

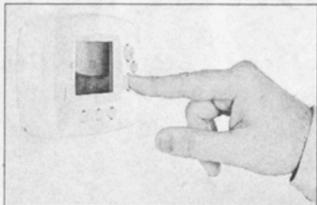
# Italia Oggi

Sabiana (Afg) avanza con i sistemi di climatizzazione. Il plus: dimensioni ridotte e zero rumori

## L'aria depurata? È un comfort Gli apparecchi si comprano anche online. Tra i clienti la Ferrari

DI CARLO VALENTINI

Un apparecchio per riscaldare o raffreddare un ambiente con design e tecnologia italiana? Si può comprare (anche) online. Il web-shop è stato aperto da Sabiana, sede a Corbetta (Milano), di proprietà della multinazionale svizzera (quotata alla borsa di Zurigo, fatturato 1,1 miliardi di euro) Afg, ma al vertice vi sono i discendenti, italianissimi, dei fondatori, ovvero la fantasia italiana unita alla precisione svizzera. Un connubio che consente all'azienda di vincere molte scommesse. Per esempio quella di produrre gli impianti (per grandi superfici) di riscaldamento e raffreddamento più silenziosi al mondo, tanto da essere scelti dall'università di Nottingham per la biblioteca George Green e dal Collegio pontificio spagnolo.



Un'altra scommessa vittoriosa riguarda la sanificazione dell'aria riscaldata o condizionata. Un brevetto garantisce un filtraggio ottimale che ha consentito di aggiudicarsi l'appalto del Mersin Integrated Healthcare, campus sanitario turco con 1.253 posti-letto e del Cen-

tro Colleoni di Agrate Brianza. Poi vi è la piccola dimensione: per il condizionamento del padiglione dell'Azerbaijan (in vetro) all'Expo, l'azienda ha costruito un apparecchio lillipuziano (per non essere notato dai visitatori) ma ugualmente di grandi prestazioni.

Anche Palazzo Chigi e la Banca d'Italia hanno deciso di riscaldarsi e condizionarsi con

la griffe italo-svizzera. Così come l'Alitalia (per i suoi spazi a Fiumicino) e il museo Egizio di Napoli.

«L'aria pura è comfort», dice **Giorgio Pellegrini**, terza generazione dei fondatori. «La serie dei nostri filtroclimatizzatori combina, in un unico oggetto, le funzioni di depurazione e trattamento dell'aria. Il ventilconvettore si arricchisce di un filtro elettrostatico brevettato, di concezione totalmente nuova per rispondere alla crescente richiesta di un miglior trattamento dell'aria e di un benessere all'interno degli ambienti abitativi e di lavoro. L'80% della vita dell'uomo è trascorsa negli ambienti chiusi e quindi la sfida dei prossimi anni è quella di migliorare il benessere per il tempo che passiamo in questi ambienti».

Non a caso l'ultimo slogan promozionale è: «Il clima amico». Aggiunge Pellegrini: «Fare

marketing non significa solo intraprendere azioni (sfruttando per esempio le leve del marketing mix) volte ad aumentare il fatturato, ma la missione del marketing è pure quella di creare un valore, che vorrei definire anche asociale, intorno all'azienda, ai marchi, ai prodotti, ai servizi».

Sabiana detiene la leadership del settore. L'ultimo prodotto si chiama Striscia radiante ed è in grado di irradiare calore direttamente dal soffitto, come un piccolo sole, senza generare alcun movimento d'aria. Tra le ultime commesse: il riscal-

damento dello stabilimento di produzione dell'Airbus di Tolosa e i palazzetti del ghiaccio in Corea del Sud per le Olimpiadi invernali 2018.

L'azienda venne costituita nel 1929 da Franco Binaghi e Benvenuto Anatrella, il primo era un piccolo artigiano che realizzava stufe e l'altro era un rappresentante del settore. Avevano due caratteri molto diversi. Binaghi era un lombardo schivo e riservato, Anatrella era il tipico fiorentino assai socievole e gran venditore. Decisero di unire le forze e costituirono Sabiana (Società Anonima Binaghi Anatrella), con l'intento di produrre apparecchi che generassero calore.

Il boom è arrivato nel dopoguerra, con la ricostruzione e l'esplosione edilizia che dava impulso anche all'evoluzione degli impianti per riscaldamento. Che da qualche mese fanno bella mostra di sé pure nel cuore dell'appeal dell'industria italiana, gli uffici di presidenza della Ferrari, a Maranello.



Giorgio Pellegrini

© Riproduzione riservata

# Italia Oggi

DI CARLO VALENTINI

**U**n apparecchio per riscaldare o raffreddare un ambiente con design e tecnologia italiana? Si può comprare (anche) online. Il web-shop è stato aperto da Sabiana, sede a Corbetta (Milano), di proprietà della multinazionale svizzera (quotata alla borsa di Zurigo, fatturato 1,1 miliardi di euro) Afg, ma al vertice vi sono i discendenti, italianissimi, dei fondatori, ovvero la fantasia italiana unita alla precisione svizzera. Un connubio che consente all'azienda di vincere molte scommesse. Per esempio quella di produrre gli impianti (per grandi superfici) di riscaldamento e raffreddamento più silenziosi al mondo, tanto da essere scelti dall'università di Nottingham per la biblioteca George Green e dal Collegio pontificio spagnolo.

Un'altra scommessa vittoriosa riguarda la sanificazione dell'aria riscaldata o condizionata. Un brevetto garantisce un filtraggio ottimale che ha consentito di aggiudicarsi l'appalto del Mersin Integrated Healthcare, campus sanitario turco con 1.253 posti-letto e del Cen-

tro Colleoni di Agrate Brianza. Poi vi è la piccola dimensione: per il condizionamento del padiglione dell'Azerbaijan (in vetro) all'Expo, l'azienda ha costruito un apparecchio lillipuziano (per non essere notato dai visitatori) ma ugualmente di grandi prestazioni.

Anche Palazzo Chigi e la Banca d'Italia hanno deciso di riscaldarsi e condizionarsi con

# Italia Oggi

la griffe italo-svizzera. Così come l'Alitalia (per i suoi spazi a Fiumicino) e il museo Egizio di Napoli.

«L'aria pura è comfort», dice **Giorgio Pellegrini**, terza generazione dei fondatori. «La serie dei nostri filtroclimatizzatori combina, in un unico oggetto, le funzioni di depurazione e trattamento dell'aria. Il ventilconvettore si arricchisce di un filtro elettrostatico brevettato, di concezione totalmente nuova per rispondere alla crescente richiesta di un miglior trattamento dell'aria e di un benessere all'interno degli ambienti abitativi e di lavoro. L'80% della vita dell'uomo è trascorsa negli ambienti chiusi e quindi la sfida dei prossimi anni è quella di migliorare il benessere per il tempo che passiamo in questi ambienti».

Non a caso l'ultimo slogan promozionale è: «Il clima amico». Aggiunge Pellegrini: «Fare

marketing non significa solo intraprendere azioni (sfruttando per esempio le leve del marketing mix) volte ad aumentare il fatturato, ma la missione del marketing è pure quella di creare un valore, che vorrei definire anche asociale, intorno all'azienda, ai marchi, ai prodotti, ai servizi».

Sabiana detiene la leadership del settore. L'ultimo prodotto si chiama Striscia radiante ed è in grado di irradiare calore direttamente dal soffitto, come un piccolo sole, senza generare alcun movimento d'aria. Tra le ultime commesse: il riscal-

damento dello stabilimento di produzione dell'Airbus di Tolosa e i palazzetti del ghiaccio in Corea del Sud per le Olimpiadi invernali 2018,

L'azienda venne costituita nel 1929 da Franco Binaghi e Benvenuto Anatrella, il primo era un piccolo artigiano che realizzava stufe e l'altro era un rappresentante del settore. Avevano due caratteri molto diversi. Binaghi era un lombardo schivo e riservato, Anatrella era il tipico fiorentino assai socievole e gran venditore. Decisero di unire le forze e costituirono Sabiana (Società Anonima Binaghi Anatrella), con l'intento di produrre apparecchi che generassero calore.

Il boom è arrivato nel dopoguerra, con la ricostruzione e l'esplosione edilizia che dava impulso anche all'evoluzione degli impianti per riscaldamento. Che da qualche mese fanno bella mostra di sé pure nel cuore dell'appeal dell'industria italiana, gli uffici di presidenza della Ferrari, a Maranello.

— © Riproduzione riservata —