In foto: Sgarbi e Narciso

POLTRONA FRAU

Icona storica del Made in Italy

A cura di Giorgio Nadali

Italo Svevo ne La coscienza di Zeno scriveva: "*posso scrivere qui al mio tavolo senz'andar a sognare su quella poltrona*". Eppure nel 1923 **Poltrona Frau** esisteva già da 11 anni e il protagonista Zeno Cosini sarebbe stato più comodo a sognare su un brand del Made in Italy che da 108 anni ha fatto storia.
Risponde il CEO di Poltrona Frau S.p.A., Nicola Coropulis

Quali novità prevedete per il Salone del Mobile 2020 che si aprirà il 16 giugno?
"Continueremo a rinforzare in maniera organica la nostra proposta di soluzioni globali di arredo toccando varie categorie merceologiche. Particolare attenzione è stata attribuita al restyling e allo sviluppo di nuovo soluzioni estetiche per due icone del Brand, il divano Chester che, dopo la versione componibile lanciata nel 2017, si arricchirà di nuove versioni più adatte al living contemporaneo e la Vanity fair che compie i suoi primi 90 anni. Inoltre, il Brand ribadirà la sua Leathership®

con la rivisitazione, dopo quasi 40 anni, dell'articolo pelle SC con l'introduzione di una palette colori nuova di zecca con ben 46 nuovi colori."

Nate Berkus dice: "I migliori progetti di design sono quelli dove le persone rompono le regole". Lei è d'accordo?
"Una nota pubblicità dice che per rompere le regole bisogna prima esserne esperti e maestri. Poltrona Frau è capace di innovare (e quindi rompere le regole) perché è forte di una tradizione di eccellenza unica nella lavorazione dei mobili imbottiti in pelle."

Quale anno è stato in numeri il 2019 per Poltrona Frau?
"Nonostante le difficoltà di molti mercati europei per le note vicende socio-economiche, l'instabilità dei mercati mediorientali e il rallentamento delle economie asiatiche, un buon anno di solida crescita dei ricavi e della profittabilità e possiamo orgogliosamente dire di aver raggiunto il miglior risultato di sempre per la nostra azienda, trainato dall'ottima performance della nostra rete di negozi diretti e della Divisione Contract."

Henry David Thoreau ha scritto: "A casa mia avevo tre sedie: una per la solitudine, due per l'amicizia, tre per la società". A quale è più adatta Poltrona Frau?
"La sedia dell'amicizia e della condivisione di storie e culture diverse è sicuramente quella maggiormente nelle corde del nostro Brand."

Cosa è rimasto e cosa è cambiato dal 1912 nell'heritage di Poltrona Frau fondata da Renzo Frau nel 1912 a Torino?
"Poltrona Frau ha attraversato le più grandi trasformazioni della società italiana arrivando oggi a rappresentare uno dei massimi esempi di eccellenza made in Italy. Ha consolidato il proprio heritage nel nuovo millennio, tenendo ben saldi i valori legati all'artigianalità, *l'intelligenza delle mani*, come la chiamano qui e alla qualità dei materiali. Come azienda ci siamo dati l'obbligo morale di tener fede ai valori legati alla produzione artigianale, ma la tecnologia sarà sempre la benvenuta quando può valorizzare il lavoro dell'uomo."

Cosa avete di diverso rispetto agli altri players?
"Poltrona Frau è stata la prima azienda italiana a utilizzare la pelle come materia di progetto e non solo come elemento di rivestimento delle sedute. La rigorosa selezione dei nostri pellami e l'altissima esperienza nella loro lavorazione sono al centro di tutto. Una competenza talmente unica da spingere l'azienda a registrare il nome Pelle Frau® e di coniare un neologismo che rappresenta la nostra competenza e la continua ricerca sulla materia: Leathership®. Inoltre, il nostro Brand è l'unico del settore che offre ai propri clienti una varietà amplissima di touch points dall'arredo domestico a quello degli spazi di lavoro, dalle lounge ai teatri, dagli yachts alle automobili di lusso, dalle sale di attesa degli aeroporti alle sedute degli aerei stessi, garantendo un'esperienza del Brand a 360°."

Cosa cerca e chi è il vostro cliente ideale?
"Posto che con le sue 3 divisioni Poltrona Frau entra in contatto con clienti privati (Residenziale), istituzionali (Contract) ed industriali (Interiors in Motion), nel corso del tempo la fisionomia e la provenienza di questi clienti è senz'altro cambiata. Chi acquista Poltrona Frau non cerca soltanto un

prodotto fatto bene, a mano, in Italia e di grandissima qualità, ma vuole vivere un'esperienza unica ed esclusiva e soddisfare aspirazioni emozionali che appartengono solo ai grandi Brand del lusso che fanno lifestyle. Se fino a una decina di anni fa il marchio aveva una forte notorietà nel solo mercato italiano, oggi 3/4 del nostro business sono realizzati fuori dall'Italia. In modo particolare, nel corso degli ultimi anni, le dinamiche espansive dei mercati asiatici ci hanno visto acquisire una posizione dominante in Cina. Il cliente cinese è un cliente esigente e competente, particolarmente attento alla qualità, alla tradizione espressa dal prodotto, fortemente ricettivo verso i valori di Brand e pertanto per certi versi rappresenta una tipologia ideale per Poltrona Frau. La cosa singolare è che i processi di globalizzazione hanno contribuito anche ad un'omogeneizzazione del gusto a livello mondiale e queste caratteristiche dei clienti si riscontrano un po' ovunque in tutti i continenti."

Quali sono gli elementi chiave che creano il successo del vostro brand?
"Il successo di un Brand storico come Poltrona Frau si fonda sulla sua coerenza nel tempo rispetto ai propri valori, alla qualità e al servizio e sulla sua capacità di dare risposte sempre attuali alle esigenze e alle aspirazioni dei propri clienti. Mi permetto di aggiungere che ciò che rende unico il nostro Brand è la passione delle persone che vi lavorano che è il carburante più potente (e più difficile da reperire) per la crescita e lo sviluppo."

Secondo l'architetto Nate Berkus "La tua casa dovrebbe raccontare la storia di chi sei, ed essere una collezione di ciò che ami". Cosa racconta Poltrona Frau?
"Poltrona Frau è la quintessenza del gusto italiano ed è riconosciuta come un'eccellenza assoluta nel settore degli arredi e dei rivestimenti in pelle per la casa, per gli spazi pubblici, per il viaggio. Creiamo oggetti essenziali ed eleganti ispirati alla tradizione e progettati pensando al futuro, soluzioni da vivere ogni giorno per soddisfare emozioni e bisogni di una clientela internazionale esigente e sofisticata. Poltrona Frau ha una storia e un'esperienza senza rivali, ambasciatori della tradizionale sapienza artigianale italiana."

Chi ha scelto Poltrona Frau per l'hotellerie internazionale e altri luoghi iconici?
"Poltrona Frau è stata scelta per gli arredi di alcuni hotel di lusso come Cafè Royal Hotel a Londra disegnato da David Chipperfield, Hotel Lutetia a Parigi e l'Hotel Excelsior Gallia a Milano. Mentre per luoghi iconici, recentemente abbiamo collaborato con Jean Nouvel per le realizzazioni degli arredi del nuovo Museo Louvre Abu Dhabi."

Cosa vedere subito nel Museo Poltrona Frau di Tolentino?
"Il Museo Poltrona Frau offre un percorso multidimensionale attraverso i saperi, gli strumenti del mestiere come l'ago ricurvo o le carte di identità dei prodotti più iconici, che indicano

fra l'altro le ore di lavorazione necessarie per realizzare gli arredi: il Chester per esempio, nella versione a quattro posti, ne richiede 55. Il Museo racconta la nostra identità, mentre le collezioni contemporanee interpretano il nostro heritage, che consiste nel rendere più internazionale e attuale il carattere di Poltrona Frau. Per esempio, mantenendo alcune lavorazioni tradizionali e la pelle e il cuoio come protagonisti, focalizzandosi però non tanto sul singolo arredo, quanto su un lifestyle fatto di tanti prodotti."

Oltre a progettare sedili per yacht, aeroplani ed elicotteri, Poltrona Frau ha progettato interni in pelle per automobili dal 1988, quando la Lancia chiede all'azienda di realizzare interni per la nuova versione 8.32 modello Thema. Da allora Poltrona Frau ha realizzato interni di varie aziende automobilistiche, dall'Alfa Romeo alla Lancia, dalla Ferrari alla Maserati, dalla Fiat a Chrysler. Quali sono le ultime partnership?

"La divisione Interiors in Motion, nata nel 1984, si occupa anche della realizzazione di interni di yacht, treni, elicotteri e aerei, collabora con marchi come Pershing, Italo, Alitalia, Etihad Airways, Singapore Airlines. Nel 2019 Poltrona Frau ha siglato un accordo di co-design con McLaren per gli interni delle vetture «Speedtail», auto iper-esclusive e iper-performanti in edizione limitata. 106 esemplari unici creati esattamente secondo le specifiche del cliente e già tutti venduti. Inoltre, ha firmato gli interni della Piech Mark Zero, la sportiva disegnata dal marchio elvetico diretto da Anton Piech e Rea Stark Rajcic. Il progetto della granturismo ha un disegno elegante ed essenziale, che rimanda alle fuoriserie di altri tempi, e nella quale la cura e l'attenzione al dettaglio si ritrovano anche all'interno dell'abitacolo, con rivestimenti firmati da Poltrona Frau e con una nuova tipologia di pelle sviluppata appositamente per il progetto. Per quanto riguarda il campo nautico, Poltrona Frau ha progettato per Pershing i rivestimenti in pelle della plancia di comando, del cielino e quelli degli imbottiti nelle cabine ospiti del modello yatch 9X & 8X."

Poltrona Frau dal 2014 è controllata dall'americana Haworth con un CEO italiano Franco Bianchi. Perché il Made in Italy ceduto a una proprietà estera e quanto incide?

"Poltrona Frau è nata nel 1912, sulla base dell'intuizione di Renzo Frau, come laboratorio artigianale per realizzare, con la massima cura e utilizzando materiali pregiati, prodotti destinati ad una selezionata clientela nazionale che sono nel tempo diventati classici dell'imbottito. Oggi Poltrona Frau tramanda in tutto il mondo questa preziosa sapienza e questa tradizione di eccellenza artigianale all'interno di una moderna visione industriale che consente di soddisfare le mutate esigenze di clienti privati ed istituzionali, ponendosi come coerente interprete del Made in Italy. L'acquisizione nel 2014 da parte di Haworth ha dato ulteriore linfa e sostegno all'espansione internazionale del Brand che ha comunque mantenuto intatte tutte i valori e le caratteristiche che l'hanno reso grande, a partire dal legame con il territorio e la produzione nello storico sito di Tolentino. Anzi, grazie all'acquisizione, Poltrona Frau ha potuto beneficiare di un set-up multinazionale che crea nuove opportunità di business (a cominciare dal mercato americano), ha contribuito a razionalizzare i processi operativi e beneficiato del knowledge sharing con un colosso industriale nel mondo dell'arredo da ufficio."

LA STORIA

*Fondata nel 1912 a Torino dal cagliaritano **Renzo Frau**. Nel 1916 Frau lancia la prima campagna pubblicitaria sulla rivista torinese Numero. Tre anni più tardi nasce la poltrona 128, in seguito entrata in catalogo come 1919. Nel 1923 le prime forniture per gli alberghi e i transatlantici grazie alla collaborazione con un'azienda siciliana, la Ducrot. Nel 1926 diventa fornitore ufficiale della Real Casa Savoia, lo stesso anno Renzo Frau scompare a soli 45 anni. La vedova, **Savina Pisati**, prende la guida della società che nel 1930 arreda il transatlantico Rex e nel 1932 il Parlamento italiano. Nel 1941 cede il controllo dell'azienda al genero **Roberto Canziani**. Nel dopoguerra l'azienda arreda le sale di rappresentanza di Torino della Rai e della Sip. Nel 1962 il **Gruppo Nazareno Gabrielli** rileva l'azienda, la gestione è affidata a **Franco Moschini** (il genero del proprietario della Gabrielli avendone sposato la figlia Isabella), la sede della società è trasferita a Tolentino, nelle Marche.*

*Nel 1965 **Gio Ponti** firma la poltrona Dezza che vince il premio Tecnhotel di Genova. Due anni più tardi inizia la collaborazione con **Luigi Massoni** che ricopre il ruolo di art director e nel 1968 disegna Lullaty, un letto tutto tondo. Nel 1970 il restyling del marchio a cura di **Mimmo Castellano**, negli anni Ottanta collaborano con l'azienda **Pierluigi Cerri, Marco Zanuso, Lella e Massimo Vignelli**.*

*Nel 1990 nuovo cambio di proprietà: l'azienda è rilevata da **Franco Moschini** il quale imprime un forte impulso all'internazionalizzazione. Nel 1992 è inaugurato il primo flagship store a New York (quartiere Soho), lo stesso anno la poltrona Vanity Frau appare nel film The bodyguard di Nick Jackson, nel 1996 sono arredati il Piccolo Teatro di Milano e l'Europarlamento a Strasburgo. Nel 2001 rileva Gebrueder Thonet Vienna e il marchio Gufram, nel 2003 entra con una partecipazione nel capitale di Poltrona Frau (inizialmente del 30%, poi arriverà al 60%) il fondo di private equity, Charme Investments, in cui uno dei principali azionisti è la famiglia di **Luca Cordero di Montezemolo**. Tra gli altri soci importanti del fondo **Diego Della Valle, Isabella Seragnoli, Nerio Alessandri, Giovanni Punzo**. Nel 2004 la società acquisisce l'azienda **Cappellini** e nel 2005 Cassina, l'azienda che rappresenta il design italiano nel mondo. E con Cassina anche **Alias**. A quel punto nasce il **Gruppo Poltrona Frau**.*

*Nel 2010 realizza i sedili della Walt Disney Concert Hall a Los Angeles. Nel 2011 la società commercializza un divano da 13.000 dollari progettato dall'architetto e designer francese **Jean-Marie Massaud**, chiamato il divano John-John, in omaggio a John F. Kennedy Jr. seguito nel 2012 da John-John letto. Nel 2013 progetta e produce anche 600 posti per l'Arena Corinthians a San Paolo, in Brasile: è la prima volta che l'azienda produce posti per uno stadio di calcio.*

*Nel febbraio 2014 l'americana **Haworth**, sede a Holland, nel Michigan, leader mondiale nella progettazione e produzione di ambienti di lavoro flessibili e sostenibili e già partner dell'azienda italiana per la distribuzione del canale ufficio nel Nord America, acquista il 58,6% del capitale di Poltrona Frau da Charme Investments (51,3%) e da Moschini (7,3%) per una cifra di 243 milioni (2,96 euro ad azione). Il disinvestimento porta agli azionisti di Charme un dividendo di 106 milioni. Haworth Inc, fondata nel 1948 e guidata dall'italiano Franco Bianchi, lancia poi un'OPA obbligatoria per ritirare il titolo dal listino di Borsa, pagando in totale l'acquisizione 415 milioni di euro*

Oltre a progettare sedili per yacht, aeroplani ed elicotteri, Poltrona Frau ha progettato interni in pelle per automobili dal 1988, quando la Lancia chiede all'azienda di realizzare interni per la nuova versione 8.32 modello Thema. Da allora Poltrona Frau ha realizzato interni di varie aziende automobilistiche, dall'Alfa Romeo alla Lancia, dalla Ferrari alla Maserati, dalla Fiat a Chrysler.

Nel 2002 gli specialisti della società hanno creato sedili e sedili in pelle rossa per un'edizione speciale del modello californiano dell'italiana Moto Guzzi, in occasione dell'ottantesimo anniversario dell'azienda.

*Per celebrare il suo centenario, nel 2012, l'azienda apre il **Museo Poltrona Frau**, progettato dall'architetto italiano **Michele De Lucchi**, ex Memphis Group, presso la sede centrale dell'azienda a Tolentino. Il museo ospita una sessantina di mobili emblematici dell'azienda (molti della collezione di Franco Moschini). Illustra anche la storia dell'azienda con esempi di mobili, disegni, immagini e materiali di produzione in un edificio di 1400 metri quadrati. Il tema: "L'intelligenza delle mani". Una galleria video mette in risalto un glossario tecnico dell'azienda: nove utensili manuali – tra cui l'ago ricurvo, i chiodi, il crine, il quilt e il martello – cioè gli strumenti e i materiali necessari per piegare, cucire, attaccare e lavorare la pelle.*