamma e del prodotto, tramite la trasformazione del sistema produttivo. L'operazione è stata condotta in presenza di una gamma molto vasta di prodotti e di un parco fornitori locali da potenziare. Il progetto si è basato sulla riorganizzazione del layout e del flusso produttivo, sulla revisione del sistema di pianificazione/schedulazione e sulla revisione del make or buy». Altri interventi: il magazzino è stato ristrutturato, le scorte hanno subito una riduzione e, più in generale, l'intero sistema è stato adeguato alla nuova filosofia di produzione «perseguendo con tenacia il miglioramento continuo con l'elimina-

zione di ogni forma di spreco». Sorride Bielli: «Flexform ha creduto in noi. E risultati non si sono fatti attendere». Rivoluzione (quasi) copernicana nell'azienda che durante il Salone del Mobile appena concluso ha presentato una nuova collezione nel segno della so-

Da un sistema artigianale all'ottimizzazione dei tempi per una migliore qualità del lavoro

«Per vendere bisogna abbattere i costi e noi volevamo farlo senza schiavizzare nessuno»

brietà e della raffinatezza, con l'introduzione del cachemire, dei metalli color champagne, della piuma di mogano. E con la firma dell'amatissimo architetto Antonio Citterio, che da quarant'anni coordina l'intera collezione Flexform. Comfort assoluto e numeri in crescita, anche nei momenti di crisi: la «ditta» di Meda realizza l'80 per cento del proprio fatturato all'estero. Pietro Galimberti, amministratore dell'azienda, analizza la necessità di questo cambiamento: «Si può fare il prodotto più bello del mondo, ma per vendere bisogna abbattere i costi, e noi volevamo farlo senza schiavizzare nessuno».

Non è stato semplice. «Non volevamo speculare sui prodotti e nemmeno stressare le nostre maestranze così qualificate», continua Galimberti. Bisognava trasformarsi, in fretta. Ma per questa famiglia di imprenditori che da sempre si sa prendere rischi, le incertezze sono svanite in breve tempo: «Ne valeva la pena, lo abbiamo sempre saputo». Soddisfazione: «Mi piace entrare in fabbrica e vedere persone serene. Ne va di tutto il ciclo produttivo: se operai e artigiani lavorano male, i prodotti non vengono bene».

Cambiare senza stravolgere il dna di un'azienda. Crescere senza tradire i propri valori fondativi. Anche per questo Flexform ha aderito alla proposta di Intesa Sanpaolo di fare da testimonial per la banca (nell'ambito del supporto al sell-out dei prodotti italiani), raccontando la sua storia di successo in un divertente spot con Matteo Galimberti, responsabile vendite Italia di Flexform, e Claudio Bisio.

Una sfida in più. Come quelle — quotidiane — che passano dalla scelta di un tessuto, dalla lavorazione di un tipo particolare di legno, dalla revisione delle proporzioni di un divano. Come la seduta profonda centoventi centimetri che «costringe» ad alzare le gambe sui cuscini. Anche questa è innovazione.



Fabbrica modello Uno dei reparti dello stabilimento Flexform a Meda

© RIPRODUZIONE RISERVATA