

**Fuori distretto/2** Un fenomeno nato nella provincia di Bergamo, lontano da Puglia e Basilicata

# Quelli che preferiscono il divano

La BK va in controtendenza e rilancia il mobile imbottito grazie al design

**C**he sia funzionale è indubbio, perché un posto in più per gli ospiti può sempre servire. E che sia comodo non è detto: dipende dalla qualità. Ma che sia anche bello è difficile perché spesso l'utile fa a botte con le belle forme. Così, anche un ingombro come un divano letto può fare arredamento. Essere stile. Dare personalità alla casa.

Un divano letto comodo e bello, infatti, ha solidità e linee non imitabili dai competitors che adottano la logica della produzione a basso prezzo (principio spesso seguito dai temuti prodotti «made in China»). Funzionalità, qualità, design: questa, in sintesi, è la strategia che ha portato un'azienda che fa divani letto a crescere e a diventare maiuscola. Abbinando il design alla qualità, infatti, «bk» si è trasformata in «BK», divani letto Belli e Komodi. Una sede produttiva, a Treviglio in provincia di Bergamo, ben lontano dal distretto produttivo del mobile imbottito che si trova tra Basilicata e Puglia. Poco più di quaranta dipendenti, quasi 11mila divani letto prodotti nel 2006 per un fatturato di 7,3 milioni di euro, per il 70% dovuto all'export soprattutto in Europa. Nel 2007 è previsto un aumento del 10% del fatturato e un'ulteriore pari crescita nell'anno successivo. Quattro soci di cui tre fratelli, i Vangelisti, che hanno ereditato l'azienda dal padre che l'ha fondata nel '77. Oggi l'impresa ha la stessa *mission* di allora: produrre solo divani letto. All'inizio per il mercato consumer, poi dal 2002 al 2006 si è spostata sul settore hotellerie. È l'anno scorso la svolta epocale: la decisione di riposizionarsi sul

mercato per riconquistare la fetta consumer. «Perché nel lungo periodo i grandi contratti con gli hotel finiscono e diversificare diventa necessario per rimanere competitivi nel mercato globale e per ampliare la fetta di mercato», spiega Luca Vangelisti, ad di BK che, insieme agli altri soci, ha fatto una scelta coraggiosa: affidare il riposizionamento dei suoi diva-

ni letto non a manager, ma a due architetti «di razza» che attraverso una delicata operazione di design hanno svecchiato totalmente l'immagine dell'azienda (inclusi logo e stabilimento produttivo).

Si tratta di Dante Benini, titolare dell'omonimo studio, responsabile di vari progetti sparsi in tutto il mondo e che con il premio Real estate award, a febbraio scorso, è stato nominato architetto dell'anno, e di Massimo Vignelli, tra i principali designer viventi con sede operativa a New York che tra i tanti clienti vanta l'American Airlines e il Museo d'Arte contemporanea di Los Angeles.

Loro a BK sono diventati un po' i Pininfarina della Fiat. «I prodotti BK sono di qualità eccellente, ma la loro immagine era priva di appeal — spiega Vignelli —. Avevano bisogno di non sembrare dei divani letto, dovevano diventare semplicemente dei divani». Così via ai piedoni di ciliegio fuori moda. «Il divano deve volare nella stanza — spiega Benini —. Via ai troppi cuscini, servono solo quelli che rimangono legati». Per aprire un divano BK, infatti, non bisogna fare sforzi: basta innescare il meccanismo e automaticamente i cuscini si spostano nella parte inferiore, sopra rimane solo il materasso per il letto. «L'obiettivo è uno — aggiunge Vangelisti — non produrre in Cina, come fanno tutti, ma vendere alla Cina l'inimitabile qualità made in Italy».

GISELLA DESIDERATO

