

Un nuovo mercato fatto di creatività e rispetto dell'ambiente

A NEW CREATIVE AND ECO-FRIENDLY MARKET

Adello Negrini



Nella nostra attività di documentatori delle attività di un settore industriale, nel caso specifico quello del legno (ma la considerazione è valida in generale), non capita spesso di imbattersi in una situazione di autentico *marketing*, cioè di creazione di un nuovo mercato, nuovo sia perché inesistente, sia perché diverso o molto diverso da quello che caratterizzava in precedenza l'attività industriale dell'azienda oggetto del servizio giornalistico.

Capita invece quasi sempre di ascoltare la parola "*marketing*" riferita alle più diverse funzioni e riconducibile comunque sempre a un'attività di vendita, o di contatto con la clientela, o ad altro, mai sicuramente alla creazione di un nuovo mercato: sono i limiti del linguaggio

During our reporting activity about an industrial sector, in particular the wood sector (but this observation can be applied in general) it is not usual to bump into a situation of real marketing, that means the creation of a new market, new both because it is non-existent or because different or very different from the one that characterised earlier the industrial activity of the company, subject of the report.

It happens very often to hear the word "*marketing*" referable to the different functions but usually to activities of selling or promotion to customers, or something else but never referring to the creation of a new market :these are the limits of

1 - Veduta aerea del quartier generale Calligaris a Manzano (Ud), la sede storica.
Aerial view of the headquarter of Calligaris company located in Manzano.



gio, una convenzione secondo la quale, come noto, è vero tutto e il contrario di tutto.

Se vogliamo essere più indulgenti, possiamo anche sforzarci di convenire che l'uso e l'abuso del termine inglese, a causa della sua assonanza con il termine italiano ("mercato"), semplicemente interpretata, ha portato ad associarlo indiscriminatamente a qualsivoglia attività commerciale o di pubbliche relazioni, ben che vada di comunicazione e di promozione, che riguardi il comparto di riferimento, come d'altra parte è comprensibile che avvenga.

Resta il fatto che non c'è *marketing* se non c'è la creazione, o la volontà di creare un nuovo mercato.

Ne abbiamo conosciuto uno in occasione del reportage qui pubblicato.

a word, it is a norm according to which as it is known it is true everything and the opposite of everything.

If we want to be indulgent, we also strive to agree that the use and the abuse of the English word, because it sounds too much as the Italian word ("mercato"), simply explained, it has been linked to any business or public relations activity, or communication and promotional activities, as indeed it is understandable that happens.

The fact remains that there is no marketing if there is no creation, or the desire to create a new market.

We met one during the reportage you can read below.



2 - Alessandro Calligaris



3 - Alessandro Calligaris (a sinistra) con Marcello Pallavicini (al centro) e Alcide Bertagna de Marchi (IVM Chemicals).
Alessandro Calligaris (on the left) together with Marcello Pallavicini (in the middle) and Alcide Bertagna de Marchi (IVM Chemicals).

4 - L'altra struttura facente parte del Gruppo Calligaris: la O&G (ex Olivo & Godeassi) acquisita nel 2002, oggi unità produttiva.
The other plant of the Calligaris Group: the O&G (ex Olivo& Godeassi) bought in 2002.

5 - Nella pagina a lato: alcuni modelli di sedie prodotte oggi dalla Calligaris; non più solo in legno, ma con l'impiego di vari materiali, come cuoio e polipropilene.
Next page: some chairs made by Calligaris today; not only made entirely of wood, but using different raw materials such as leather and polypropylene.

6 - Il tavolo in legno OmniaXL, con due allunghe laterali a libro.
OmniaXL extendable table.

7 - Il divano componibile "Alyon" disegnato da Pininfarina.
"Alyon" modular sofa designed by Pininfarina.



LA PRIMA VISITA

La prima occasione di visitare la Calligaris di Manzano (fig. 1), in provincia di Udine, che quest'anno compie novant'anni, ci capitò nel 2005, quando l'azienda già allora *leader* mondiale nella produzione della sedia in legno (4.000 sedie al giorno – anche oggi siamo su questi livelli, se non maggiori, ma le sedie non sono più solo di legno), manifestò una volontà innovativa tipica della migliore cultura imprenditoriale, iniziando a sperimentare la verniciatura con prodotti all'acqua, fino ad allora ritenuta impraticabile dalle aziende del comparto per l'esistenza di vari problemi, alcuni autentici ma risolvibili, altri "di comodo".

Non è questa la sede per scrivere la storia dettagliata della caduta dell'impero manzanese della sedia. In sintesi, essa fu dovuta in buona parte alla ostinazione nel mantenimento delle tecnologie vernicianti (le aziende che decisero il cambiamento furono poche), in parte a problemi di costo, difficilmente superabili se non facendo gruppo, come non fu fatto, in parte (ma accadde in seguito, appesantendo una situazione già precaria), alla lunga crisi economica, tuttora in atto.

LA CALLIGARIS OGGI: IL RITORNO

Dopo quasi dieci anni, siamo ritornati in Calligaris, grazie all'importanza che il presidente Alessandro Calligaris (fig. 2), dal 1986 alla guida del Gruppo, attribuisce all'informazione divulgata tramite i servizi della nostra rivista tecnica specializzata, e alla disponibilità di Marcello Pallavicini (fig. 3), direttore di produzione, che ci ha accolti e fatto da guida insieme ad Alcide Bertagna De Marchi, area sales manager di IVM Chemicals, da sempre fornitore delle vernici a marchio Ilva (all'inizio tradizionali e ormai da quattro anni all'acqua), e a Roberto Pisu, assistente tecnico di area.

THE FIRST MEETING

We went to visit Calligaris company (fig. 1) located in Manzano, in the province of Udine (Italy), that is 90 years old, for the first time in 2005, when the company was already world-wide leader in the production of wood chairs (4.000 chairs a day - nowadays the production is at the same level, may be more, but the chairs are made not only in wood), showed the innovative will typical of the best entrepreneurial culture, starting to coat using waterborne products, a way of coating until then considered by the companies of the same industrial sector because of different problems some of them real but solvable others were only "convenient". It is not here the right place to describe the fall of the Manzanese empire of the chairs. In brief, the fall was due by the obstinacy of some companies to maintain the existing coating technologies (few companies decided to change them), and on one hand to the costs quite difficult to solve if they were not a group, and on the other to economic crisis still ongoing.

CALLIGARIS NOWADAYS: THE COMEBACK

After almost 10 years, we visit again Calligaris company, thanks to importance that Alessandro Calligaris (fig. 2), leader of the group since 1996, gave to the information published on our magazine and to the help of Marcello Pallavicini (fig. 3), production manager who showed us together with Alcide Bertagna De Marchi, IVM Chemicals area sales manager, which supply the friulan company with coatings with Ilva brand (first traditional ones and since 4 years waterborne) and Roberto Pisu, technical



Abbiamo trovato un'azienda completamente rinnovata, articolata in due grandi strutture: la sede "storica", che oggi ospita il grande *show room*, oltre a servizi di varia natura (quali prototipazione, controllo qualità, logistica), e l'unità produttiva, operante nella O&G (ex Olivo & Godeassi), altra nota azienda della zona, produttrice esclusivamente di sedie in legno, acquisita nel 2002 (fig. 4).

L'EVOLUZIONE

Calligaris, ovviamente, "è ancora sedia" (fig. 5), ma intesa come l'importante manufatto che fa parte di arredi prestigiosi (i tavoli estensibili di esclusivo *design* e straordinaria funzionalità modulare - fig. 6 - sono autentici "fiori all'occhiello" della creatività del Gruppo, così come i divani, tra cui un esemplare disegnato da Pininfarina (fig. 7), e altre realizzazioni per il benessere abitativo personalizzato), presente nel mondo con una gamma di proposte fatte di pezzi unici firmati, in vari materiali, di eccezionale ampiezza e in continua evoluzione.

Una descrizione dell'azienda pubblicata nel riquadro del reportage ne sintetizza i tratti essenziali: significativo è sottolineare come al suo novantesimo compleanno l'impresa si presenti con una precisa visione del suo futuro: proseguire e rafforzare la sua strategia sul marchio, accompagnata da una eccezionale evoluzione distributiva in Italia e nel mondo.

L'OPINIONE DELL'UTILIZZATORE

«Quando la situazione ambientale generò richieste precise e pressanti che riguardavano la quasi totalità delle aziende della zona - ci ha spiegato Marcello Pallavicini - la Calligaris, già predisposta per sua natura alla salvaguardia della qualità di vita degli abitanti del territorio e degli operatori interni, prese la decisione definitiva di utilizzare soprattutto prodotti vernicianti all'acqua, nel pieno rispetto delle norme anti-inquinamento che definiscono i limiti delle emissioni in atmosfera (un cambiamento, come detto, che non fu adottato, quanto meno tempestivamente, da tutte le aziende del comparto - ndr).

«Si presentò allora contestualmente - ha aggiunto il nostro interlocutore - il problema della scelta dei "nuovi" prodotti vernicianti idrosolubili, a basso impatto. Conoscevamo bene, da lungo tempo, i prodotti tradizionali l'acqua; fu naturale provare quelli all'acqua, che, tra le varie opzioni, furono quelli che ci diedero piena soddisfazione sia dal punto di vista commerciale, per il rapporto qualità/prezzo, sia dal

area assistant.

We saw a company completely renewed, divided into two areas: the "historical" headquarter that actually hosts the show-room, and other different activities (such as prototyping, quality control, planning) and the plant working in O&G (ex Olivo&Godeassi) another well-known company producing wood chairs which has been bought out in 2002 (fig. 4).

THE EVOLUTION

Calligaris, obviously, means "chair" (fig. 5) not a simple one but a important manufacture that is part of prestigious furniture (extendable tables with an exclusive design and extraordinary modular functionality - fig. 6 - they are real "flagships" of the creativity of the Group, as well as the sofas among them there is a sample designed by Pininfarina (fig. 7) and other samples for the customised housing well-being) present in the world with a range of proposals composed by unique pieces in various materials of exceptional scope and evolving.

The data sheet published below describes the main characteristics of the company: it is important to underline how the company for its 90th birthday has a clear and precise vision of the future: to carry on and to strengthen its strategy about the brand together with an exceptional evolution of the supply chain in Italy and all over the world.

USER'S OPINION

«When the environmental created always more precise and urging demands that involved almost all the companies located in this area - explained Marcello Pallavicini - Calligaris, already predisposed to safeguard the quality life of the inhabitants and of its workers, decided to use only waterborne coatings, respecting the antipollution rules which set the limits of the atmospheric emissions (a change, as already said, that not all the area companies decided to adopt - e.d.)

«The problem of which low-impact waterborne coatings to choose, arised contextually - said our speaker - we knew well l'acqua traditional coatings; it was obvious for us to try the waterborne ones which, among all the choices, were the ones that met our requirements both from the bu-



8 - Vista parziale del capannone dove è installata l'impiantistica di verniciatura.
Partial view of the plant where the coating equipment is installed.

punto di vista tecnico, per la facilità di applicazione. Li adottammo e li utilizziamo tuttora, sia nella versione trasparente che laccata, senza che ci creino mai nessun tipo di problema.

«Mi piace aggiungere che un ruolo importante lo gioca anche il servizio che ci viene offerto, grazie soprattutto alla presenza vicino a noi di una struttura del fornitore, dotata anche di sistema tintometrico, che ci garantisce la tempestività a volte determinante. La collaborazione avviene anche nella messa punto dei prodotti in uso e di quelli da sviluppare, un'esigenza che si presenta oggi costantemente, considerata la produzione ormai del tutto fuori standard, mirata al cliente e fatta di piccoli lotti in molti colori. Capita di dover fare anche quindici cambi al giorno, e non solo di colore, ma anche di modello, dimensioni e altro».

I CICLI DI VERNICIATURA

«Gli impianti di verniciatura – ha precisato il direttore di produzione - sono di due tipi: su un impianto, con il quale verniciamo solo sedie, pratichiamo il ciclo misto (fondo all'acqua, che si è rivelato addirittura migliore di quello al solvente, e finitura tradizionale, anch'essa Iilva, tradizionale per la presenza di alcune problematiche impiantistiche), e su un altro impianto, con il quale verniciamo i componenti, il ciclo completamente all'acqua. Il legno utilizzato è soprattutto il faggio.

Per entrambi i cicli la prima operazione consiste nell'impregnazione del legno con il colore richiesto con il sistema a *flow-coating* e quindi passaggio in tunnel per l'essiccazione.

L'applicazione della vernice di fondo sempre

business point of view for the quality/price-ratio and from the technical point of view for the easy way of application. We adopted them and we are still using them both transparent coat and glossy one without having any difficulty.

«I like to say that an important role is played by the supplier close to us with a tintometric system that offers to us a promptness service.

We work together to adjust all waterborne products we are using and to develop new ones, a need which arises constantly since there is not a standard production but a customised one produced in small batches and many different colours.

It happens to change more than 15 times in a day, and not only the colour but also the item, the size and so on.»

THE COATING CYCLES

«We have two different coating lines - said the production manager - one equipment used to coat only chairs, using a mixed coating cycle (waterborne primer, better than the solvent one, and traditional finish always Iilva brand) and on the other equipment with a waterborne coating cycle where we coat parts. We use above all beechwood.

For both coating cycles the first step is to impregnate the wood with the colour using the flow-coating system and the second step is the drying tunnel.

The application of the waterborne primer in different for the equipment: for coating



9 - Vista frontale della cabina di tinteggiatura.

Front view of the coating booth.

10 - La cabina di applicazione a disco del fondo: il tecnico è Roberto Pisu della IVM Chemicals.

Rotating disk booth for the application of the primer: the technician is Roberto Pisu of IVM Chemicals.

11 - L'interno della cabina con il disco.

The inside view of the rotating disk booth.

12 - L'area dell'applicazione della finitura a robot contrapposti.

The area of the application of the finish by the opposite robots.



ad acqua si differenzia sui due impianti solo per il sistema di applicazione: a disco rotante per i componenti e con i robot antropomorfi per la tridimensionalità delle sedie con successivo passaggio in tunnel di essiccazione dopo un periodo a temperatura ambiente per la distensione della vernice.

Diverse sedie o componenti richiedono un doppio passaggio sull'isola del fondo.

Quelle sopra descritte rappresentano le prime due isole di lavoro e prima del passaggio sull'isola della finitura la fase di carteggiatura e di controllo viene eseguita manualmente su apposite postazioni da personale specializzato. La fase di verniciatura finale per i componenti ripete il percorso sull'impianto a disco sempre con utilizzo di vernice all'acqua, mentre le sedie entrano nell'isola di finitura in cui la vernice viene applicata con uno specifico robot antropomorfo.

parts we use a rotating disk while we use the anthropomorphic robots to coat chairs because of the tridimensionality of them and then further step in the drying tunnel after a time at room-temperature to allow the coat to flow.

The primer for some chairs and parts must be applied twice.

Those described above are the two first workstations and before the phase on the finish workstation the sanding and the control phase are made manually by specialised staff in dedicated workstation.

The finishing phase for the parts repeat again the same path on the rotating disk equipment using waterborne coat, while chairs go in the finishing workstation where the coat is applied by a particular anthropomorphic robot.

Also for the pigmented coating cycles we





13 - Il dettaglio di uno dei due robot che applicano la finitura.

A detail of one of the robots applying the finish.

Anche per i cicli pigmentati utilizziamo le stesse isole saltando la prima fase di impregnazione colore.

Per "componenti" intendiamo per esempio le gambe e le spondine dei tavoli, e quant'altro viene poi assemblato per comporre gli arredamenti "giorno" e "notte" (la nostra produzione non comprende solo cucine, ma anche arredobagno e mobili di grandi dimensioni, come gli armadi).

Stiamo lavorando per avere tutti i cicli completamente all'acqua».

use the same workstation skipping the first phase of the impregnation of the colour. With the word parts we means for example table legs and edges and everything else is necessary to assemble "day collection" and "night collection" furniture (we do not make only kitchens, but also bathroom furniture, and big sized furniture such as wardrobes).

We are working in order to change all our coating cycles in waterborne ones».

DENTRO L'UNITÀ PRODUTTIVA

Documentiamo qui, isola per isola, l'impiantistica di verniciatura delle sedie (in funzione al momento della visita nell'ampio reparto di cui è visibile un'area nella fig. 8), costruita da aziende locali e integrata da un robot della CMA Robotics di Pradamano (Ud).

La prima immagine (fig. 9) mostra la cabina della tinteggiatura; nella fig. 10 è raffigurata la cabina di applicazione a disco del fondo (l'interno nella fig. 11); l'applicazione della finitura a robot contrapposti è visibile nella fig. 12 (un dettaglio nella fig. 13), tra un'applicazione e l'altra, le sedie transitano nel tunnel di essiccazione (fig. 13), trasportate dal sistema di movimentazione a monorotaia; nella fig. 15 è visibile lo specifico robot, che applica la finitura bianca su un lotto di sedie.

Merita di essere sottolineata una scelta che conferma la ricerca della migliore qualità possibile, che contraddistingue tutte le fasi dei processi produttivi dell'azienda: e cioè l'applicazione del fondo nel colore uguale a quello della successiva finitura, anche per evitare che eventuali ammaccature, a prodotto finito e inserito nell'arredamento, siano eccessivamente

INSIDE THE PRODUCTION UNIT

We describe here, workstation by workstation, the coating equipment for chairs (which is working while we are visiting the department and you can see an area in fig. 8), made by local companies and completed by a robot produced by CMA Robotics located in Pradamano (province of Udine - Italy).

The first picture (fig. 9) shows the coating booth; the disk rotating coating booth for primer is represented in fig. 10 and 11; the application of finish with opposite robots is represented in fig. 12 (a detail in fig. 13), between an application and the other the chairs go in the drying tunnel by the conveyor; the specific robot applying the white finish a batch of chairs.

It is important to underline that this sort of choice involves the research of the best quality, that characterised all the phases of the production of the company: that means the application of the primer the same colour as the one of the finish in order to avoid that possible bruises will be too much visible on the finished product.



14 - Il passaggio delle sedie nel tunnel di essiccazione.

Chairs in the drying tunnel.

15 - Il robot della CMA che finisce in bianco un lotto di sedie.

CMA Robot applying the white finish on a batch of chairs.



evidenti.

CONCLUSIONI

Le parole che sintetizzano le linee guida della strategia industriale e commerciale della Calligaris, spiegano il successo che questa singolare componente del tessuto imprenditoriale italiano ha raggiunto e mantiene anche in questi lunghi momenti di stallo, e in molti casi di regressione: «E' stato necessario intuire il mercato, introdurre sistemi informativi innovativi, aprire a strumenti di comunicazione diretta con i consumatori, migliorare l'efficienza distributiva con i rivenditori, investire continuamente in comunicazione nel mercato italiano e in quello internazionale».

Sono scelte coraggiose che dimostrano come la determinazione a 360 gradi, che deve però basarsi a monte sulla qualità di alto livello non disgiunta dal rispetto dell'ambiente e sulla promozione dell'immagine, non solo è vincente, ma proietta l'azienda in un futuro di ancora maggiore successo.

➤ Segnare 13 su cartolina informazioni

CONCLUSION

«It has been necessary to understand the market, to introduce new information technology, to open up to new way for communication with the customers, to better the distribution efficiency and to invest in communication in the Italian and international market: these words summarise the guidelines of the industrial and business strategy of Calligaris and explain the success that this important Italian company reached and has been able to maintain also during this deadlocked time. These are choices which shows as a full commitment, that must be based on high quality linked to the environmental protection and brand visibility, it is a rewarding strategy that pushes the company in an always more successful future.

➤ Mark 13 on information card



**Calligaris:
90 anni di crescita
e di successi**

**CALLIGARIS: 90TH YEARS OF
GROWING AND SUCCESS**

Nata nel 1923 come laboratorio artigianale per la lavorazione del legno, Calligaris ha percorso una lunga strada fino a diventare, con l'evoluzione del processo produttivo, l'ampliamento della gamma di prodotti, l'individuazione di nuovi canali di vendita, la "scoperta" del marchio e la sua valorizzazione e l'internazionalizzazione sui mercati, leader al mondo nell'*Italian home design*.

Oggi Calligaris è un gruppo che fattura circa 135,5 milioni di euro, con una quota di export crescente che supera il 60%, mentre la sua offerta di prodotti copre l'intero universo dell'arredamento, dalla sedia (l'oggetto iniziale) all'illuminazione, l'ultima categoria entrata in catalogo.

L'organizzazione produttiva e logistica è distri-

Born in 1923 as a small artisanal laboratory for wood working, Calligaris have seen many changes before becoming a world-wide leader of the Italian home design, thanks to the evolution of the productive process, the expansion of products offered, the seaching of new distribution channels, "the discover" and the enhancement of the company brand on the International market.

Nowadays Calligaris is a group that has a sales volume of 135,5 millions of euros, with an increasing thais over than 60% of the whole sales volume and its offer coverv the whole range of furnishing solutions from chairs (first item) to the lightening last product on the catalogue.

The Calligaris group has 12 corporate headquar-



A, B e C mostrano alcuni allestimenti presentati nel grande *show-room*, che documenta concretamente il percorso di crescita e di successi dell'azienda.
Some outfittings in the big *show-room*, that shows the growing and the success of the company.

buita in 12 sedi, 6 in Italia (a partire dal quartier generale di Manzano, in provincia di Udine) e 4 all'estero, con filiali di distribuzione negli Stati Uniti e in Giappone. L'organizzazione di vendita è basata sui rivenditori dislocati in oltre 90 Paesi. Attualmente Calligaris conta in tutto il mondo circa 70 store monomarca, 128 *shop in shop* e 245 *gallery*.

Dal 1986 alla guida dell'azienda è Alessandro Calligaris, che controlla il 60% del gruppo; il restante 40% dal 2007 fa capo al fondo di *private equity* L Capital (gruppo Louis Vuitton Moët Hennessy).

ters, 6 of them are in Italy (the company headquarter is located in Manzano, in the province of Udine) and 4 abroad, with operating subsidiaries in the United States and Japan. The sales network has retailers in more than 90 countries. Actually Calligaris is currently present in the world with over 70 single-brand stores, 128 *shop in shop* and 245 *gallery*.

From 1986 Alessandro Calligaris is the leader of the company, that owned the 60% of the group while the 40% is owned by the Lequity (LVMH group).



Prodotti vernicianti all'acqua per fondi e finiture di sedie

WATERBORNE PRIMER AND FINISHING PRODUCTS FOR CHAIRS

a cura del Laboratorio Ricerca & Sviluppo di IVM Chemicals
by the IVM Chemicals R&D Lab

La scheda qui sotto pubblicata presenta le caratteristiche tecniche di alcuni prodotti vernicianti IIVA utilizzati nei due cicli di verniciatura praticati in Calligaris: fondo trasparente - fondo bianco - finitura trasparente. Oltre alle prestazioni che queste vernici consentono di ottenere, soddisfacendo pienamente le aspettative dell'utilizzatore – come si legge nel reportage – è da sottolineare anche la valenza ambientale che il formulatore ha tenuto bene in conto nel realizzarle, riducendo le percentuali di COV a valori inferiori e molto inferiori a quelli limite prescritti dalle normative. Un risultato che premia l'intensa attività di ricerca del produttore e nel contempo consente al grande mobilificio friulano di fare impresa senza inquinare.

The data sheet here below describes the technical data of some IIVA coating products use during the two coating cycles in Calligaris: clear primer – white primer – clear finish.

In addition to the performances that those products allow to obtain, meeting completely the expectations of the user – as you can read in the reportage- it is important to underline the environmental safety that the technician keeps in mind while he is preparing them, reducing the percentage of COV under the limits prescribed by law.

This result rewards the research of the producer and at the same time allows the Friulan furniture company to work without polluting.

☞ Mark 14 on information card

☞ Segnare 14 su cartolina informazioni

Caratteristiche chimico-fisiche <i>Chemical-physical features</i>	Fondo trasparente <i>Clear primer</i> TT9/910	Fondo bianco <i>White primer</i> PT1/1250	Finitura trasparente <i>Clear finish</i> HQM9A016
Residuo secco/ Dry content	30 ± 2%	56 ± 1%	33 ± 2%
Peso specifico a 20°C/ Density at 20 ° C	1050 ± 0.05 gr/lit	1340 ± 20 gr/lit	1,050 ± 0,05 g/l
Viscosità di fornitura / Viscosity	15" – 23" CF8	28/30" COPPA DIN 6 mm	38" - 43" CF8
Opacità/ Haze			10 gloss
Diluyente / Diluent	Acqua/Water	Acqua/Water	Acqua/Water
Diluizione/ Dilution	0 - 5% (se necessario) <i>(if necessary)</i>	0 - 10% (se necessario) <i>(if necessary)</i>	0 - 5% (se necessario) <i>(if necessary)</i>
%COV/VOC	7,2	4,2	6,3