

MONZA COMO LECCO E BRIANZA

Vivere

STEFANO ZAMAGNI
BISOGNA SALVARE IL SEME

ANTHONY ARMSTRONG EMERY
FARO DEL MONZA UN NUOVO CHELSEA

ENRICO ELLI
L'IMPRESA DELLA CULTURA

TINO STEFANONI
L'ENIGMA DELL'OVVIO

Valentina Fontana

DIAMO VITA AI SOGNI

N. 79 - Novembre 2013

BELLAYITE
NONSOLOCARTA

ZEROEMISSION
GreenPrinting®



Diamo vita ai SOGNI

Esattamente quando è nata 'altreforme'?

È nata a dicembre 2008 da un progetto di diversificazione all'interno di Fontana Group, l'azienda di famiglia che opera nel settore dell'alluminio.

E cosa produce Fontana Group?

Costruiamo dal 1956 carrozzerie per automobili. Oggi progettiamo

e realizziamo le scocche dell'intera gamma produttiva di Ferrari e Mc Laren e facciamo stampi per altre note e prestigiose case. Forti di un know-how che è unico al mondo, ci siamo detti: vediamo se questa esperienza può essere messa a disposizione di un altro settore, quello dei complementi di arredo, per esempio. È stata una mia proposta, ed è stata accolta bene. Così mi sono messa all'opera.

Come ha cominciato?

Ho cominciato piano piano, facendo alcune cose con amici architetti che erano interessati a sviluppa-



Sala da pranzo, collezione 'dream' disegnata da Garlib



Specchio Monza

re il progetto. Da lì abbiamo visto che c'era interesse per gli elementi di arredo in alluminio. Nel mondo del design mancava un utilizzo innovativo di questo metallo. Sì, era già impiegato, ma solo come materiale secondario. Noi, invece, l'abbiamo messo al centro del processo creativo. E abbiamo dimostrato che certe sue caratteristiche, come la leggerezza e la lucentezza, possono essere sfruttate per conferire agli oggetti di arredo sinuosità e finiture prima ritenute impossibili da ottenere. Aggiungo che noi abbiamo a disposizione macchinari e tecnologie molto costosi, che difficilmente altri possono avere. Insomma, siamo gli unici al mondo che fanno le scocche delle Ferrari!

Quindi fate i mobili con gli stessi macchinari con cui si producono le scocche della Ferrari?

Sì, abbiamo operai altamente specializzati che si dedicano anche ai nostri arredi. Producono per Fontana e per 'altreforme'. Il lavoro da noi è molto trasversale.

Un marchio giovane, ma con radici profonde. Questo è 'altreforme', un progetto nato dall'immaginazione e dall'entusiasmo di Valentina Fontana, che cinque anni fa, non ancora trentenne, ha guardato con occhi nuovi l'azienda di famiglia, già leader mondiale nella progettazione e realizzazione di scocche in alluminio per le più importanti case automobilistiche, da Ferrari a Mc Laren. E ha deciso di trasferire know-how e tecnologie al mondo dell'interior design. Concepite da grandi designer e stilisti, le collezioni ad alta sostenibilità ambientale di 'altreforme' soddisfano il gusto di clienti alla ricerca di fascino e personalità. Come ci racconta in questa intervista l'imprenditrice lecchese. Che non dimentica il nonno operaio e che, sempre con i piedi per terra, esporta il Made in Italy in Cina

di Clementina Coppini

Vista la tecnologia impiegata, immagino che i vostri saranno pezzi costosi...

Hanno un posizionamento di prezzo alto, pari ai prodotti di lusso che poi sono quelli che hanno reso il Made in Italy famoso nel mondo. In questo momento particolare l'Italia per competere sul mercato deve fare leva sul design e l'artigianalità di altissimo livello. Perché noi sappiamo fare le cose belle.

Il lavoro è in crescita?

Le cose vanno molto bene, considero che siamo in anni di crisi. Non le dico che è facile. È una grandissima lotta, soprattutto sul mercato italiano ed europeo. Noi però abbiamo scelto di sviluppare la nostra politica commerciale verso mercati lontani. La Cina, per esempio, è un importante mercato

di sbocco per 'altreforme'.
I vostri clienti cinesi sono gli stessi che si comprano le Ferrari?

Bella domanda, me la faccio spesso anch'io. Ma in questi anni ho compreso che i nuovi ricchi cinesi si dividono in due categorie: quelli che cercano il marchio a tutti i costi e altri che hanno superato questa fase e ora cercano qualcosa di unico e originale. Noi ci rivolgiamo a questa seconda categoria, mi passi il termine, più evoluta. Il cliente che sceglie 'altreforme' è alla ricerca della vera italianità, ossia di oggetti di grande fascino e personalità.

Va spesso in Cina?

Sì, capita. Ma spesso sono i cinesi a venire qui. Allora mi diverto tantissimo a portarli a mangiare nelle

trattorie dove andiamo noi, quelle magari meno appariscenti, però dove si mangia davvero bene. Ne escono contentissimi. Sa cosa le dico? Molti li hanno sottovalutati, i cinesi, ed è stato un errore. Perché invece sono un popolo molto intelligente. I giovani di questi paesi in crescita hanno un mordente che a noi italiani è mancato un po'. E poi è gente competente, abituata a meritarsi quello che ha.

Per lei questo è un concetto importante?

Altro che! Me l'hanno inculcato fin da piccola. Mio nonno Pietro faceva l'operaio in un'azienda di Lecco. Il suo datore di lavoro un giorno gli disse: "Sei bravo, secondo me dovresti metterti in proprio". Lui, che era un uomo straordinario, però si è sempre ricordato da dove veniva. Anche mio padre, quand'ero bambina, mi portava in fabbrica e mi diceva: "Ricordati che questo oggi c'è e domani non c'è più". Non mi ha



Moschino loves altreforme

STILE E INNOVAZIONE

Contentitore 'camicia corta' della collezione Arlecchino, prodotta da 'altreforme' in co-branding con la maison Moschino.



Le caratteristiche migliori dell'alluminio sono la leggerezza, un foglio di alluminio pesa un terzo rispetto a un foglio di ferro o acciaio, e la capacità di assumere qualsiasi forma gli si voglia dare. Quest'ultimo è un pregio fondamentale, che si sposa bene con le nuove tendenze dell'architettura. Non meno importante, l'alluminio può essere riciclato al 100% e infinite volte senza perdere le caratteristiche originali, quindi è un materiale ad alta sostenibilità, rispetto all'ambiente. E anche i nostri processi produttivi sono totalmente a impatto zero. In più l'alluminio può essere usato all'esterno senza che si deteriori. Per esempio, adesso stiamo realizzando un progetto per un teatro ad Amsterdam, tutto all'aperto.

Altri progetti importanti a cui avete lavorato?

Lo scorso anno abbiamo arredato la più grande boutique di Moschino a Parigi, con oggetti scenografici

Valentina Fontana

Nata a Lecco, 33 anni, è vicepresidente di Fontana Group, una multinazionale con sede a Calolziocorte che dà lavoro a oltre 600 persone nelle tre sedi attive in Italia, Turchia e Romania. Laureata con lode all'Università Bocconi, nel 2008 ha fondato 'altreforme'. Applicando il know-how e l'esperienza acquisita dall'azienda di famiglia dedita da oltre cinquant'anni alla creazione di scocche per auto, crea sofisticati arredi in alluminio dalle sinuosità e texture inediti.

fatto vivere comoda e non mi ha portato subito nell'azienda di famiglia. Dopo la laurea alla Bocconi ho maturato esperienze nel real estate a Miami e poi in consulenza strategica a Milano. È bello poter fare anche altro. E soprattutto bisogna sapere cosa significa stare dall'altra parte della scrivania.

Lei lavora molto?

Mediamente sono qui nove, anche dieci ore al giorno. Ma anche quando non sono in ufficio, lavoro. Avere un weekend per riposare mi sembra un gran lusso.

Descriva 'altreforme' in poche parole.

'altreforme' parte della tecnologia e la coniuga con la creatività. Facciamo cose che prima non esistevano. Creiamo oggetti di arredo innovativi, su misura, realizzati ad hoc per chi vuole qualcosa di davvero esclusivo. Perché abbiamo avuto l'incarico di creare forme uniche e ineguagliabili.

Si parla tanto di virtù dell'alluminio, ce le vuole spiegare?

ispirati alla maschera di Arlecchino, che è un'icona nell'archivio storico del marchio. Il risultato è piaciuto molto e in seguito abbiamo avuto l'incarico dalla stessa maison italiana di seguire e produrre in co-branding la loro prima Collezione Casa ed è nato così 'Moschino lo-



TROFEO GRAN PREMIO FI UNGHERIA

Parte del team di 'altreforme' con i trofei Eni prodotti negli stabilimenti di Calolziocorte (Lecco) e consegnati ai vincitori del Gran Premio di Ungheria 2012. Tre creazioni del designer Antonio Saracino, consegnate ai vincitori della corsa e al team costruttori, richiamano la forma del logo Eni e la dinamicità del mondo della F1, con un sottile foglio di alluminio tagliato a laser e battuto a mano.

ves altreforme'. Si tratta di oggetti di grande personalità.

Il rapporto con designer e stilisti all'avanguardia sembra essere una vostra prerogativa...

È stato così fin dal principio. Siamo partiti con Aziz Sarrier, che in Turchia, ma non solo, è considerato un vero maestro. Ha una classe e un'eleganza senza uguali, ed è una persona splendida. Per noi ha realizzato la collezione Limited edition, con forme moderne e sorprendenti, caratterizzate da curve e sinuosità innovative. Sembrano grandi monoliti, ma in realtà Sarrier ha pensato a fogli di alluminio piegati e assemblati con una saldatura quasi invisibile, come riusciamo a fare noi, al punto che le creazioni appaiono praticamente prive di giunture. Aziz è stato proprio bravo, ha lavorato con i nostri ingegneri meccanici e ha capito al volto come funzionava tutto. Con la libreria 'cioccolata', per la quale Sarrier si è ispirato alle tradizionali tavolette di cioccolato divise in quadretti, nel 2009 abbiamo vinto il Premio Elle Décor International

Design Award per la Categoria Mobili. L'anno seguente abbiamo lavorato con il celebre architetto Marco Piva. Con lui è nata la collezione 'district', abbiamo scelto questo nome perché gli oggetti sono ispirati alle atmosfere di alcuni eleganti quartieri internazionali: la libreria si chiama 'Brera', il sistema componibile di mensole 'Brickell' come una famosa zona di Miami, l'applicazione 'Ginza', il tavolo 'Arbat' richiama il noto distretto di Mosca.

Quanto conta lavorare con bravi designer?

Chi ti disegna il mobile ne decreta il destino. All'inizio ci deve essere qualcuno che crede in te. Aziz, Piva, Moschino hanno creduto in noi e non posso che ringraziarli. Certo, abbiamo anche preso le nostre belle porte in faccia. Ma qualcuno di quelli che al principio non aveva voluto lavorare con noi, poi è tornato indietro. Per me è stata una bella soddisfazione.

E l'ultima collezione?

È dedicata al tema del sogno ed è stata disegnata dallo studio lombardo Garlib.

Chi decide il tema?

Lo penso io, mentre viaggio.

Perché il sogno?

Perché questo è un tempo in cui siamo depressi e il sogno è qualcosa che aiuta, che ci permette di continuare a sperare in qualcosa di buono. Abbiamo declinato il tema in modi differenti. Ci sono oggetti ispirati alle nuvole, che è un elemento associato al mondo onirico e immaginifico. Altri prodotti invece sono dedicati a quello che consideriamo il sogno più importante per il mondo intero, la pace. Ma abbiamo anche interpretato con ironia il più venale dei sogni, quello del possesso, e abbiamo creato degli oggetti ispirati a un lingotto d'oro.

Fate oggetti non banali, con nomi non banali...

Ci teniamo ai nostri mobili, li consideriamo oggetti con personalità che devono suscitare un'emozione. Anche a noi piace chiamarli per nome. E fortunatamente anche i clienti si affeziono, ci mandano addirittura foto per mostrarci come si sono ambientati



Soggiorno, collezione 'dream'

nelle loro case. C'è un albergo sulla Loira, l'Art Hotel a Rochecorbon, arredato con tutte le nostre cose, appena posso vorrei andarlo a vedere.

'altreforme' ha debuttato in concomitanza dell'inizio di una delle più dure crisi economiche a livello mondiale. Quali prospettive vede?

Il 2013 è stato difficile, ma per il 2014 vedo prospettive più concrete. Molti dicono che bisogna aspettare, ma aspettare cosa? Da quando è nata 'altreforme' strade in discesa non ne ho mai trovate. Non ho ancora visto qualcosa di semplice nella mia vita professionale. Per tutti noi che abbiamo più o meno trentanni è così. Ma ogni giorno si va ugualmente a lavorare. C'è un problema di prospettive, ma bisogna pensare positivo. Anche se non è sempre facile.

Mi dica la cosa più bella che ha fatto 'altreforme'.

La cosa più bella è pensare ogni

giorno a qualcosa di nuovo da fare. Mi dà molta energia. Ogni giorno mi domando: Cosa facciamo domani? E dopodomani?

Per una donna è ancora più difficile fare l'imprenditore?

Non è mai un vantaggio o uno svantaggio. Dipende da come vuoi

giusto mix e noi italiani in questo siamo bravi, la qualità della nostra vita ce la invidiano ancora tutti. Per esempio, nessuno mi toglie la buona cucina. Mia madre ha sempre lavorato, eppure noi abbiamo sempre mangiato un gran bene.

Quindi lei non è stata la prima donna ad occuparsi dell'azienda di famiglia?

Già mia madre era entrata in azienda occupandosi della gestione economico finanziaria. Mio nonno all'inizio aveva deciso che questi sarebbero dovuti essere solo affari per uomini. Ma poi ha cambiato

idea e ha detto: "Chiunque lo merita, ha diritto a un posto in azienda". Lui era istintivo, ma molto attento alle persone.

Anche lei è istintiva?

Ho studiato Economia aziendale all'Università Bocconi, lì ti insegnano tanti numeri. Poi lavorando ho imparato anche altre cose. Per esempio che quando ti trovi a dover decidere tra un sì e un no, i numeri a volte non bastano. ■