

Stamperia di Lipomo Sessant'anni per il colore

Tessile. Per il simbolico traguardo il sostegno al libro di Marina Nelli «Oltre la crisi sostenibilità e digitale»

LIPOMO

MARILENA LUALDI

Il mezzo secolo non era stato festeggiato, alle spalle, un periodo che recava le ferite della crisi finanziaria globale. La Stamperia di Lipomo ha voluto invece celebrare i sessant'anni ieri nonostante il 2020 sia stato così drammatico per tutti: l'ha fatto sostenendo un libro speciale, come i Quaderni Colore di Marina Nelli e Le Officine con Elpo Edizioni. Come pure mandando il suo messaggio di fiducia all'evento di presentazione al Museo della Seta: un luogo della storia e del cuore, ma anche del futuro.

I primi passi

L'azienda fu fondata nel 1960 dall'indimenticato Gianni Brenna, imprenditore tessile e benefattore, insieme ad altri tre soci. L'inizio della stampa avvenne a luglio e nel giro di quattro anni lo stabile fu raddoppiato, senza scordare gli investimenti anche tecnologici. Negli anni Novanta, il riferimento dell'impresa resta lui. Passione e competenze che trasmette ai figli: oggi in stamperia: Gianluca, allaguida, Matteo e Marco. Nell'introduzione del libro viene sottolineato l'orgoglio dei tre fratelli e della sorella Rossella nel contribuire a narrare la grande avventura del colore che qui a Lipomo ha vissuto un capi-

tolo fondamentale.

«Sì, non è usuale celebrare il sessantesimo - rimarca Gianluca Brenna - Abbiamo ripensato al 2010, che appunto non era stato un anno facile. Ma già allora avevamo riflettuto su come l'azienda avesse una sua dinamica e una vita: prendiamo in eredità dai padri e dobbiamo essere capaci di consegnarla ai figli. E normale vivere momenti favorevoli e altri negativi, questo è un anno ancora più difficile. Contano essere un team, la coesione e l'unità di intenti. Allora la sommatoria è maggiore delle parti: senza collaboratori non possiamo fare nulla».

L'esperienza in questo drammatico 2020 ha un peso relativo, perché mai niente di simile si era vissuto. I valori però sì. Oggi la Stamperia di Lipomo ha una novantina di collaboratori, accresciuti negli ultimi anni. Che erano stati anche nel segno degli investimenti sulla sostenibilità. «L'emergenza - sottolinea Gianluca Brenna - accelera i trend in corso. Il focus sulla digitalizzazione (non solo nella stampa, ma nei processi produttivi) dall'altro sarà ancora più presente. Noi come regoli per i nostri 60 anni volevamo adottare un bilancio sociale per comunicare agli stakeholder chi siamo, cosa facciamo, come vogliamo essere e arrivare nel fu-



Marie Teresa Brenna con Matteo e Gianluca Brenna



Marina Nelli, autrice dei Quaderni Colore

turo».

Il lavoro su di sé

Ci non toglie la durezza di questa fase, nessuno se la nasconde. Ci si è mai chiesti, in azienda, come avrebbe reagito Gianni Brenna di fronte all'emergenza creata dalla pandemia? «Non sarebbe stato in attesa degli eventi - assicura il figlio Gianluca - Non era nel carattere suo e della sua generazione. Si sarebbe dato da fare per cambiare qualcosa. Diceva sovente che guardando l'azienda vedeva

che c'erano ampi margini di miglioramento. Questo lo rendeva sereno. Ecco, avrebbe approfittato per mettersi in discussione e migliorarsi». Lezione che si è portata avanti in queste delicate settimane, scandite anche da gesti concreti e simbolici al contempo come la stampa dei tricolori con L'eco di Bergamo. «Ci mandano foto con le nostre bandiere - racconta Gianluca Brenna - l'ultima proprio oggi, esposta a Livigno. Importante, per essere comunità».

Un cofanetto prezioso e linfa per ripartire

Un cofanetto prezioso, che si è svelato via via con emozione a un pubblico raccolto al Museo della Seta. Numeri limitati per le normative dell'emergenza Covid, ma la tecnologia ha dato una mano con la diretta social.

Tutti quindi hanno potuto seguire la presentazione dei tredici volumetti a cura di Marina Nelli, pubblicata da Elpo Edizioni con il supporto della Stamperia di Lipomo. Un'opera che nasce da una collaborazione all'interno del Progetto Career Card (coinvolto gli studenti Accademia di Belle Arti "Aldo Galli" - Network Ied e aziende del territorio ma non solo).

Alla serata, moderata dalla giornalista Marilena Lualdi, ha fatto gli onori di casa la presidente del museo Giovanna Baggio: «Vedere tante persone mi rende felice, siamo qui per un evento importante, che è ricordare la nascita della Stamperia di Lipomo 60 anni fa. Il museo poi festeggia trent'anni e abbiamo qui un meraviglioso libro, molto emozionante ed emozionale». Per l'azienda, fondata da Gianni Brenna e tre soci nel 1960, hanno parlato i figli Gianluca e Matteo.

Marina Nelli si è soffermata sul valore del colore, in particolare due aspetti meno esplorati in passato: la cromopsicologia, che fotografa la personalità attraverso la scelta e la non scelta di un colore. Quindi il colore professionale, trattato all'interno delle varie professioni e nelle sue caratteristiche.

Il tutto con una freschezza speciale. «Ho letto libri molto importanti, ma molto difficili, volevo usare un linguaggio fluido, accessibile - ha spiegato Marina Nelli - e soprattutto con i ragazzi».

Ci sono fili che corrono avanti e indietro nel tempo. Ad esempio la sensibilità ecologica che - ha raccontato Matteo Brenna - già c'era, «la parte ecologica del colore era sentita da mio padre,

che fu tra i primi a sostenere lo sviluppo di una depurazione, ad esempio». E se ieri ha parlato anche uno studente, Gemaro Roseto, coinvolto nel progetto, Gianluca Brenna ha sostenuto quanti ragazzi motivati, pieni di energia abbia trovato in azienda, ben lontano dal cliché che a volte si avvertono oggi.

Ancora sono intervenuti altri presenti, come il professor Enrico Lironi, la professoressa Anna Della Torre o l'imprenditore Graziano Brenna, che ha anche ricordato gli artisti nelle aziende, devoti e sconosciuti ai più, quelli che hanno reso possibile la perfezione di ogni sfumatura.

Non è mancata una sorpresa nella collezione: si è aggiunto infatti il libriccino «I colori del dopo», a raccontare i colori che vanno oltre l'emergenza del Covid e da cui trarre nuova linfa. Tra l'altro, ha ricordato Marina Nelli, questi quaderni sono una prima, seppur impegnativa tappa, perché poi ci sarà un secondo viaggio nella sostenibilità e un terzo dedicato ad arti e mode.

Il tutto nel ricordo di Gianni Brenna, che aveva un colore caro: il blu, in ogni sfumatura fino all'azzurro. E proprio ieri a casa Brenna è arrivato un fiocco azzurro: il più piccolo della famiglia. Giulio, figlio di Marco e Valeria.

«Ho scelto di usare un linguaggio accessibile ai ragazzi»

L'eredità di Gianni Brenna anche nell'attenzione alla sostenibilità

ACCORDO PER DUE STAGIONI

Bric's e Yamaha Set da viaggio al motomondiale

È stata rinnovata per altri due anni la partnership tra Bric's e Monster Energy Yamaha MotoGP Team. L'azienda di Olgiate Comasco, leader nella valigeria di lusso, sarà sponsor ufficiale anche per il biennio 2020/2021.

Sono la flessibilità della produzione Bric's, declinabile a svariate esigenze, nonché la creatività e lo spirito "can-do" dell'azienda che hanno portato Yamaha a Bric's che fornirà prodotti personalizzati,

di alta qualità, un set da viaggio che ben si combina con le esigenze e le richieste di funzionalità e durabilità del team. «È un vero piacere supportare Yamaha Motor Racing per altre due stagioni, una collaborazione di successo iniziata nel 2016. Siamo orgogliosi di formare una vera alleanza con Yamaha Motor Racing, di affiancare e accompagnare con i nostri trolley della collezione BY i membri dello staff durante tutti gli appuntamenti dell'anno di celebrare con loro l'inizio della nuova stagione» dichiara Roberto Briccola, presidente della società Iariana.



La linea di valigeria di Bric's per il team Yamaha

Bric's e Yamaha, due animi con lo stesso spirito di competizione e sfida: puntare alla vittoria attraverso miglioramenti continui. «Ogni anno viaggiamo per i test Grand Prix e MotoGP. I membri del nostro team necessitano di un'attrezzatura da viaggio affi-

dabile e di qualità. In Bric's abbiamo trovato un partner che combina stile con performance, funzionalità e affidabilità. Siamo molto orgogliosi di essere utilizzatori, tester e ambassador dei prodotti Bric's nel mondo» sottolinea Liu Jarvis, Managing director, Ymr & Team Principal Meym. **S. Bri.**



Nuovo store in Belgio

Society Limonta. Un nuovo monomarca Society Limonta apre in Belgio a Knokke, sul Mare del Nord. Tipica località balneare alla moda dell'area belga, Knokke è anche ben nota come luogo di shopping per i suoi negozi high end e le gallerie d'arte. Il punto vendita è gestito da Martine Hansen, già manager del concept store Society di Bruxelles. Lo store si trova nell'area esclusiva chiamata Het Zoute. Lo shop dal design minimalista dai colori chiari ed all'atmosfera accogliente, presenta le collezioni basic e stagionali home, la collezione abbigliamento e Oltre Society Design Collection. **S. Bri.**