

# DOSSIER LOMBARDIA

ITICA ECONOMIA MANAG

In allegato al quotidiano  
**il Giornale**

Direttore  
On. Raffaele Costa

## LA DIFESA DELLA SICUREZZA



**GIACOMO PACCANI** *L'impresa lombarda guarda al futuro*  
**ROBERTO LAUZI** *Reimpostiamo la ricerca in chiave produttiva*  
**ADELE MARELLI** *Trasformiamo i rifiuti in risorsa*  
**FEDERICO DE NORA** *Nuovi sviluppi per il mercato elettrochimico*  
**ELENA GHILARDI** *Bergamo capitale mondiale della sterilizzazione*  
**ANGELO DI MARTINO** *Creiamo un ponte tra Europa e Nord Africa*  
**PIERPAOLO PIRIA** *Le frontiere del marketing diretto*

# Il bagno come teatro dell'home wellness

Il bagno da luogo funzionale è diventato un autentico spazio di benessere dove il design è un elemento basilare e gli accessori «smettono di essere unicamente manufatti tecnici di alta qualità, per diventare elementi capaci di inserirsi in modo armonico in ogni contesto».

Parola di Leonardo Bossini

Guido Puopolo

**A**nche dietro un semplice gesto quotidiano, come l'utilizzo della doccia, si nasconde in realtà un lungo e meticoloso lavoro, fatto di progettazione, ricerca, innovazione e attenzione ad ogni più piccolo dettaglio. Cercare di trasformare il bagno tradizionale in un autentico spazio benessere è infatti l'obiettivo di ogni azienda operante nel campo della produzione di docce e accessori per rubinetteria: non più un banale luogo di passaggio, ma un'oasi di tranquillità, un ambiente da vivere e in cui concedersi momenti di intimità e relax. A questo proposito, una realtà di assoluto rilievo a livello nazionale e

internazionale è rappresentata dalla Bossini, azienda fondata da Leonardo e Massimo Bossini, con sede a Castenedolo, nella provincia bresciana, che ha da poco celebrato i cinquant'anni di attività. Leonardo Bossini spiega l'evoluzione della concezione del bagno, ormai considerato il nuovo teatro dell'home wellness.

**Quali sono le ultime tendenze nel design delle docce?**  
«Il mercato è sempre più rivolto alla ricerca di nuovi prodotti capaci di abbinare un alto contenuto tecnologico alla piacevolezza estetica. Il design è un elemento basilare nella progettazione e realizzazione delle docce e degli accessori, che

smettono di essere unicamente manufatti tecnici di alta qualità, per diventare elementi capaci di inserirsi in modo armonico in ogni contesto di arredamento».

**Come si coniugano prestazioni e funzionalità?**

«Per soddisfare ogni tipo di esigenza l'azienda propone una gamma ricca e versatile di prodotti, in cui la ricerca di linee e forme innovative incontra le soluzioni funzionali più all'avanguardia, consentendo la massima personalizzazione dell'ambiente. Soffioni extra large da controsoffitto, capaci di offrire una cascata d'acqua rigenerante con luci led per la cromoterapia, colonne doccia per piscina in acciaio dal design



minimale e docce high-tech con impianti audio, predisposte per il collegamento a qualsiasi tipo di lettore musicale, sono solo alcune delle ultime creazioni. Inoltre grazie ad una tecnologia d'avanguardia lo spreco d'acqua e di energia si può ridurre facilmente anche del 50 per cento rispetto ad una doccia tradizionale, pur garantendo il massimo comfort».

**Quanto conta l'innovazione tecnologica nel vostro settore e quali sono le più recenti tecnologie sviluppate dall'azienda?**

«La bellezza è nulla senza l'affidabilità, e per questo il nostro laboratorio di idee è sempre al lavoro. Le nostre creazioni nascono dalla ricerca, dall'esperienza e dalla capacità di sintesi di chi, da sempre, si impegna per mettere la tecnologia al servizio dei tempi che cambiano, garantendo un perfetto equilibrio tra estetica e qualità. Un esempio di tecnologia applicata alla doccia è il nostro soffione "Aquavolo" che, a seconda della posizione di erogazione, può produrre un ampio getto, si-

mile a uno scroscio di pioggia tropicale, oppure un rilassante getto a cascata. La nostra sfida è mantenere un elevato livello della qualità e del servizio, perché ciò che noi offriamo sono prodotti pensati, progettati e costruiti per piacere e durare nel tempo».

**Come ha reagito la vostra realtà alla crisi economica internazionale?**

«La forza del gruppo si fonda su innovazione tecnologica, ricerca e una buona strategia di marketing, condizioni essenziali per rispondere con successo alla crescente globalizzazione dei mercati e al rapido evolversi dei bisogni. Sono queste le caratteristiche che ci hanno permesso di superare la fase più acuta della crisi».

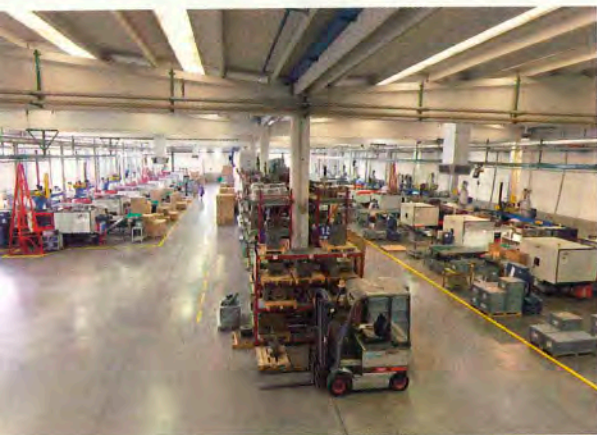
**Quali strategie avete messo in atto per superare questa fase di difficoltà e quali sono le vostre prospettive per il nuovo anno?**

«La nostra strategia è essenzialmente basata sulla promozione della forza innovativa dell'azienda, sullo sviluppo e ampliamento dei mercati interna-



zionali e sull'ottimizzazione dei costi. L'obiettivo è quello di rafforzare ulteriormente la nostra posizione sul mercato, attraverso un'adeguata crescita internazionale. Negli ultimi anni inoltre Bossini ha depositato numerosi brevetti di invenzione. Tutto ciò è frutto di quella vocazione dell'azienda orientata alla ricerca e allo sviluppo continuo che ne hanno fatto un punto di riferimento del settore. L'importanza dello stile e del design del prodotto, nelle nostre strategie, si accom-

Massimo e Leonardo Bossini, titolari della Bossini di Castenedolo (Bs). In apertura, un interno dell'azienda. Sopra alcune realizzazioni [www.bossini.it](http://www.bossini.it)



» pagna alla consapevolezza del ruolo fondamentale che gioca la comunicazione aziendale come fattore di successo e di crescita. Sono infatti molteplici le iniziative volte alla massima visibilità e riconoscibilità del marchio, caratterizzate dal comune obiettivo di un legame positivo e costruttivo con il mercato. Non meno importante è sicuramente il servizio e tempestività nelle consegne».

**Bossini è ormai una realtà affermata a livello internazionale. Quali sono attualmente i vostri mercati di riferimento e quali quelli che offrono oggi maggiori opportunità?**

«Il cinquanta per cento del nostro fatturato deriva dalle esportazioni in più di settanta paesi. L'immagine e la credibilità del

marchio Bossini sono oggi diffusi in tutto il mondo grazie alla capacità dell'azienda di porsi in maniera competitiva sul mercato internazionale con prodotti studiati ad hoc, in grado di soddisfare le più diverse esigenze, senza rinunciare alle caratteristiche di qualità, tecnologica e gusto estetico che ne fanno simboli del più celebrato made in Italy. La forte vocazione all'esportazione ci ha portato negli anni alla creazione di alcune strutture distributive in Europa, con quattro unità commerciali ubicate in Spagna, Francia, Polonia e Gran Bretagna. Nel resto del mondo operiamo invece attraverso i distributori, soprattutto in Medio Oriente, Usa e Asia. I mercati emergenti di Russia, Brasile India e Cina

sono quelli su cui puntiamo per il futuro poiché offrono maggiori opportunità di crescita».

**Avete particolari progetti per il futuro?**

«Sicurezza e longevità del prodotto sono per noi sono importanti tanto quanto il rispetto delle norme ambientali, e per questo abbiamo intrapreso una politica rivolta in questa direzione. La fondamentale importanza dell'acqua nell'ecosistema globale è un tema di estrema attualità, e un impiego razionale delle risorse idriche assume una rilevanza sempre maggiore. La realizzazione di prodotti di pregio, in armonia con l'ambiente e la salute, è una nostra priorità. Grazie agli sforzi compiuti, infatti, i siti produttivi di Montichiari e Castenedolo, il cui fabbisogno energetico è interamente soddisfatto da impianti di cogenerazione, hanno conseguito la certificazione del Sistema di Gestione Ambientale secondo la norma ISO 14001. Evitare lo spreco di un bene così prezioso come l'acqua significa ridurre, ora e in futuro, non solo l'impatto ambientale dovuto al suo consumo, ma anche il costo economico legato all'impiego di energia».



In alto la sede dell'azienda e due interni del magazzino



## Il benessere dell'acqua....

Semplicemente pensando al binomio acqua e benessere, abbiamo concepito questi grandi soffioni con getto a cascata, che avvolgono tutto il corpo. Da cinquant'anni noi, Bossini, progettiamo e realizziamo docce e complementi per bagno, all'insegna della qualità e della tecnologia più avanzata per la soddisfazione dei nostri clienti.

**Dream Flat Light.** Soffione 570x470 mm con luci Led bianche o con funzione di cromoterapia RGB, eroga un getto ampio come una pioggia tropicale.

**Mixa/3 Fitair.** Asta murale dal design extrapiatto con doccia dal diffusore di 140 mm, per regalare un getto ampio ed avvolgente. Cubic-Flat body jet laterali nati per completare il relax quotidiano.



**BOSSINI**  
High Quality Shower Systems  
Made in Italy

info@bossini.it  
www.bossini.it