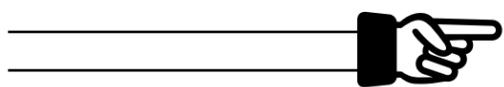


Light
you
find

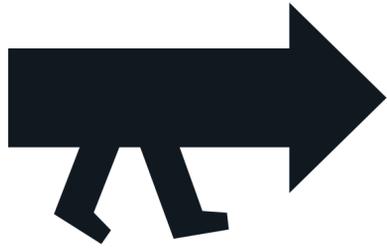
N° 01



Welcome to
the light world

Lombardo.
EVERYDAY LIGHT





This is not a magazine.

È il primo numero di Light Up, il nostro cross ↓ point, un luogo reale e non virtuale d'incontro per ri-conoscerci e raccontarci.

editoriale

Light Up: uno spazio d'incontro per ri-conoscerci e raccontarci.

La scelta di questo strumento è parte di un progetto più ampio, che riguarda la nostra identità, ma è anche molte altre cose: un mezzo di informazione della nostra comunità, una palestra di creatività, uno stimolo in più per essere parte attiva del nostro piccolo universo; una mappa per ricordarci che il nostro orizzonte è il futuro e che il viaggio lo progettiamo insieme ogni giorno.

Le aziende sono organismi complessi con diverse funzioni operative, urgenze da affrontare, soluzioni da trovare, strategie da pianificare. Ma sono soprattutto i talenti, le passioni, le storie di chi ogni giorno le anima e le fa crescere. Light Up è pensato proprio per noi che siamo Lombardo e che abbiamo ogni giorno, nel nostro lavoro, il compito di alimentare il patrimonio di valore della nostra azienda e di condividerlo con chi ci sta vicino e con chi viene in contatto con noi attraverso i nostri prodotti.

Dunque, dentro Light Up troveranno posto le nostre storie, le nostre passioni, i nostri

valori, ma anche le tendenze del mercato, le iniziative che sosteniamo, il nostro modo di intendere la formazione e l'investimento nelle persone.

In Lombardo la luce è una vocazione, un destino, un racconto meraviglioso fatto di design, tecnologia, materiali performanti e sostenibili: con Light Up vogliamo illuminare la nostra realtà ed accendere la curiosità dei lettori. Scriveva Salvatore Brizzi: "Se siamo in una stanza buia e fuori c'è luce, quando apriamo la finestra, il buio non esce dalla stanza per invadere ogni cosa. Accade il contrario, entra la luce ed il buio scompare. Perché? Perché anche il buio non è che una sfumatura della luce, la sua assenza temporanea. Ma ciò che esiste e ciò di cui siamo fatti è la luce".

Buona lettura.

Italo Belussi
CEO Lombardo



Siamo semplici, affidabili, dinamici, in ascolto, reattivi, connessi, disponibili, sostenibili, trasversali, curiosi.



01 Valoriamo

CONOSCERE I NOSTRI VALORI PER GENERARE VALORE

Crescere per un'azienda è vitale e, proprio come accade ad ogni organismo vivente, per crescere nel modo corretto occorre sapere chi siamo, qual è la nostra identità e quali sono i valori che ci contraddistinguono e tracciano la mappa del nostro viaggio verso il futuro.

Ma che cos'è l'identità di un'azienda? È la sintesi di come l'azienda è, di come è fatta, di come si presenta, ma anche dei suoi obiettivi e dei suoi valori. Definire la nostra identità è stato un percorso e un lavoro corale, una riflessione collettiva che ha coinvolto le persone di Lombardo, che sono le nostre risorse e il nostro valore più grande, ma che ha tenuto conto anche di come il mondo ci percepisce, in una duplice prospettiva, interna ed esterna, che ci ha permesso di sintetizzare la nostra mappa dei valori che ci rappresenta e in cui ci riconosciamo.

Sono dieci le parole che declinano la nostra identità, dieci chiavi di lettura per interpretare l'essere e l'agire di Lombardo, dieci concetti attorno a ciascuno dei quali ruotano infinite potenzialità.

Siamo semplici, affidabili, dinamici, in ascolto, reattivi, connessi, disponibili, sostenibili, trasversali, curiosi. In queste pagine li affronteremo uno ad uno per esplorarli in tutte le loro sfumature.

SIAMO SEMPLICI, COMINCIAMO DA QUI.

La semplicità in cui ci riconosciamo è una conquista. È quel che resta dopo aver distillato ogni cosa superflua. Non è superficialità, né leggerezza: è il risultato del lavoro meticoloso dello scultore che, scavando, libera dal blocco di marmo l'opera d'arte. Questa è la semplicità di Lombardo. Il desiderio di badare all'essenziale, ridurre al minimo ogni barocchismo, ogni inutile esibizione di forma. Semplici nelle relazioni interne, tra noi, chiari, lineari con partner e clienti. Semplici nelle scelte dei materiali, performanti e sostenibili, ma anche nel progettare prodotti che coniughino estetica e funzionalità.

La semplicità non è mai facile: è verificare ogni volta se la soluzione individuata può essere ancora semplificata e ancora più performante, in una parola se può

(semplici)

È il desiderio di badare all'essenziale, ridurre al minimo ogni barocchismo, ogni inutile esibizione di forma. Semplici nelle relazioni interne, tra noi, chiari, lineari con partner e clienti. Semplici nelle scelte dei materiali, performanti e sostenibili, ma anche nel progettare prodotti che coniughino estetica e funzionalità.

essere perfetta. La semplicità è un esercizio costante, ci somiglia e ci rappresenta, è uno dei nostri valori, è la consapevolezza che c'è cura e attenzione ai dettagli nel desiderio di essere efficaci in ogni gesto, completi in ogni prodotto, lineari in ogni relazione. Per noi di Lombardo la semplicità è il presupposto dell'affidabilità. Ma questo lo approfondiremo alla prossima puntata.

02 Grand, Elena, Michael e Diabolo

LO STILE JAPANDI

Stefano Vesperini, interior designer e direttore creativo per Lombardo ci accompagna in un viaggio dentro le nuove tendenze del design, in un itinerario ideale che sfiora i sui designer preferiti e racconta quali saranno le piste di lavoro del futuro.



Linee semplici, pulite, essenziali e minimalismo. Lo stile Japandi ovvero l'incontro tra due stili, quello nordico e quello giapponese. Luci led a risparmio energetico.

Il ritorno delle lampade a sospensione per impreziosire e dare carattere ad un ambiente. L'illuminazione da terra. Il design biolifico caratterizzato dall'utilizzo di materiali atossici e riciclabili che permettono di produrre oggetti sempre più economici ed ecologici. Lampade smart capaci di dialogare con la domotica. Lampade dalle dimensioni micro. Lampade-sculpture-installazioni artistiche. I nuovi corpi illuminanti puntano sempre di più ad essere degli oggetti di **completamento d'arredo** anche quando sono spenti. Lampade rieditate ed aggiornate. Lampade senza fili: lampade nomadi dotate di batterie che possono essere spostate da un luogo ad un altro. Lampade ispirate al passato: oggetti capaci di creare un equilibrio tra il presente ed il passato. Quelle che ho elencato sono certamente le principali tendenze che ispireranno i designer, gli architetti e le aziende nel prossimo futuro, ma negli ultimi anni sono state anche le linee guida di alcuni dei miei designer emergenti preferiti e di alcune delle aziende più importanti del settore della produzione di corpi illuminanti.

Elena Salmistraro ha disegnato, per esempio, una collezione che si chiama **Miami** ispirandosi all'Art Decò americana. La serie è composta da tre oggetti e prende spunto dalla fantasia estetica che caratterizzò il movimento architettonico dell'Art Decò, che si diffuse a partire dal 1924 in Europa e negli Stati Uniti. **Geometrie elementari**, cubi, sfere, linee rette, tonalità calde e colori pastello, fenicotteri e palme, bassorilievi e luci neon sono i caratteri distintivi dello stile architettonico definito revival mediterraneo che ha ispirato la collezione di lampade prodotta da Torremato. Miami è una collezione composta da tre lampade a sospensione F1A1, F2A1, F3A1 che combinano elementi metallici e vetro decorato dando vita a delle lampade dalle

forme contemporanee, ma con un chiaro richiamo al decorativismo dell'Art Decò americana.

Michael Anastassiades, invece, è un designer cipriota che è stato capace di creare degli oggetti contraddistinti dall'**assenza della struttura**. Oggetti essenziali, minimali, decorativi e poetici che non si erano mai visti prima. Arrangements è una collezione, disegnata per Flos, composta da un sistema modulare di elementi di luce geometrici che possono essere combinati in modi diversi creando composizioni multiple in singoli lampadari, ogni unità si attacca alla precedente creando delle catene luminose.

Per quanto riguarda le aziende voglio citare il marchio **Flos** perché ha avuto la saggezza di **rieditare e di aggiornare, dal punto di vista tecnologico**, la sospensione modello **Diabolo** che Achille Castiglioni disegnò nel 1998, ultimo progetto della sua lunghissima collaborazione con questa azienda di illuminazione. La lampada Diabolo era fuori catalogo da circa dieci anni e adesso è tornata ad essere uno dei corpi illuminanti più interessanti della categoria delle lampade a sospensione. Ora la sorgente luminosa è a led e le finiture dell'alluminio sono diventate tre e tutte molto raffinate: dal classico tutto bianco, al castoro con interno bianco ed a uno squillante rosso ciliegia, sempre con interno bianco.

I nuovi corpi illuminanti puntano sempre di più ad essere degli oggetti di completamento d'arredo anche quando sono spenti.





Cini&Nils, una vera e propria boutique creativa della luce

03¹

Il rilancio di Cini&Nils passa da Lombardo

Custodire e valorizzare Cini&Nils, un brand sinonimo di stile ed espressione della più autentica creatività "Made in Italy" nel settore dell'illuminazione, per noi di Lombardo è insieme un privilegio, un'occasione di crescita e un'avventura ricca di fascino e prospettive.

CINI & NILS



Fondata nel 1969 dai designers Mario Melocchi e Franco Bettonica, Cini&Nils ha fatto della qualità uno dei suoi punti di forza. I suoi esordi vedono la proposta di una serie di oggetti di design, molti dei quali acquisiti dal MoMA di New York, quali le collezioni da Bar, da Tavola, da Scrivania, il Portariviste girevole, il Cubobar, il Tavolo da Gioco. Nel 1972, da un'idea di Franco Bettonica nasce **Cuboluce**, anello di congiunzione tra oggetti e apparecchi illuminanti e capostipite di una nuova generazione di prodotti che segnano l'ingresso di Cini&Nils nel campo dell'illuminazione.

Da allora, Cini&Nils si è distinta negli anni per essere una vera e propria boutique creativa della luce, dove le idee vengono sapientemente trasformate in prodotti che abbinano tecnologia e linee essenziali, rigorose e ricche di dettaglio, dando vita ad un forte connubio fra creatività italiana e stile industrial tipico del design del Nord Europa. Una sorta di imprinting a cui l'azienda non è mai venuta meno.

In Lombardo ci accingiamo al rilancio di un brand di così grande prestigio con



notevole entusiasmo e profondo rispetto: siamo infatti consapevoli del patrimonio di storia, qualità e design che contraddistingue un marchio come Cini&Nils e ne ha fatto un brand icona della cultura della luce a livello internazionale; ma siamo anche orgogliosi dell'identità distintiva di Lombardo, della sua mission e dei valori che ci hanno permesso in questi anni di farci riconoscere ed apprezzare dai nostri clienti.

Per questo la nostra sfida sarà che i due marchi proseguano, a livello produttivo e di mercato, ciascuno nella fedele continuità con le loro distinte visioni aziendali. Certi che, così facendo, si potranno raggiungere i migliori risultati.

L'archistar Renzo Piano lo dice a chiare lettere: "Bisogna sempre ricordare che fare architettura significa costruire edifici per la gente, università, musei, scuole, sale per concerti: sono tutti luoghi che diventano avamposti contro l'imbarbarimento. Sono luoghi per stare assieme, sono luoghi di cultura, di arte e l'arte ha sempre acceso una piccola luce negli occhi di chi la frequenta".

Lo abbiamo in mente bene anche noi in Lombardo che costruire nuovi spazi significa dare concretezza ai nostri nuovi orizzonti. E intendiamo farlo partendo ancora una volta dalle persone, con l'idea di metterle a loro agio, di creare luoghi funzionali ma anche belli perché, semplicemente, la bellezza è una forma d'energia pura. E noi lo sappiamo perché anche i nostri prodotti sono così: una sintesi perfetta tra l'estetica e la funzionalità.

Negli ultimi tre anni in Lombardo siamo cresciuti molto: il numero dei collaboratori è raddoppiato e ci siamo dati nuovi importanti obiettivi di sviluppo. Le trasformazioni organizzative hanno comportato la progettazione e la realizzazione di nuovi spazi destinati all'attività professionale e commerciale.

In particolare si è proceduto ad un profondo intervento di ristrutturazione degli uffici al primo piano, ricavando l'ufficio tecnico, il back office, il reparto amministrazione, oltre agli uffici del Ceo e del direttore finanziario. Spazi in cui la luce e il colore sono protagonisti, in un allegro alternarsi che conferisce informalità all'ambiente.

Nuovi spazi per nuovi orizzonti



Accanto agli ambienti operativi, sono stati progettati anche due nuovi spazi: la mensa aziendale e lo showroom dedicato ai prodotti Cini&Nils.

La mensa è stata pensata per essere un luogo dedicato alla socialità ed al relax, con arredi colorati e modulari. Lo showroom sarà invece il punto di contatto con il pubblico e saprà valorizzare lo stile e la bellezza dei prodotti esposti e accompagnare i visitatori in un'esperienza immersiva nel design della luce.

Non resta che attendere la conclusione dei lavori per vivere, insieme, questa nuova tappa del nostro cammino.

Bisogna sempre ricordare che fare architettura significa costruire edifici per la gente, università, musei, scuole, sale per concerti: sono tutti luoghi che diventano avamposti contro l'imbarbarimento. Sono luoghi per stare assieme, sono luoghi di cultura, di arte e l'arte ha sempre acceso una piccola luce negli occhi di chi la frequenta.



Renzo Piano
Archistar



Gamma CLIC

L'ELEGANTE FUNZIONALITÀ DELLA SEMPLICITÀ

Funzionale, essenziale, elegante e versatile: la serie CLIC è l'ultima progettata da Lombardo. Nello stesso nome, CLIC, è racchiusa la filosofia della gamma. **Semplice come un CLIC, il gesto che da sempre siamo abituati ad associare all'accensione della luce; ma anche rapido, immediato e funzionale.**

Il concept creativo si sviluppa attorno ad un corpo cilindrico, con diametro di 7,9 cm: linee geometriche essenziali e minimaliste, design raffinato per una serie che ha l'eleganza della semplicità.

Realizzato con corpo in policarbonato verniciato e diffusore in policarbonato, CLIC è stato progettato sia per uso interno che per l'esterno, grazie anche alle sue caratteristiche stagne: tutti i modelli sono infatti dotati di guarnizioni in silicone che garantiscono protezione totale alla penetrazione di solidi e liquidi (grado IP 65).

CLIC è disponibile nella versione base e nella versione UP, con l'estroffessione del diffusore, ed è proposta in molteplici versioni. Sono disponibili modelli con attacco GU10 (lampadina non inclusa) o con motore LED a tensione di rete integrato. Tutti i modelli CLIC in versione AC direct sono dimmerabili per garantire il massimo confort nella fruizione dell'illuminazione. Grande attenzione è stata riservata alla sicurezza della gamma, che è **esente da rischio fotobiologico**.

La gamma CLIC è predisposta per singolo ingresso di alimentazione. Grazie alla sua versatilità ed alla semplicità del design, ogni punto luce può essere trasformato in un **elemento di light design** e contribuire a definire l'atmosfera di ogni ambiente.

4 le proposte della linea CLIC

(Contemporanea, pratica e smart, ma anche ironica, compatta, versatile: la gamma CLIC ha personalità e si candida a diventare una linea iconica di Lombardo)

Linee geometriche essenziali e minimaliste, design raffinato per una serie che ha l'eleganza della semplicità

CLIC Up & CLIC Up Top

Il corpo della lampada viene direttamente ancorato alla superficie superiore (soffitto, eventuali ribassamenti per la creazione di punti luce e supporti esterni). CLIC Wall e CLIC Top sono Disponibili nei colori bianco, nero, light grey, dark grey, verde e terracotta.

La lampada è ancorata alla parete con una piccola staffa e può essere abbinata a una placca circolare per riprendere il design della linea. CLIC Wall e CLIC Top sono Disponibili nei colori bianco, nero, light grey, dark grey, verde e terracotta.

CLIC Wall & CLIC Up Wall

Pensato per esterni, propone il corpo illuminato cilindrico orientabile innestato lateralmente su un picchetto di circa 30 cm con predisposizione per l'impianto a terra. È disponibile nei colori nero, dark grey, verde e corten.

Realizzato con il corpo illuminato cilindrico orientabile fornito con adattatori per pali Ø 60 e Ø 40. È disponibile nelle finiture nero, dark grey e corten.

CLIC Garden & CLIC Up Garden

CLIC Post & CLIC Up Post



La famiglia AGO si amplia

ARRIVA AGO UP

Arriva AGO UP il nuovo modello a plafone della serie AGO, il faretto LED moderno e versatile, perfetto per ogni ambiente in cui la luce è protagonista. Una gamma senza tempo, che coniuga design, funzionalità ed estetica.

Sottolineare i volumi in un interno, illuminare un ambiente con diversi punti luce, ma anche far risaltare il profilo suggestivo di alberi secolari, evidenziare i percorsi pedonali in un giardino: sappiamo quando il giusto punto luce possa creare un'atmosfera, valorizzare i pregi di un ambiente, velarne i difetti.

La gamma AGO è la soluzione giusta sia outdoor che indoor. Il corpo in alluminio anodizzato è disponibile in diverse finiture cromatiche. Facile da installare, presenta un'elevata resistenza all'ossidazione grazie al trattamento di anodizzazione ed è a tenuta stagna.

Particolarmente ampia per offrire soluzioni ottimali in qualunque situazione, la serie AGO oggi si arricchisce di un nuovo protagonista: è AGO UP il nuovo modello a plafone, adatto per installazione a soffitto ad uso interno ed esterno. Le finiture nero, grigio e marrone sono realizzate in alluminio anodizzato EN-6026, mentre la finitura bianco è in alluminio verniciato ed il diffusore è in vetro temprato e serigrafato.

05 Fare squadra attraverso lo sport

PASSIONE "DUE RUOTE"

"Un uomo solo al comando. La sua maglia è bianco celeste, il suo nome è Fausto Coppi". Correva l'anno 1949 e, con queste parole, il radiocronista Mario Ferretti descriveva un tratto della storica tappa Cuneo-Pinerolo, che il campionissimo vinse dopo una fuga di 195 km con 11 minuti e 52" di vantaggio proprio su Bartali.

Erano gli anni del ciclismo eroico, della rivalità tra Ginettaccio Bartali e l'Airone Fausto Coppi, gli anni in cui tutta l'Italia era innamorata delle due ruote, che erano muscoli, gambe, fatica e cuore, ma anche borracce scambiate e cortesie tra "nemici".

Quel ciclismo lì si respira ancora tra gli appassionati veri che oggi indossano divise con tessuti tecnici, ma hanno la stessa voglia di allenarsi insieme, arrampicandosi per salite impervie con bici

da strada o lungo i sentieri con la mountain bike nei giorni di festa o, per i più "fanatici", anche la sera o la mattina presto, prima di andare al lavoro o anche in pausa pranzo.

Il gruppo degli appassionati delle due ruote è nutrito anche in Lombardia. Per questo abbiamo voluto realizzare una **divisa tecnica con i nostri colori sociali** - il nero, il rosso, il bianco - che ci faccia riconoscere. **Perché le passioni, qui in Lombardia, sono importanti.** Ancor più quelle sportive, che ci insegnano a fare

Le passioni, qui in Lombardo, sono importanti.

Ancor più quelle sportive, che ci insegnano a fare strada insieme, ad essere una squadra, ad aiutarci a vicenda, con il piacere di condividere la fatica e la soddisfazione del risultato.



strada insieme, ad essere una squadra, ad aiutarci a vicenda, con il piacere di condividere la fatica e la soddisfazione del risultato.

Lo sport può insegnarci molto e la vita attiva ha un impatto molto positivo, non solo perché ci consente di restare o tornare in forma, ma perché ha effetti benefici sulla salute e sul nostro benessere fisico ed emotivo. Stare all'aria

aperta, fare movimento, stare in gruppo o sfidare i propri limiti fa bene al cuore, al corpo e allo spirito.

Non solo bici, però. Lo sappiamo che ci sono molti appassionati di altri sport, dal calcio alla corsa, dalla palestra al podismo. "Stay tuned": chissà che la prossima divisa "Lombardo style", non sia proprio per il vostro sport preferito.

Per Lombardo ogni Persona è un investimento



Le persone? Al centro dell'universo Lombardo

Il nostro Obiettivo: la persona giusta al posto giusto

In Lombardo ci concentriamo soprattutto sul potenziale

... sulle attitudini, sull'approccio al mondo del lavoro. Le competenze tecniche sono importanti, ma si possono acquisire. Ad interessarci sono in particolare le competenze trasversali.

[+1000%]

L'aumento di personale negli ultimi 3 anni

↓0% Turnover

cambiamento è una costante. È essenziale essere chiari: spiegare al candidato che tipo di ambiente lavorativo affronterà, quali sono i valori dell'azienda, qual è il contributo che ci si attende da lui e, naturalmente, che cosa si offre in cambio".

Un lavoro complesso, di cesello, che non si ferma alla scelta ma investe tutto il percorso lavorativo delle persone inserite: "Per Lombardo ogni inserimento è un investimento: i nuovi assunti affrontano un percorso di conoscenza dei referenti diretti, dell'azienda e del prodotto, perché comprendano i meccanismi aziendali e possano, giorno dopo giorno, comprendere quale ruolo potrebbe risultare di interesse per loro un domani. Manteniamo una relazione costante con le persone che lavorano con noi per conoscere le loro ambizioni, le loro priorità, qual è la loro idea di futuro e per capire come possiamo offrire una dimensione professionale soddisfacente".

Affidare la gestione delle risorse umane ad una professionista capace di cogliere tutte le sfumature delle persone e delle personalità e costruire insieme percorsi di carriera, è una scelta che dice molto della centralità delle risorse in Lombardo e che ha già dato i risultati attesi: "In tre anni abbiamo raddoppiato il personale e azzerato il turnover. Molte sono le persone che hanno trovato la loro dimensione in azienda, crescendo e cambiando ruolo.

La formazione è un elemento centrale di questo percorso: "Ci piacciono le persone proattive, che comprendono il loro fabbisogno formativo e ci sottopongono corsi che vorrebbero frequentare. Molti si concentrano sulle competenze tecniche, come il corso di *programmazione della produzione*. Altri chiedono di soddisfare curiosità intellettuali e saperi pratici che non applicheranno sul lavoro, ma consentiranno loro di crescere, ampliare l'orizzonte delle esperienze. Ci sono anche corsi che proponiamo noi per contribuire a creare e diffondere una cultura aziendale che consenta di percepirci non come singole unità, ma all'interno di un sistema, quale ad esempio il corso sul *bilancio aziendale*. Non per imparare a redigerlo,

Pamela Volpi è psicologa del lavoro e psicoterapeuta e ha maturato una lunga esperienza nel settore della ricerca e selezione del personale, nell'ambito della formazione, della gestione e dello sviluppo delle risorse umane e del benessere organizzativo. Qui da noi, in Lombardo, da tre anni si occupa di risorse umane, dalla selezione ai percorsi di carriera.

"La persona giusta al posto giusto: è il nostro obiettivo quando selezioniamo nuove risorse. Sembra facile, ma non lo è - racconta - In Lombardo ci concentriamo soprattutto sul potenziale, sulle attitudini, sull'approccio al mondo del lavoro. Le competenze tecniche sono importanti, ma si possono acquisire. Ad interessarci sono in particolare le competenze trasversali. Una in particolare: la **capacità di apprendere** e la **consapevolezza** che il

ma per cogliere come le azioni di un singolo reparto impattino su tutta l'azienda". Time management, leadership, problem solving strategico sono alcune delle esperienze formative che Lombardo ha attivato. "Si tratta di vere e proprie experience che passano anche dal team building e dal coaching. In questo modo, la formazione diventa anche un'occasione per sviluppare il senso di appartenenza". "On demand", personalizzata e rigorosamente durante l'orario di lavoro: **la formazione in Lombardo è una leva di crescita e sviluppo. Per tutti.**



07 Il Futurismo fa team building

"La cultura è la prima terapia", parole di Umberto Galimberti, filosofo, a cui fa eco Massimo Recalcati, psicoanalista: "Il vero vaccino per gli italiani? La cultura". Terapia, vaccino: insomma per questi pensatori contemporanei la cultura cura e previene. Ma da cosa esattamente? Dall'assenza di spirito critico, dalla paura di essere originali e creativi, inclusivi e pronti al cambiamento.



Ma non vogliamo fermarci qui: nel 2023, quando Bergamo e Brescia saranno Capitali Italiane della cultura il panorama degli eventi culturali del nostro territorio sarà ancora più interessante e le occasioni per fare team building si moltiplicheranno con eventi, happening e mostre. Inoltre, proprio "La cultura come cura" sarà uno dei quattro fili rossi attorno a cui si svilupperanno le proposte culturali dell'intero anno, accanto a "Le città illuminate", "Le città dei tesori nascosti", "Le città natura".

Ci piacerebbe moltissimo che "Bergamo e Brescia capitali della cultura" fosse dunque un'ulteriore opportunità per ricevere segnalazioni e proposte su eventi che i nostri collaboratori desiderano proporre come attività di gruppo. Per crescere insieme.

La cultura è la somma di molti fattori: il nostro bagaglio personale di conoscenze ed esperienze, ma anche l'attitudine all'incontro con l'altro ed un patrimonio condiviso di occasioni.

Ed è proprio per questa ragione che per noi in Lombardo è importante: la curiosità, il **desiderio di sapere** e la voglia di **sperimentare** spostano i nostri limiti ogni giorno un po' più in là. Ci rendono più creativi, ci abitua al confronto, ci permettono di fare sintesi e di decidere, fondendo le nostre esperienze e con quelle altrui che incontriamo, scopriamo, approfondiamo.

La **cultura** è, infatti, la somma di molti fattori: il nostro bagaglio personale di conoscenze ed esperienze, ma anche l'attitudine all'incontro con l'altro ed un patrimonio condiviso di occasioni. Ma la cosa davvero meravigliosa della cultura è che si può acquisire, che è **in continua evoluzione** e che è, almeno nella nostra parte del mondo, **accessibile**.

Le opportunità si moltiplicano, ci sono mostre, eventi, incontri e nuovi strumenti. Anche noi di Lombardo vogliamo essere un driver culturale per la crescita personale dei nostri collaboratori, proponendo esperienze culturali da vivere insieme. Come la visita, organizzata nei mesi scorsi, alla mostra "Futurismo, il dinamismo estetico" allestita al Museo G. Bellini di Sarnico: 100 opere selezionate da Sandro Orlandi Stagl e Massimo Scaringella tra i lavori di Giacomo Balla, Carlo Carrà, Enrico Prampolini, Nicolai Diulgheroff, senza dimenticare un'opera firmata Mafarka Futurista, attribuita a Filippo Tommaso Marinetti. Una mostra in cui, tra le opere più note da segnalare, era presente "Forme uniche nella continuità

dello spazio" di Umberto Boccioni, la scultura ritratta su un lato delle monete da 20 centesimi.

Ma che cosa c'entra il futurismo con noi di Lombardo? Beh, forse un po' **la sua forza dirompente ci assomiglia**, così come il coraggio di **immergerci nel cambiamento**. Il futurismo fu certamente un movimento molto discusso, ma radicalmente innovativo, d'avanguardia. I suoi esponenti erano rapiti dal concetto di velocità e dinamismo e animati da una spinta rivoluzionaria rispetto all'arte del passato. Tutto nel futurismo era accelerazione, coraggio, innovazione, azzardo. Lo spirito di inizio secolo soffiava forte e presto sarebbe diventato un terribile vento di guerra; ma, nella fucina futurista, persino la guerra assumeva i toni di un'avventura straordinaria.

Esplorare insieme questo orizzonte è stato per noi di Lombardo un'esperienza e un'occasione per costruire un background comune, per **ampliare i nostri orizzonti**, per confrontarci con l'arte della creatività e misurarci anche su un movimento che fu divisivo. **Un modo diverso per "fare squadra"**.



Semplici

Semplicità illuminante.

Semplice non vuol dire facile, anzi. Vuol dire libero da tutto ciò che non è necessario, non appesantito da complessità inutili. Vuol dire ridurre all'essenza processi, tecnologie, prodotti, forme. Meno componenti, meno gesti per la posa in opera, meno complicazioni. Per offrire la soluzione perfetta per tutti. Semplice è tutt'altro che facile.



02 Design trend

DA RICEVERE

**Crescere per un
come accade a
crescere nel m
chi siamo, qual
i valori che ci c
la mappa del nc**

Ma che
un'azienda? È l
è, di come è fat
anche dei suoi
Definire la nost
percorso e un l
collettiva che f
Lombardo, che
nostro valore p
conto anche d
in una duplice p
esterna, che ci
la nostra mapp
e in cui ci ricon

Sono d
la nostra identi
interpretare l'e
dieci concetti a
ruotano infinte

