

Le bacchette che conquistano l'Oriente

La Bugatti di Lumezzane esporta le sue «kuaizi» in Cina, Giappone e Corea

di **Costanzo Gatta**

Vendere ai coreani e ai cinesi bacchettine per il cibo è un po' come vendere agli eschimesi un frigorifero. Ma c'è una azienda bresciana, la Bugatti di Lumezzane, che c'è riuscita, e oggi esporta le sue bacchette, chiamate kuaizi, in Oriente. Per arrivare al risultato di oggi ci sono voluti due anni e mezzo di studi, ricerche e lavoro. Fatiche premiate: l'azienda esporta l'85% dei suoi prodotti.

a pagina 7



Design Una delle bacchette per il cibo dell'azienda lumezzanese



Il prodotto La Bugatti lo produce in acrilico di diversi colori madreperlacei o in metallo. Sfuse o assieme a cucchiari che s'accoppiano esteticamente



Dalle posate ai kuaizi: A Tokyo le bacchette made in Lumezzane

La storia

di Costanzo Gatta

Il colpo commerciale della Bugatti: esportiamo l'85%

Riuscire a vendere ai coreani ed ai cinesi bacchettine per il cibo è un po' come sapere vendere agli esquimesi del Polo Nord un frigorifero. Ma c'è una azienda bresciana, la Bugatti di Lumezzane, che è riuscita ad esportare le bacchette in Oriente. Ne ha realizzate diverse, tutte belle. In acrilico di diversi colori madreperlacei, o in metallo ed acrilico. Bacchette sfuse — come si suol dire — o assieme a cucchiari che s'accoppiano esteticamente. Piacciono ed hanno un mercato.

Insomma: Lumezzane insegna anche a produrre kuaizi, per l'appunto la bacchetta come è detta nei Paesi degli occhi a mandorla: questo prodotto che ha trionfato — due mila pezzi acquistati solo dopo la prima spedizione tentata per scoprire il polso

clicca il titolo per leggere
la versione testuale

tine, in origine, se non due legnetti di bambù? Ci sono voluti invece due anni e mezzo di studi, ricerche e lavoro. Dai Bugatti, azienda patriarcale, prima di affidare l'estetica a designer di fiducia, ci sono attenzioni che il profano non

immagina. Si studia il peso del coltello o della forchetta o della bacchetta. Si prova la maneggevolezza. Fatto questo, nulla di dozzinale deve uscire dalla fabbrica. Dice Clemente Bugatti: «Siamo sempre alla ricerca di un equilibrio maniacale della posata: ergonomia, praticità, semplicità d'uso, eleganza. Ci piace mettere in tavola prodotti che arricchiscono e danno quel tocco di originalità ed esclusività». Ci incuriosisce la storia delle bacchette per il riso e Bugatti ci accontenta: «Oggi la Corea del Sud è tra i migliori mercati per la nostra azienda che esporta l'85% di quanto viene prodotto». Due parole con lui (15 fra fratelli e cugini formano oggi la dinastia) bastano per capire molte cose. Ad esempio che non è difficile commerciare con l'Oriente: «Sbagliato vedere i cinesi solo come quelli che vendono. Sono molti ad apprezzare la qualità. E comprano».

Oggi i Bugatti sono una grande realtà. E sempre in movimento. C'è la Ilcar, azienda che produce posate, accessori per la tavola e piccoli elettrodomestici e che si è consolidata nella holding La San Marco di Francesco Bugatti & C. Comprende inoltre altre realtà: la Aignep, che fornisce

componenti per la conduzione di fluidi sotto pressione, la Picchi, che fabbrica macchine utensili, transfer e centri di lavoro. Infine la Landa illuminotecnica, che realizza apparecchi di illuminazione per esterni.

In totale il gruppo sviluppa un fatturato di 90 milioni, generando un utile netto di 12,3 milioni. Nelle quattro unità lavorano 306 persone.

Clemente Bugatti è persona affabile. Racconta volentieri al cronista la logica di famiglia: mai accontentarsi dei risultati, investire nella tecnologia, sperimentare cose nuove e tentare mercati nuovi. «Da noi non si parla mai di dividendi — dice —. Gli utili si reinvestono».

È andata sempre così dal 1923, con il fondatore Bortolo. «Era un umile pastore che aveva fiuto e s'era messo in testa di cambiare lavoro. Molto artigianale la prima stagione».

Quando le posate erano di alpaca e ottone argentato, il fondatore vedeva più in là del suo naso. Guardava alle macchine per snellire i procedimenti e migliorare i prodotti. Credendo nella pressofusione ipotecò tutto quello che aveva per comperare la pressa.

All'inizio fu deluso. La lega

di Bortolo si incollava agli stampi. Ebbe fortuna ammucchiando sul pavimento di terra dell'officina il metallo inutilizzato. Nel recuperarlo e rifonderlo un miracolo. La terra conteneva silicio, l'ideale per non appiccicare la lega allo stampo. Ancor oggi la lega ottone-silicio di nonno Bortolo è conosciuta come "lega Bugatti".

Per la famiglia fu la prima di tante altre innovazioni formali e tecnologiche che hanno portato l'azienda ad affermarsi prima in Italia, poi in Europa ed ora sui mercati internazionali. Dalle posate ad altri interessi il passo è stato breve. Oggi la produzione è vastissima. Solo nei casalinghi ci sono frullatori, bollitori, macchine per il caffè. Ed ora Noun, un tostapane innovativo ed icona della serie top di elettrodomestici.

Clemente Bugatti come i suoi fratelli non si dà arie: «Ci hanno invitati ad intervenire a "Meet The Champions", una iniziativa ItalyPost - L'Economia del Corriere della Sera per scoprire e raccontare le imprese Champion. Non abbiamo mai partecipato, solo perché cerchiamo sempre di tenere un basso profilo e manteniamo tutti gli sforzi di marketing a sostegno della nostra internazionalizzazione».