

Una storia che comincia con un 'grande pennello'...

C'è un pezzo di storia italiana nello stabilimento Pennelli Cinghiale, una storia che parla di intuizioni, di sacrifici, di affari, di lungimiranza, di umanità, di orgoglio, di utili, di famiglia, di strette di mano e di prodotti, insomma, di tutto ciò che caratterizza il made in Italy e che trasforma l'estro e la maestria artigianale in produttività e coerenza industriale.

E c'è lui a parlarne, il fondatore, il commendator Alfredo Boldrini, presidente di Pennelli Cinghiale e artefice di tutto questo, uno splendido signore di 91 anni che, ancora oggi, visita il suo stabilimento e i suoi dipendenti due volte al giorno e che parla con serenità e sicurezza di 'futuro dell'azienda' e 'espansioni commerciali'.

Oggi l'operatività dell'azienda mantovana è curata e coadiuvata dalle discendenti di Alfredo Boldrini, un trio di donne belle e brillanti -la figlia, Catuscia Boldrini, amministratore delegato e le nipoti Eleonora



“
A colloquio con il management di Pennelli Cinghiale per scoprire una storia di altri tempi che prosegue verso un futuro sempre più brillante.”

Calavalle, responsabile marketing e Clio Calavalle, responsabile sviluppo prodotti- che hanno lo stesso entusiasmo del commendatore e lo stesso approccio propositivo verso un mercato che è il loro 'pane quotidiano'. Del management fa parte anche Nicola Franzini, nella funzione di direttore generale che, insieme ai nostri ospiti, ci ha accompagnato in questa visita alla Pennelli Cinghiale durante la quale ricordi e progetti si sono alternati in una chiacchierata a più voci tanto gradevole quanto istruttiva.

■ Nelle foto sopra e in basso, a sinistra, alcuni momenti salienti per Pennelli Cinghiale e per il commendator Alfredo Boldrini. L'azienda ha, infatti, ricevuto riconoscimenti di prestigio fin dai suoi esordi.

Facciamo un passo indietro nella storia di Pennelli Cinghiale ■■ Clio Calavalle. L'attività di Pennelli Cinghiale è stata iniziata da mio nonno, il commendator Alfredo Boldrini, qui, a Cicognara, in provincia di Mantova.

Erano gli anni Trenta e Quaranta e, all'inizio, la produzione era fatta in casa, da sette signore che lavoravano i pennelli e le scope a mano; il nonno, insieme a suo fratello si occupava della vendita dei prodotti. Insieme caricavano le biciclette sul



Nella foto a destra, al centro, il commendator Alfredo Boldrini e alle sue spalle, da sinistra, Clío Calavalle, Catuscia Boldrini e Eleonora Calavalle. Più a destra, un'immagine che propone lo storico spot di Pennelli Cinghiale; sotto, il commendator Boldrini e Sandro Mazzola, uno dei tanti VIP che hanno avuto a che fare con l'azienda mantovana.



treno e partivano: una volta arrivati alla prima destinazione si spostavano con i pedali! I clienti erano i negozi di casalinghi, le ferramenta, i colorifici, gli stessi imbianchini e i pittori e si andava persino sui sagrati delle chiese a proporre i prodotti perché era l'unico posto dove si potevano trovare degli acquirenti la domenica mattina!
 A volte, invece, per poter caricare più merce, i due fratelli partivano col calesse. Dormivano nelle stalle, sulla paglia, e non avendo a disposizione la 'guida Michelin' si scambiavano informazioni con gli altri commercianti che consigliavano il posto migliore dove dormire perché "...la

paglia era più morbida"! Ogni volta che arrivava un ordine, mio nonno scriveva di suo pugno le lettere ai clienti per ringraziarli. Nel tempo, le cose sono andate per il verso giusto: così, nel 1945 è nata la Pennelli Cinghiale ed è stata acquistata la prima macchina mischiatrice dalla Germania e questo avvenimento ha coinciso con l'abbandono della produzione di scope.

Da quel momento la crescita dell'azienda non ha più subito arresti. ■■ Catuscia Boldrini. E' vero! Il lavoro cresceva, siamo arrivati ad avere più di 100 dipendenti e vendevamo i nostri prodotti in tutta Italia. Poi sono arrivati anche i riconoscimenti prestigiosi: l'Ambrogino d'Oro a Milano nel 1971, il premio Europa MEC nel 1972, il Mercurio d'Oro in Campidoglio nel 1974 per il primato di qualità e molti altri ancora. Oggi, 66 anni dopo la fondazione, abbiamo uno stabilimento produttivo di 10.000 mq, 50 dipen-

denti, 36 agenti, 3 capi area e, oltre all'Italia e ai principali Paesi europei, esportiamo in Medio Oriente, Asia e Nord Africa.

I numeri parlano chiaro e consacrano i successi della vostra azienda. Ma c'è di più: ai vostri prodotti è toccata la sorte di diventare sinonimo stesso dei pennelli in generale. Nell'immaginario collettivo, infatti, quando si parla di pennelli il primo riferimento che viene in mente è "il grande pennello" del mitico spot televisivo della Pennelli Cinghiale. ■■ Eleonora Calavalle. La spot in tv è stato sicuramente il fattore critico di successo del nostro marchio: pensate che è l'unica pubblicità che va tuttora in onda praticamente immutata dai tempi del Carosello! Negli anni '70 erano poche le aziende che investivano nell'advertising televisiva e, quindi, di quei pochi ci si ricordava. Grazie



ALFREDO BOLDRINI, UN ESEMPIO DA SEGUIRE!

Durante l'intervista Alfredo Boldrini ha signorilmente 'lasciato campo' ai suoi eredi e ai suoi collaboratori ma l'artefice della Pennelli Cinghiale vive la realtà della sua azienda giorno dopo giorno con uno spirito davvero eccezionale. "I nostri dipendenti si sono sempre affezionati a noi e alla nostra impresa tant'è che molti di loro hanno cominciato a lavorare con noi e sono andati in pensione senza mai cambiare -ci racconta il commendatore-.

Tutto questo si è trasformato in una ricchezza per noi, perché abbiamo sempre potuto dire di avere maestranze altamente professionali e capaci e per loro, perché li abbiamo sempre trattati come persone di famiglia: ricordo ancora quando mia moglie portava il tè caldo del pomeriggio per rifocillarli!"
 "La mia vita è stata costellata di sacrifici e di soddisfazioni -racconta ancora Alfredo Boldrini-. Quando cominciarono

ad arrivare i riconoscimenti come l'Ambrogino d'Oro e il Mercurio d'Oro ebbi la chiara percezione di ciò che avevo costruito e provai un'immensa soddisfazione: avevo realizzato un sogno e tracciato un futuro per la mia famiglia e i miei dipendenti".
 E il futuro? "Il futuro è crescere ancora -risponde sicuro il commendatore- con passione, prudenza e lungimiranza: abbiamo ancora da fare, per esempio all'estero!"

a quello spot e, ancora una volta, grazie all'intuizione di mio nonno, il nostro marchio si è radicato nella cultura dei consumatori italiani. Il successo della pubblicità è durato nel tempo e ha creato una sorta di identificazione positiva dei prodotti e dell'azienda. Più volte abbiamo pensato di cambiare la comunicazione, ma i nostri clienti ce lo hanno 'impedito'!

A cosa pensate che sia dovuto il successo di questo spot e la sua longevità? **Eleonora Calavalle.** Abbiamo inventato un modo di dire. "Non ci vuole un pennello grande, ma un grande pennello": giocando sull'anteposizione dell'aggettivo rispetto al sostantivo abbiamo posto l'accento sulla qualità del prodotto, piuttosto che sulle sue dimensioni.

Ma questa è anche la filosofia con cui abbiamo fatto prosperare la nostra azienda: abbiamo sempre voluto e vogliamo essere una grande azienda, piuttosto che un'azienda grande e il nostro obiettivo è produrre e portare sul mercato prodotti di qualità.

Per garantire la qualità della vostra produzione avete effettuato una scelta contro-tendenza ■■■ **Catuscia Boldrini.** Sì, tutti i nostri pennelli e rulli vengono prodotti in Italia, nel nostro stabilimento. Abbiamo sposato una contro-tendenza: in un periodo economico in cui l'outsourcing sembra essere vitale per le aziende, noi abbiamo deciso di internalizzare quanto più possibile la produzione per poter avere un controllo qualità sul singolo pezzo che altrimenti sarebbe stato impossibile ottenere. Inoltre, possiamo vantare l'esperienza sul campo dei nostri dipendenti che di solito entrano in azienda giovanissimi e ci restano fino alla pensione: questo ci



■ **A sinistra, la nuova plafoniera "TOP" serie 556 e a destra, il rullo serie 243: due degli attrezzi innovativi presentati al MADE 2011.**

permette di avere un mix di professionalità e conoscenze tecniche dal valore inestimabile. Sarebbe impensabile realizzare i nostri prodotti in un altro Paese mantenendo le stesse peculiarità.

Mio padre ha costruito un grande marchio, oggi, con le mie figlie, siamo arrivati alla terza generazione e vogliamo che i nostri prodotti siano all'altezza del nome che portano. Attualmente Pennelli Cinghiale ha linee produttive automatizzate che realizzano 4.000 pennellesse all'ora oltre, ovviamente, alla produzione di plafoni, plafoncini e rulli. Nonostante gli alti numeri, il controllo della qualità è costante, al punto che ogni confezione riporta un "sigillo" con l'indicazione dell'operatore che ha eseguito l'ultima verifica. Direi che negli ultimi 66 anni abbiamo fatto passi da gigante!

Quanti sono oggi i clienti di Pennelli Cinghiale? **Nicola Franzini.** Contiamo circa 2000 clienti attivi. Il 40% della nostra produzione viene veicolato attraverso il canale della grande distribuzione, specializzata e non; il 60% viene, invece, distribuito attraverso il canale della

distribuzione tradizionale.

L'assortimento dei prodotti è strutturato in modo da rispondere a tutte le esigenze prestazionali di professionisti e privati e, soprattutto, viene aggiornato e implementato in funzione di un costante monitoraggio sulle pitture e sulle vernici, sulla loro trasformazione e sulle nuove destinazioni d'uso.

C'è una filo rosso che caratterizza tutta la produzione, lo si diceva prima, ed è quello della qualità e del made in Italy: grazie a questa peculiarità i nostri prodotti sono presenti su tutto il territorio italiano e all'estero, ambito sul quale siamo particolarmente concentrati.

Questo lo stato dell'arte ad oggi: cosa avete in programma per il 2012? **Clio Calavalle.** Il canale professionale è sicuramente quello in cui vogliamo investire maggiormente, anche perché più il target è esigente più il prodotto è sfidante. Soddisfare le necessità tecniche di un consumatore professionista, come l'applicatore, è il nostro obiettivo primario ogni volta che studiamo un nuovo prodotto. E' così che sviluppiamo la linea PROFESSIONAL

LE CURIOSITÀ SULLO SPOT PIÙ LONGEVO DELLA PUBBLICITÀ TELEVISIVA

- Lo spot dei Pennelli Cinghiale è stato ideato da Ignazio Colnaghi, l'imbianchino è interpretato dall'attore Enzo De Toma che pedala nel traffico di Milano
- Il pennello che l'imbianchino porta sulle spalle è un pezzo 'unico' che viene esposto in tutte le manifestazioni fieristiche cui l'azienda partecipa.
- Lo spot dei Pennelli Cinghiale viene citato abitualmente da attori, sportivi, giornalisti e personaggi dello spettacolo: Luciana Littizzetto, Giorgio Panariello, Checco Zalone, Lorenzo Jovanotti, Dario Fo, Radio DJ, Fabio Volo, Enrico Mentana e Josè Mourinho sono solo alcuni tra gli altri!

Qui a destra, SHORT e EASY, le due nuove performanti pennellesse Cinghiale dalle caratteristiche uniche.



di cui abbiamo presentato in anteprima al MADE expo di ottobre alcune nuove realizzazioni.

Al vertice della gamma troviamo la nuova plafoniera "TOP" (serie 556), composta da una miscela contenente il 90% di setola della migliore qualità, miscelata con particolari filamenti sintetici che ne esaltano prestazioni e durata. Realizzata nei classici colori giallo-blu, viene corredata da un manico in legno rivestito in gomma (soft touch), il tutto racchiuso in un nuovo packaging dalle linee accattivanti.

Il secondo prodotto presentato al MADE expo è il rullo serie 242 e 243, realizzato internamente, come del resto tutti gli altri rulli che portano il nostro marchio, con caratteristiche che soddisfano al meglio le sempre crescenti esigenze del professionista. E' stato creato con uno speciale tessuto in poliammide realizzato a filo continuo, quindi di per sé esente dalla perdita di filamenti durante l'applicazione. E' disponibile, come la quasi totalità della gamma Cinghiale, sia a pelo medio (S. 242) che lungo (S. 243), ognuno dei quali viene proposto in cinque varianti: tre misure col

manico fisso più due per il manico estraibile; riteniamo così di poter soddisfare al meglio le più svariate richieste dei nostri clienti.

Infine, ci sono due nuove pennellesse che si prestano ad essere una vera innovazione sul mercato dei prodotti per l'applicazione: la EASY e la SHORT. La EASY, come ci dice il suo nome, permette al professionista di dipingere e profilare in modo molto più semplice del solito, impugnando il pennello come se fosse una penna! Tenendo questo particolare manico ergonomico realizzato in legno tra indice e pollice, il movimento è più semplice, il polso assume una posizione molto più confortevole e i muscoli dell'avambraccio sono meno sollecitati.

Risultato: meno affaticamento e maggior precisione per dipingere ore senza nemmeno accorgersene! Con la SHORT, invece, abbiamo cercato di diminuire quanto più possibile l'impatto sull'ambiente eliminando il legno superfluo. Il risultato è una pennellina con il manico ridimensionato e sagomato sulle reali necessità dell'utilizzatore: solo il legno che serve! I vantaggi? Leggerezza, maneggevolezza e pre-

cisione. Senza dimenticare un altro aspetto importante, ovvero che riduciamo l'impatto sull'ambiente sia in termini di disboscamento, sia in termini di trasporti per le inferiori emissioni di CO₂.

Avete in serbo altre sorprese per il futuro? Nicola Franzini.

Annunceremo all'inizio del prossimo anno la collaborazione tra Pennelli Cinghiale e una tra le aziende leader mondiali nel settore delle vernici e della chimica. Distribuiremo, infatti, nel canale retail una linea di stucchi e sigillanti di alta qualità che rispondono ad ogni particolare necessità con un prodotto specifico. Questa linea rappresenta la risposta ideale per il professionista più esigente grazie ad un assortimento di alta gamma per ogni tipologia di lavoro, con prodotti per uniformare e decorare materiali diversi quali, per esempio, intonaco, cemento e legno.

Il secondo marchio che distribuiremo in Italia sempre nel canale retail è uno smalto protettivo decorativo che può essere applicato direttamente sulla ruggine senza mano di fondo. Le sue caratteristiche tecniche lo rendono un prodotto unico in grado di ridurre il ciclo tradizionale di pittura da venti ore a quattro e il risultato è garantito per diversi anni dall'applicazione.

Eleonora Calavalle. Oltre a questa importante collaborazione, di cui vi racconteremo presto qualcosa di più, abbiamo anche tanti altri progetti per il futuro, ci piace pensare di poter costruire sempre qualcosa di nuovo da lasciare alle prossime generazioni della nostra famiglia.

Per questo vogliamo confermare che la nostra è un'azienda sana, quanto mai viva, ricca di valori che la rendono forte e di progetti che la rendono sempre dinamica e che non è mai stata e non è in vendita! ■

Per festeggiare i suoi primi 90 anni, il commendator Boldrini ha omaggiato i suoi migliori clienti con un regalo speciale in edizione limitata.

