

# BATTERE LA CRISI

**PRECURSORE**

NEL 2004 HA CREATO  
IL PRIMO BLOG ITALIANO  
DEL SETTORE DEL MOBILE

**VISIBILITÀ**

IL SUO CANALE SU YOUTUBE  
APERTO NEL 2006  
HA RAGGIUNTO 700MILA VISITE

**LA STORIA**

Alla Berto Salotti di Meda divani, letti e complementi vengono ancora oggi assemblati a mano unendo la tradizione produttiva all'innovazione nel campo del marketing concessa da Internet  
(Brianza)

## Filippo Berto l'inventore del divano 2.0

*Il successo grazie a Internet*

di FABIO LOMBARDI

— MONZA —

**LA RETE**, quella di Internet più di quella del divano letto, ha fatto la differenza. Sì perché quella del divano viene fatta artigianalmente «come una volta» con perizia e attenzione alla qualità «tipica della Brianza», mentre per venderla negli ultimi anni è stato fondamentale il web. Lo sa bene la Berto Salotti, uno fra i primi, se non il primo, «mibilificio 2.0» d'Italia. Una

### L'IDEA VINCENTE

**Ho intuito le potenzialità della Rete che ha permesso senza grandi investimenti di far conoscere il nostro nome in tutto il mondo**

strategia che ha permesso, dal 2004 ad oggi (la maggior parte dei quali dunque in piena crisi), di quintuplicare le dimensioni dell'azienda.

**ARTEFICE** dell'exploit artigiano-telematico è Filippo Berto, 36 anni, oggi titolare dell'azienda di famiglia nata a Meda nei primi anni '70. «E pensare che quando ero giovane non ne volevo sapere di lavorare qui», scherza. «Ho fatto il magazziniere, il carrozziere, ho lavorato in un autolavaggio. Di tutto pur di essere indipendente e guadagnare qualche soldino per poter seguire la mia vera passione: suonare. Poi nel '98 ho cominciato a occuparmi dell'azienda di famiglia. Ho subito cercato di ritagliarmi uno spazio mio. Così ho partecipato a un progetto sull'internazionalizzazione delle imprese del Comune di Meda. Sono andato in Cina. Io, una poltrona (la Maryland che ancora abbiamo in catalogo) e un pouf. Avevo 21 anni, in un Paese immenso e lontanissimo. Ero pure vegetariano (cioè un'alimentazione che non solo esclude la carne ma anche tutti gli animali e i cibi di derivazione animale: pesce, latte, uova, burro

*ndr*)... E lì ho smesso di esserlo», racconta. Ma il periodo in cui entra in azienda è di quelli più difficili dopo i «fasti» degli anni '80. «Noi, un'azienda "no name" senza la forza per fare campagne pubblicitarie... Che fare? È qui che ho intuito le opportunità che offriva Internet che poteva portare la nostra azienda nel mondo senza spendere. Incredibile», spiega Berto.

**COSÌ NASCE** blog.bertosalotti.it, il primo blog del settore del mobile in Italia. «Una vetrina dove "esporre" i nostri prodotti ma soprattutto per raccontare storie, spiegare come nasce un divano, inserire filmati, scambiare commenti, analizzare le tendenze, raccogliere le storie e i pareri dei nostri clienti... Ho inserito il mio primo post nel gennaio del 2004 e da lì non ho più smesso». Ma non solo, Berto ha poi rilanciato, ha creato un canale su youtube (il sito dove si possono caricare e vedere miliardi di filmati) dove ha ricevuto 700mila visite. «Il primo video l'ho fatto nel 2006-2007 con il cellulare filmando mio padre e mio zio che assemblavano un divano», aggiunge. Una cosa da pionieri che oggi tutte le aziende fanno sui propri siti.

### L'IMPORTANZA DEL LAVORO

**Alla base ci deve essere un prodotto artigianale di grandissima qualità in grado di soddisfare le richieste dei clienti**

**FILMATI** che spiegano che cos'è il lavoro artigiano riuscendo magari a strapparti anche un sorriso. Come la breve clip in cui Filippo Berto spiega che i divani letto dell'azienda si possono aprire e chiudere 4.500 volte. «Come facciamo a saperlo? Semplice c'è qualcuno che l'ha fatto!» E mentre pronuncia questa frase scorrono le immagini accelerate di Filippo che apre e richiude infinite volte un divano letto.

fabio.lombardi@ilgiorno.net



**TECNOLOGICO**  
Filippo Berto è presidente del giovani imprenditori di Apa Confartigianato Monza e Milano ed è titolare della Berto Salotti di Meda  
(Brianza)

**LA CRESCITA**

**Dal 2004 ad oggi gli affari sono quintuplicati**

— MEDA —

**MENTRE** la maggior parte delle imprese, dal 2008 ad oggi, ha visto calare pesantemente i propri fatturati (soprattutto nel settore del mobile-arredo) la Berto Salotti ha fatto invece crescere il proprio volume d'affari e ha assunto «quintuplicando l'attività dal 2004 ad oggi», spiega Filippo Berto.

«Merito del web attraverso il quale abbiamo fatto conoscere i nostri prodotti artigianali di qualità. Letti, divani, complementi tutti personalizzabili secondo le esigenze del cliente - aggiunge Berto -. Perché puoi essere bravo quanto vuoi con Internet ma alla base ci deve essere la qualità garantita da mastri artigiani come mio padre e mio zio». Nel 2004 la Berto Salotti contava sei addetti e un magazzino. Oggi ci lavorano 18 persone, ha uno show room a Meda e uno a Roma e continua con i progetti di espansione (in questi giorni Filippo Berto è in Russia).

**MA INTERNET** non serve solo per farsi conoscere, serve anche per vendere. «Il 20 per cento del nostro fatturato lo realizziamo grazie alle vendite direttamente on-line». E naturalmente Filippo Berto è attivissimo anche sui social network: in facebook e twitter si muove con estrema disinvoltura: commenti, filmati, annunci, presentazione delle collezioni. Un'attività virtuale per un successo reale.

F.Lomb.