

Imprese

LE FAMIGLIE DEL MADE IN ITALY

LA PORTA DELLE ARCHISTAR LUALDI, AMBIZIONI GLOBALI

Definire la **Lualdi** un'azienda che produce porte sarebbe riduttivo. Anche perché, quando si parla di porte ambasciatrici del gusto italiano, il prodotto è molto più di un accessorio. Per rimanere nel campo del design, come diceva l'architetto tedesco Mies van der Rohe: «Il diavolo si nasconde nei dettagli». E oggi nelle case eleganti, negli edifici e negli uffici progettati con stile, la porta è un elemento simbolico, molto più che un semplice transito tra un ambiente e un altro. Non è solo un costrutto di chiusura, di filtro, di barriera, ma è anche oggetto di connessione. Oggi la porta è un componente intelligente del nostro abitare, una specie di oggetto del desiderio pensato per mettere in comunicazione spazi e persone. Ha una propria finalità legata a un mondo di particolari tecnici (i meccanismi di chiusura, i serramenti, le superfici, i colori) ma è altresì densa di significati estetici.

Il mercato

In Italia si producono dai 4 ai 5 milioni di porte all'anno, ma c'è un segmento di alto livello dove i prodotti vengono personalizzati su misura attorno a un progetto (un palazzo residenziale, un edificio pubblico, una istituzione culturale, una università, un albergo, ecc.) e questo segmento — chiamato in gergo «contract» — rappresenta la parte più creativa della produzione di qualità, che contraddistingue in tutto il mondo il made in Italy.

Lualdi produce ogni anno una piccola quantità di questo volume che si colloca nella fascia elevata della gamma. L'azienda coniuga la storica qualità artigianale e manifatturiera con gli aspetti più evoluti dell'attività industriale. Grazie a una elevata flessibilità produttiva di derivazione tecnologica, l'impresa milanese riesce a essere competitiva anche su commesse di piccole dimensioni con una elevata cura della qualità e del design, e con prezzi accessibili a una discreta fascia di clientela.

È la ricetta che normalmente si ritrova nella moda e nell'arredamento, che in questo caso è stata sviluppata nell'arco di più di un secolo.

L'azienda milanese ha lavorato con Caccia Dominioni e Foster, oggi Stern e Rockwell. I suoi prodotti sono da Citylife al Park Hyatt di Doha. Con la quarta generazione si rafforza in Usa, Cina, Russia

di **Severino Salvemini**



Espansione internazionale Da sinistra Pierluigi, Alberto e Giuseppe **Lualdi**

E

Carta d'identità
La **Lualdi** nasce a Marcallo (Milano) nel 1860, fondata da Carlo **Lualdi** come falegnameria artigianale. Nel secondo Dopoguerra avvia le collaborazioni con gli architetti: Gae Aulenti, Zanuso, Magistretti e soprattutto Caccia Dominioni. Nell'ultimo decennio ha avviato l'espansione internazionale. Nel 2020 ha fatturato 17 milioni, il 65% viene dall'export

La storia

L'azienda nasce nel 1860 quando Carlo **Lualdi** crea a Marcallo, in provincia di Milano, una falegnameria artigianale per la produzione di arredi su misura. Lo sviluppo ad alto contenuto di stile avviene negli anni Cinquanta e Sessanta, grazie a una intensa collaborazione con gli architetti milanesi. I rapporti fecondi d'innovazione nel concetto della porta nascono con Vico Magistretti, Gae Aulenti, Ignazio Gardella, Marco Zanuso e altri. Ma il rapporto che si consoliderà nel tempo e che porterà alla svolta industriale dell'azienda è quello con Luigi Caccia Dominioni, che nel 1962 firma la Led62 (**Lualdi** Caccia Dominioni), una porta ancora attualissima e uno dei modelli iconici dell'attuale catalogo dell'impresa.

Caccia Dominioni stava progettando in quei giorni l'architettura e l'arredamento

della villa milanese di Leopoldo Pirelli e ideò per quella committenza serramenti, chiusure, superfici e colori di assoluta novità, facendo conoscere il marchio **Lualdi** presso un'importante cerchia di clienti.

L'export

Tra il 1990 e il 2020 la **Lualdi** compie il processo d'internazionalizzazione nel Regno Unito e negli Usa, sempre in collaborazione con architetti di fama. Le firme sono quelle di Norman Foster, Robert Stern, Piero Lissoni, David Rockwell, Philippe Starck e l'azienda introduce le sue porte e i suoi sistemi divisori in alcuni edifici di grande immagine urbanistica, come la Torre PwC, le residenze di Citylife e l'Hotel Bulgari a Milano, la Qatar Foundation e il Park Hyatt Hotel a Doha, gli alberghi Sls e le Armani Residences a Miami, l'Hotel Edition a Ti-

me Square e l'One Thousand Museum disegnato da Zaha Hadid a New York, più molti altri.

Oggi il marchio si estende globalmente. Al continente a stelle e strisce (dove l'azienda è presente con una filiale) si sono affiancati mercati strategici come la Russia, la Cina (primariamente la Nigeria) e il Medio Oriente. Su un fatturato di circa 17 milioni di euro nel 2020, prodotto da più di 90 dipendenti, l'export rappresenta il 65%.

Milano, capitale nel mondo del design, è la città di elezione della **Lualdi**. Luogo dove si sperimentano anche le più innovative soluzioni di suddivisione di ambienti. Le porte **Lualdi** hanno una fortissima identità e riconoscibilità e si sono oggetto continuo di perfezionamento dei dettagli, con nuove finiture e nuove cromie (dalla lacca in poliestere della Led è stata una continua ricerca di novità: dai vetri colorati ai legni con effetto tridimensionale, dalle resine fino ai materiali eco-compatibili) che si possono vedere negli show room di Milano, New York, Miami e poi a Los Angeles.

«Tutto viene progettato e assemblato in Italia — dice Alberto **Lualdi**, amministratore delegato e rappresentante della quarta generazione in azienda —. La nostra è una fabbrica a ciclo integrato, all'interno del quale viene gestito l'intero iter produttivo, con tempi di realizzazione uguali sia per la porta su misura che per quella standard».

Il futuro

Oggi la quinta generazione è pronta per proseguire la tradizione e ad accompagnare l'azienda verso la «porta del futuro». Verso un prodotto creativo e «colto», sempre più integrato con elementi dinamici ed evolutivi, che renderanno i sistemi divisori meno fissi e rigidi rispetto a quelli di oggi. Come sarà la porta della prossima era? Pierluigi **Lualdi**, partner di **Lualdi** spa e direttore Ricerca e sviluppo, racconta il suo sogno: «Nel futuro ci piacerebbe pensare a una porta con un elevatissimo contenuto estetico, che possa essere percepito dal mercato come un vero contenuto d'arte».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

