

Tutti i colori di due **donne**

Andreina e la figlia Cristina a capo della storica azienda Boero, leader nelle pitture per l'edilizia
«Un concept store a Milano per Salone ed Expo: vogliamo far capire che oggi la vernice è design»

di **Luca Bergamin**

In principio furono tre uomini e due cavalli. Correva l'anno 1831 quando Bartolomeo Boero aprì una piccola azienda per la produzione della biacca, il carbonato di piombo che veniva impastato con l'olio di noce attraverso un rudimentale mattarello sopra una lastra di marmo, per poi essere venduto a panetti, sistema usato anche dagli antichi romani. Da allora si sono succedute alla guida di quella che oggi è azienda leader (nonché l'unica rimasta di proprietà italiana ad eccellere nei mercati internazionali) nel settore delle pitture per l'edilizia e lo yachting appena quattro generazioni.

Erano uomini molto longevi, infatti, i Boero. Dopo Bartolomeo ci sono stati al vertice «solo» Filippo, Mario e il fratello Gigi. Oggi, però, l'azienda che si è trasferita nel modernissimo stabilimento di Rivalta — vanta quasi 500 dipendenti e un fatturato di 95 milioni di euro, dal 1982 è quotata in Borsa (il 57% delle azioni appartiene alla famiglia dei fondatori) — è in mano alle donne. Andreina Boero, e la figlia Cristina Cavalleroni, rispettivamente presidente e vice, oltre a rafforzare le esportazioni in Turchia, Olanda, Francia e nel resto d'Europa, in coincidenza con il Salone del Mobile e soprattutto con l'Expo, varano decisamente verso il design. «I nostri avi sbarcarono in Sicilia prima di Garibaldi — esordisce Andreina Boero —, raggiungendo l'isola con la nostra biacca quando ancora non era Italia. E intuirono subito l'efficacia della pubblicità affidandosi ad ar-

tisti e disegnatori di fama per la cartellonistica e per i barattoli contenenti le vernici. Erano così ironici da usare addirittura uno zio come modello del personaggio ritratto sui manifesti. A firmare una nostra pubblicità fu anche Gino Paoli quando ancora non era un cantante famoso. Adesso vorremmo che "passasse" attraverso l'Expo un nuovo modo di pensare il colo-

re: la vernice è design! È come il tessuto per gli stilisti dell'alta moda, dà sapore alla casa, rispondendo al gusto di chi lo sceglie».

Per compiere questa rivoluzione/rivalutazione ideologica del colore, le Boero madre e figlia hanno puntato sul nuovissimo Concept Store di Corso Garibaldi 34 a Milano, uno show room che sarà aperto sino al 31 ottobre. E sulla Collezione Milano, un campionario di 150 tinte selezionate. «Questi colori rappresentano l'espressione più alta della ricerca tecnologica, ecologica ed estetica esistente nel campo della verniciatura — spiega la presidente Boero —, si tratta di prodotti all'acqua, inodori, molto resistenti, adatto non solo alle pareti ma ad altri tipi di supporto come il legno, il ferro. Le tinte sono resistenti ai graffi e, come un abito di un maison italiana sublima la bellezza di una donna, così queste vernici esaltano le superfici trattate grazie a un effetto "touch" reso possibile da innovativi leganti a base di polimeri acrilici. Grazie alle ricerche compiute dai tecnici del nostro Centro di Sviluppo e Ricerca Riccardo Cavalleroni, sono ecosostenibili, non inquinano». Nel concept store di Brera, arredato nei giorni del Salone del Mobile da Baxter, si interagisce con le nuance della Collezione Milano, staccando i tasselli magnetici dal collage cromatico delle pareti, e ci si può avvalere in loco e anche a casa della consulenza degli interior design di Boero. Che ne penserebbero di «questa svolta estetica» i maschi della famiglia che dal lontano 1831 conserva il logo del cigno quale simbolo di candore? «Erano persone ironiche — chiosa la presidente Andreina — l'avrebbero sicuramente approvata».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'esposizione

Un campionario di 150 tinte selezionate.
«Il meglio di estetica, ecologia e tecnologia»





Colori In alto, un manifesto pubblicitario dell'azienda sotto, via San Lorenzo a Genova



Ieri e oggi A sinistra lo store di Corso Garibaldi; sopra, il capostipite Bartolomeo Beere

Il progetto

Cosa hanno in comune Santa Margherita Ligure e Positano? Capri e Ragusa? Camogli e Ischia? PolICASTRO e San Giorgio a Cremano? I colori della Boero. L'azienda genovese, infatti, col suo progetto di riqualificazione di borghi e quartieri, ha dato un contributo cromatico a rivalutare la bellezza di questi luoghi scegliendo i colori più in armonia con l'ambiente, i palazzi, le vie più significativi di oltre 70 località italiane. Il capoluogo ligure è quello che più ne ha beneficiato: via San Lorenzo, nonché via del Campo, la strada cantata da De André, sono state tinteggiate da Boero. Il 21% dell'attività aziendale si concentra sullo yachting. Tra i gioielli dei mari sfoggiano le tinte dell'azienda del cigno bianco, fondata nel 1831, la portaerei Cavour della Marina italiana e la nave da crociera Carnival Dream.