

PROFILO AZIENDALE FLEXFORM

Qualità, comfort, sobrietà ed eleganza: quattro plus che hanno portato l'azienda nei migliori negozi d'arredamento del mondo.

Fondata nel 1959 e cresciuta grazie ad una tradizione familiare decennale, FLEXFORM è oggi una delle aziende più conosciute a livello internazionale e tra le più qualificate nella produzione di divani, poltrone e complementi d'arredo d'alta gamma.

Negli ultimi trent'anni, l'azienda che ha sede a Meda nel distretto produttivo della Brianza ha dato origine ad un'ampia offerta di prodotti che si sono conquistati un posto nella storia del design italiano per la qualità, l'eleganza e il comfort che li distingue.

Con un forte rapporto sinergico fra progetto e produzione, FLEXFORM ha saputo interagire con più di una generazione di designer: da Cini Boeri a Joe Colombo, da Sergio Asti a Rodolfo Bonetto, da Asnago Vender a Paolo Nava. Oggi l'intera offerta dell'azienda è coordinata dalla sapiente regia dell'architetto Antonio Citterio che ha scritto molta parte della storia di FLEXFORM firmando, tra gli altri, alcuni best seller come il divano Groundpiece e la libreria Infinity.

Nel 2001 FLEXFORM ha introdotto il nuovo marchio Flexform MOOD, una collezione completa per la casa caratterizzata da un gusto internazionale e di sofisticata classicità che si muove tra retrò e decò. Disegnata da progettisti diversi: John Hutton, Carlo Colombo, Roberto Lazzeroni.

FLEXFORM è presente nei mercati di tutto il mondo con un export che raggiunge l'80% per proprio fatturato. Impegnata nell'ampliamento di un importante piano distributivo punta a collaborazioni speciali con alcuni rivenditori di rilievo e conta su

100 di shop in shop e 25 flagship stores (AMSTERDAM, AUCKLAND, BEIRUT, BELO HORIZONTE, BUSAN, CHENGDU, COMO, GENOVA, KUALA LUMPUR, LONDRA, MELBOURNE, MEXICO CITY, MILANO, NEW YORK, PECHINO, SAN FRANCISCO, SAO PAULO, SEOUL, SHANGHAI, SHENZHEN, SYDNEY, TEL AVIV, TOKYO, TORINO).

FLEXFORM

UN' IDENTITÀ DI VALORE

Quando un'azienda arriva a contare nella propria produzione dei 'classici' occorrerebbe fermarsi a riflettere sull'impegno, il coraggio e la determinazione con cui sono stati perseguiti nel tempo e messi in pratica i VALORI che hanno consentito ad un marchio di diventare 'storico'.

Tutti sanno cos'è il bene. Ma non tutti lo praticano.

Flexform da oltre cinquant'anni persegue un progetto d'azienda che sottende un sistema di valori che traspaiono con grande evidenza nei suoi prodotti come nella sua immagine.

. La COERENZA progettuale che annulla la fascinazione indotta dalle mode che strappano applausi subitanei ma pregiudicano consensi duraturi. Il valore della fatica che comporta mantenere la coerenza anche in qualità di imprenditori quando il mercato impazza, cade, si rabbuia e la paura alimenta l'umano desiderio di immediati e facili ritorni.

. La PERSEVERANZA nel perseguire una politica aziendale più votata al riformismo che non alla rivoluzione, scarsamente incline agli eccessi e fortemente impostata ad un percorso certo, lento, riflessivo. Una strategia che ha consentito all'azienda di allineare nel corso del tempo, uno dietro l'altro, prodotti solidi, risolti, che vantano la stabilità dell'incedere rassicurante di chi poggia con fermezza un piede dietro l'altro, senza fretta, senza farsi sviare.

. La DISCREZIONE, valore *understated* per eccellenza, attribuibile alle collezioni che si distinguono per la bellezza mai ostentata, per la semplicità dal fascino disarmante, per la sobria pulizia che induce a riconoscere nella sottrazione il valore estetico dell'ELEGANZA. Prodotti quindi dal segno mai 'urlato', a riprova della forza persuasiva del silenzio.

. La FEDELTA' a se stessi, nell'immagine che l'azienda dà di sé. Come una storia viene raccontata, fa di questa una bella o una brutta storia. Un buon prodotto mal raccontato rischia di apparire un cattivo prodotto. Le immagini chiaroscurali in bianco e nero raffiguranti divani animati dal carisma espressivo di uomini e donne ripresi in contesti architettonici dalla forte valenza segnica, scarni di tutto tranne che di emozioni, hanno fatto di Flexform l'azienda che per prima ha inventato una propria dimensione narrativa unica, originale e coerente da oltre trent'anni.

. La SERIETA' della promessa di un prodotto di QUALITA'. Perché anche una poltrona può contribuire ad aumentare la qualità della vita.

Anni fa, la committenza illuminata di Flexform ha visto con lungimiranza in due persone in particolar modo i possibili 'scrittori' della storia dell'azienda: Antonio Citterio, al quale si deve il coordinamento dell'intera collezione e il progetto dei prodotti, e Natalia Corbetta, art director dell'immagine e responsabile del progetto grafico e fotografico.

Est modus in rebus. FLEXFORM può dire di aver trovato il suo anche grazie al loro contributo.