

Imprese

STORIE DI FAMIGLIA

CINGHIALE, IL GRANDE PENNELLO ORA È GREEN E CON IL «BONUS FACCIATE» CRESCHE DEL 50%

Tre donne guidano l'azienda
fondata da Alfredo Boldrini

Il fatturato ha raggiunto i 10 milioni,
la filiera conta 40 aziende e le agevolazioni
per ristrutturare hanno spinto le vendite

di **Severino Salvemini**

Alcune pubblicità sono ancora scolpite nella mente dei telespettatori con un po' di memoria storica. Una di quelle più memorabili era ambientata nella Milano degli anni Ottanta, dove in mezzo al caos cittadino e al rumore dei clacson, un uomo in bicicletta pedalava con un gigantesco pennello sulle spalle. Un vigile dai guanti bianchi, come era di ordinanza a quel tempo, lo ferma e lo apostrofa: «Ma cosa fa con quell'arnese? Non vede che ostacola il traffico». E il ciclista: «Devo dipingere una parete grande, ci vuole un pennello grande!». Ed allora la

mitica risposta: «Non ci vuole un pennello grande, ma un grande pennello!». Voce fuori campo: «Cinghiale!».

Ideata dal grande pubblicitario Ignazio Colnaghi, quello del Calimero e di «Ava come lava», lo spot fece conoscere la Pennelli Cinghiale del Cavaliere Alfredo Boldrini in tutta Italia.



La storica réclame
dell'uomo in bicicletta
con la pennellessa in

Eleonora Calavalle
amministratore delegato
di Pennelli Cinghiale
e nipote del fondatore
Con lei al timone ci sono
la madre Catuscia Boldrini
e la sorella Clio

spalla torna in versione
digitale, mentre si
pensa a un museo

Una fama poi addirittura saccheggiata anche dal cinema (il *claim* compare in alcune commedie all'italiana) e



anche da battute di molti artisti e personaggi pubblici (tra cui Dario Fo, Mourinho, Fabio Volo, Jovanotti, Luciana Litizzetto, e molti altri).

La storia

L'attività di Alfredo Boldrini, insieme a quella del fratello, aveva avuto inizio negli anni '30, quando i due vendevano pennelli e scope realizzati artigianalmente da sette donne che lavoravano con la sola dote delle mani. E i fratelli poi commercializzavano i manufatti macinando in bicicletta chilometri e chilometri da porta a porta.

Nel secondo dopoguerra l'azienda si sviluppa a Ciconara di Viadana nella Bassa profonda del mantovano, dove si trova un distretto specializzato nella produzione di pennelli e scope, fa-

moso per la qualità della setola e della saggina, oltre che per la tecnologia delle macchine mischiatrici.

Gli anni Sessanta e Settanta vedono una stagione di massima espansione dimensionale dell'impresa, accompagnata dai molti testimonial che utilizzano la battuta del grande pennello per la loro attività di comunicazione. Uno tra tutti Sandro Mazzola, idolo interista del fondatore, che sicuramente contribuisce alla popolarità della marca tra gli utilizzatori di pennelli e vernici per imbiancare porte e pareti.

La catena

Oggi intorno alla Cinghiale, riferimento di tutta l'area geografica per l'innovazione, ruotano più di 40 aziende specializzate della filiera. Il complesso ha un nuovo sito produttivo e 30 dipendenti e altrettanti agenti commerciali. Si utilizzano nuove tec-

nologie di fibre conicizzate con microparticelle. E ai pennelli si è affiancata la commercializzazione di pitture e prodotti antinfortunistici, tra cui un assortimento di scarpe da lavoro.

La grande distribuzione assorbe il 40% della produzione e l'export si espande ormai in Europa occidentale, Oriente, Medio Oriente e nelle Americhe. Il fatturato lordo del 2020 sfiora i 10 milioni di euro, con una marginalità di tutto rispetto. Il 2020 è stato un anno particolare perché il lockdown e il «bonus facciate» durante i mesi caldi hanno alimentato i processi di verniciatura, aumentan-

do le vendite del 35% nel caso dei pennelli e del 50% in quello delle vernici. Il Cavalier Boldrini non c'è più e al timone dell'impresa mantovana c'è Eleonora Calavalle, che, con la madre Catuscia Boldrini e la sorella Clio,

rappresenta le successive generazioni familiari. Una leadership femminile per un settore spesso considerato maschile. «Con il nostro tocco di genere cerchiamo di comunicare alla clientela che anche il decorare e il fai da te ha bisogno di creatività e cura del dettaglio — dice l'amministratore delegato Eleonora — al punto tale che un nostro prossimo testimonial sui Social Media sarà proprio un artista contemporaneo».

Le strategie per il futuro sono indirizzate ad espandere il mercato delle vernici (anche in co-branding con il design brand Seletti) e a produrre prodotti green a basso impatto ambientale. L'intento è quello di essere in linea con il concetto di bioedilizia, mettendo insieme pitture con formulazioni naturali, plastiche riciclate e riciclabili, rulli in pura lana vergine e pennelli con manici di legno FSC. Inoltre è in arrivo un nuovo impianto con tecnologia 4.0 per la produzione di pennellesse a ciclo continuo e a controllo standardizzato, che consentirà di «sfornare» fino a 20.000 pennelli al giorno. Ovviamente non ci si dimentica della storia del boom economico e si raccolgono le memorie di quel recente passato. E' in costruzione un vero e proprio museo dove anche graficamente e fotograficamente si rappresenta il percorso dell'azienda e gli oggetti più iconici. E accanto al museo che rac-

conta il passato c'è un laboratorio che progetta il futuro. In mezzo, una galleria che mette insieme le due anime, regalando una macchina del tempo in un continuo rimando tra passato, presente e futuro.

Intanto lo spot cult del 1982 è stato rispolverato e digitalizzato con tecniche di restauro conservativo. Viene rimandato in onda sui canali Mediaset, avendo ancor oggi una sorprendente efficacia comunicativa, dopo quasi 40 anni dalla sua concezione. L'effetto diretto e ironico è ancora immutato. E afferma Eleonora Calavalle, «passano gli anni, cambiano le generazioni, ma l'immagine del pennello sulle spalle del ciclista voluta da

mio nonno visionario continua a battere la concorrenza dei creativi dei giorni d'oggi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Spot
Un frame
della
réclame
ideata
da Ignazio
Colnaghi
negli anni
Ottanta per
l'azienda
del Cavalier
Alfredo
Boldrini. Oggi
Mediaset lo
ritrasmette