

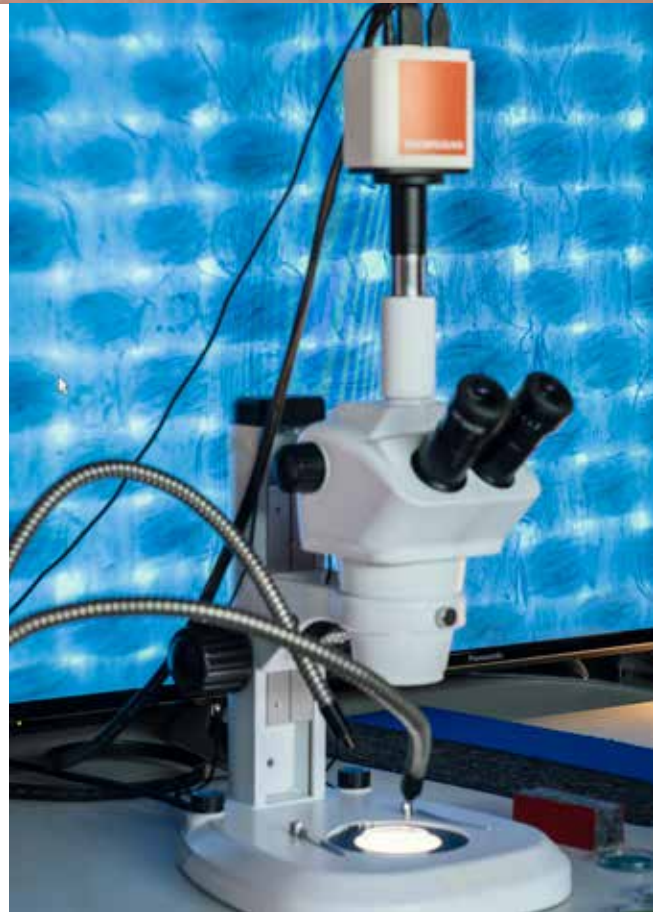
Ci vuole orecchio

Playing it by Ear



Testo Chiara Maranzana Foto Luca Rotondo per *Abitare*

Ricerca, innovazione e design sono il motto di Caimi. L'azienda brianzola dieci anni fa si è lanciata nel mercato dell'acustica. Scoprendo le proprietà fonoassorbenti del poliestere e sviluppando una tecnologia sofisticata di rilevanza internazionale ● *Caimi is all about research, innovation and design. Ten years ago the Brianza-based company entered the acoustics market, where it discovered the sound-absorbing properties of polyester and developed a sophisticated technology that had international relevance*



Sopra, il contributo di Alessandro Mendini alla collezione di pannelli Snowsound Art. A destra, ingrandimento al microscopio del filato di poliestere che garantisce la prestazione fonoassorbente. In alto, il sistema di sedute di acciaio Ulisse, 2007, fotografato nel magazzino di Nova Milanese. Nella pagina accanto, la camera semianecoica è isolata con 1301 cunei di poliestere con spessori e forme diversi. In apertura, il manichino che simula la percezione dell'orecchio umano. ● Above, Alessandro Mendini's contribution to the collection of Snowsound Art panels. Right, sound-absorbing polyester yarn, seen under the microscope. Top, the Ulisse steel seating system, 2007, photographed in the Nova Milanese warehouse. Opposite page, the semi-anechoic chamber is soundproofed with 1,301 polyester cones of various sizes and thicknesses. Previous pages the dummy simulates the perception of the human ear.



► Sono partiti da zero, sono diventati un punto di riferimento a livello internazionale. Da dieci anni, chi dice fonoassorbente pensa a Caimi. Due i principi guida: design e innovazione. In qualunque campo. Aveva cominciato il capostipite Renato nel 1949, fondando a Nova Milanese l'azienda delle 'cose utili', prevalentemente articoli casalinghi. Suoi i primi brevetti, il forno con l'oblò di vetro, il bollitore, il portavivande a chiusura ermetica (per i lombardi: la schiscetta). Poi sono venuti gli oggetti per i fumatori e, dagli anni Ottanta, l'arredo, che ha portato al coinvolgimento di designer del calibro di Mario Bellini, Michele De Lucchi, Marc Sadler, Giulio Iacchetti. Con l'arrivo della recessione alla fine del primo decennio degli anni Duemila, Caimi trasforma la crisi in un'opportunità.

Mai fu più vero il proverbio 'buon sangue non mente': i quattro figli di Renato – Gianni, Renzo, Franco e Giorgio – tutti in azienda con il padre, individuano un nuovo obiettivo: la guerra all'inquinamento acustico. «Abbiamo girato i laboratori di tutto il mondo – ricorda Franco – collaborato con le università per studiare la materia e capire come attrezzarci». Alla base di tutto, un'intuizione: utilizzare il poliestere, filato e compresso in pannelli sottili, affidati ai designer per trasformarli in oggetti esteticamente gradevoli. «Fino a quel momento – continua Franco – i prodotti fonoassorbenti erano brutti. Noi abbiamo proposto la collezione *Snowsound*, composta da pannelli e tessuti». Tutti riciclabili. Sagome e decori portano le firme di De Lucchi, Alberto e Francesco Meda (Compasso d'Oro e Design Europa Award con *Flap*), Sezgin Aksu, Francesco e Alessandro Mendini (German Design Award). Persino di Gillo

Dorfles: a 107 anni ha lavorato spalla a spalla con i tecnici di Caimi per riprodurre sui pannelli quattro suoi disegni realizzati tra il 1937 e il 1998. Estetica, ma soprattutto tanta tecnologia. «Abbiamo messo a punto un software – spiega Franco – che calcola il fabbisogno di materiale. Così accompagniamo le forniture di materia prima con le istruzioni su come utilizzarla».

La sperimentazione, nel frattempo, non si ferma e indaga a tutto campo. Sui terreni dove era nata l'azienda, sono stati realizzati sette avveniristici laboratori dedicati alla ricerca teorica e applicata in ambito tecnologico, ai nuovi materiali e alla prototipazione avanzata. Su oltre diecimila metri quadrati di superficie corrono 40 chilometri di cavi elettrici e cavi dati. Le camere acustiche, messe a disposizione di università, musicisti, fondazioni, sono dotate di strumentazioni e attrezzature di ultimissima generazione, in gran parte progettate e realizzate all'interno dell'azienda.

A oltre settant'anni dai primi brevetti di Renato, l'attività di Caimi marcia spedita. La passione per l'acustica non ha scalfato il core business precedente: prodotti fonoassorbenti da un lato, arredo e complementi (recente l'introduzione della linea dedicata all'outdoor) dall'altro, si dividono a metà il fatturato dell'azienda. Talvolta viaggiano in coppia, come nel nuovissimo *Snow Pouf* disegnato da Paola Navone e presentato alla Milano Design Week, «una seduta – lo descrive la designer – con uno spirito allegro e pop e una sorprendente capacità di attenuare suoni e rumori».

● They started from nothing and went on to make a name for themselves internationally. Now, whenever the subject of sound

absorption comes up, the name Caimi always springs to mind. Its two guiding principles are design and innovation. In all fields. Things began back in 1949, when founding father Renato set up a company making 'useful things' (mostly household items) in Nova Milanese. His first patents included an oven with a porthole window, a kettle and a lunchbox with a sealed top. Then came articles for smokers and in the 1980s furnishings, which led to collaborations with some leading designers, notably Mario Bellini, Michele De Lucchi, Marc Sadler and Giulio Iacchetti. Through times of recession up to the end of the first decade of the new millennium, Caimi has turned difficult times into an opportunity.

In this company it really is a question of 'like father, like son': Renato's four boys – Gianni, Renzo, Franco and Giorgio – all joined their father's business and set themselves a new aim: to wage war on noise pollution. "We went round laboratories all over the world," Franco remembers, "and collaborated with universities to study the subject and learn what we needed to do." Key to all of this was an intuition: to compress polyester yarn into thin panels, and get designers to turn them into something visually attractive. "Up until then," Franco goes on, "sound-absorbing products had always been ugly. We came up with the Snowsound collection, consisting of panels and fabrics." All recyclable. New shapes and decorative features were created by De Lucchi, Alberto and Francesco Meda (Compasso d'Oro and Design Europa Award for Flap), Sezgin Aksu, Francesco and Alessandro Mendini (German Design Award). And at the age of 107, even Gillo Dorfles worked alongside Caimi technicians to reproduce onto their panels four of his drawings produced between 1937 and 1998. Aesthetic appeal, then, but also a lot of technology. "We devised software," Franco explains, "that calculates a material's requirements. So together with the raw materials, we supply instructions on how to use it."

All the while, the company was continuing its experimental work, leaving no stone unturned. On home turf, seven futuristic laboratories were created for theoretical and applied technological research into new materials and for advanced prototyping. Through over ten thousand square metres of space run 40 kilometres of electrical wires and data cables. Sound chambers made available by various universities, musicians and foundations are equipped with state-of-the-art instrumentation and equipment, much of which was designed and produced in-house.

More than seventy years on from Renato's first patents, Caimi shows no signs of stopping. Its passion for acoustics has not sidelined the earlier core business: sales are divided more or less equally between sound-absorbing products on the one hand and furnishings and complements on the other (it recently introduced an outdoor furnishing range). Sometimes the two activities go hand in hand, as is the case with the brand-new Snow Pouf designed by Paola Navone and presented at Milan Design Week: "A seat," the designer says, "with a fun, pop spirit and a remarkable ability to lessen noise." ■

© ALL RIGHTS RESERVED



La camera riverberante. Dedicata alla misurazione allo studio dei materiali fonoassorbenti, è in grado di riprodurre il riverbero di una cattedrale. Le perfette funzionalità sono garantite dalla geometria costruttiva a pareti asimmetriche e dalla struttura dell'involucro cementizio. A destra, Giorgio e Franco Caimi in uno dei sette laboratori dell'azienda. ● The reverberation room, for measuring and studying sound-absorbing materials, can recreate the echoes produced in a cathedral. Perfect functionality is guaranteed by the geometry of the asymmetrical walls and the structure of the concrete enclosure. Right, Giorgio and Franco Caimi in one of the company's seven laboratories.