



COMPANY

PROFILE

CAMPAGNA VENETA

VENETIAN COUNTRYSIDE

La nostra storia comincia tra la nebbia della pianura padana.

Luigi Bardini già a diciotto anni aveva un carattere forte e le idee chiare. Gli anni '60 stavano finendo anche a Meolo, un paese grande come una nocciolina sopra Venezia e tra essere un figlio dei fiori o un imprenditore, Luigi non aveva dubbi. Voleva fare impresa.

Visto che i soldi non crescono sugli alberi, si è messo a vendere punti metallici alle industrie e, a dire la verità, lo faceva proprio bene. Dopo solo due anni come agente di commercio (giacca, cravatta e valigetta ventiquattrore), dai punti metallici ha scelto i mobili in legno, mettendo in piedi una fabbrica con l'aiuto di due soci. Le famiglie avevano bisogno di mobili. Semplice, no?

INVETA è nata in tre, ma dopo due mesi aveva un altro nome e un unico proprietario. Luigi è diventato la mente di Miniforms. Da lì a trent'anni ne sono successe davvero tante. La prima volta a New York, il primo prodotto flop, il primo successo. Con l'arrivo del nuovo secolo, Miniforms produceva complementi d'arredo per l'Italia e il mondo.

Our story started through the mist of the Po Valley.

At the age of eighteen, Luigi Bardini already had a strong character and a mind of his own. The sixties were coming to an end in Meolo, a nut-sized town to the north of Venice, and given the choice to become a flower child or an entrepreneur, Luigi had no doubts. He wanted to go into business.

Since money doesn't grow on trees, he began selling staples to local industries, and, to give credit where it's due, he did it very well. After just two years as a sales representative (jacket, tie and briefcase), he opted to switch from staples to wooden furniture, setting up a factory with the help of two partners. Families needed furniture. Simple as that!

INVETA began as a threesome, but after two months it had a new name and a single owner. Luigi became the mind behind Miniforms. In the next thirty years, all sorts happened. From the first time in New York to the first failed product, to the first big success. By the time the new century began, Miniforms was producing furniture accessories for Italy and the world.



A PROPOSITO DI FAMIGLIA SPEAKING OF FAMILY

Nel 2009 Luigi cede l'azienda ai figli Alessandro, Matteo e Mario. E qui cambiano un po' di cose. Vengono scelti designer giovani, gli investimenti si spostano, le forme si arrotondano e il prodotto diventa iconico e avanguardista, ma soprattutto colorato. "Ma siete impazziti, una sedia verde!" ci ha confidato il nostro commercialista.

A dire la verità Miniforms ha sempre guardato il colore, usandolo però con timidezza. Intimoriva. Le paure però, vanno affrontate di petto, quindi abbiamo conosciuto per primi i colori forti, quelli bold ed esuberanti, come il giallo, il rosso e il verde. E all'inizio è stato strano vedere una sedia così vivace! Poi però ci abbiamo fatto amicizia e preso confidenza, sperimentando con una palette più estesa e piena di gradazioni. Da lì si è formato il linguaggio spensierato, ma distinto, riconoscibile dalle forme ricercate e inaspettate che legano tutta la nostra proposta.

In 2009, Luigi handed the company over to his sons Alessandro, Matteo and Mario. At this point a few things changed. Young designers were chosen, investments were moved around, shapes became rounder and the product became iconic and avant-garde, but above all colourful. "Are you crazy, a green chair...?" our accountant asked us.

In truth, while always liking colour, Miniforms had always used it gingerly. It was scary. But fears should be squarely faced, so firstly we gained familiarity with the strong colours, the bold, exuberant ones, like yellow, red and green.

Initially it was strange to see such a lively seat! Then we made friends with colour, grew more confident, and began to experiment with a broader palette full of different nuances. From there, we developed the breezy yet distinguished language, full of distinctively elegant and unexpected shapes, that is a common denominator in all of our products.



IL BRAND THE BRAND

Come per ogni trasformazione, anche per costruire un brand ci vuole tempo. Preferiamo distaccarci completamente dalle etichette, in fondo facciamo quello che ci piace e lo facciamo con orgoglio. Se siamo legati alla tradizione non è perché va di moda, ma perché siamo cresciuti in questi territori e con questo modo di fare. Anche se i contesti cambiano, la sostanza rimane la stessa. Proporre prodotti da vivere.

Like all transformations, building a brand takes time. We prefer to steer well clear of labels, because ultimately we just do what we like, and we do it with pride. If we are attached to traditions, it is not because they are fashionable, but because we grew up in this region and with this way of doing things. While contexts may change, the substance remains the same. Proposing products to be enjoyed.



THINGS THAT ARE VERY MINIFORMS

Espressività

Mettere lo zucchero nel vino è un'offesa alla buona cucina. Se mescoli però uova, zucchero e vino viene fuori lo zabaione. Bisogna stare attenti a cosa unire, noi ce la mettiamo tutta per raggiungere più gusti possibili, sperimentando con fantasia, cultura e buon design.

Eleganza

Capisci molto di una persona sbirciando nel suo armadio. Per farti un'idea su di noi, invece, ti basta guardare i nostri mobili. Siamo eclettici, ma selettivi, non ci piace strafare e preferiamo la semplicità alla frivolezza. Il nostro stile non è una forzatura perché l'eleganza, per essere tale, deve essere una naturale estensione del sé.

Wow

È difficile sorprenderti, lo sappiamo. Come possiamo stupirti, se hai già visto tutto? Beh, ogni tanto ce la facciamo.

Legno

Se l'uomo è composto dal 65% di acqua, Miniforms è composta dal 65% di legno. Ci piace pensare di essere come Geppetto e dare vita al legno, perché è troppo facile rimanere immobili, oggi.

Made in Italy

Esaltiamo l'unicità dell'artigianato. Ogni giorno i nostri uomini ci mettono impegno e passione per dare forma ad oggetti unici, dove il rigore del disegno incontra l'impronta distintiva del lavoro umano. Ovviamente ci facciamo aiutare dai macchinari, quelli grandi e hi-tec, per essere al passo con una produzione contemporanea.

Leggerezza

Italo Calvino un giorno scrisse: "Prendete la vita con leggerezza, che leggerezza non è superficialità, ma planare sulle cose dall'alto, non avere macigni sul cuore". Non potremmo essere più d'accordo.

THINGS THAT ARE VERY MINIFORMS

Expressivity

Pouring sugar into wine is an insult to fine cooking. But if you whip eggs, sugar and wine together you make zabaglione. You have to be careful about what you mix together. We try our utmost to please as many tastes as possible as we experiment with creativity, culture and good design.

Elegance

You can tell a lot about a person by peeping into their wardrobe. To understand something about us, however, you just have to look at our furniture. We're eclectic, but selective. We don't like to overdo things and prefer simplicity to frivolity. Our style is not strained because, to be authentic, elegance must be a natural extension of oneself.

Wow

We know it's hard to amaze you. How can we, if you've already seen everything? Well, once in a while we succeed.

Wood

Just as humans are 65% water, Miniforms are 65% wood. We like to think that we are like Geppetto, giving life to the wood, because nowadays it is too easy to stand still.

Made in Italy

We champion the uniqueness of craftsmanship. Every day, with commitment and passion, our people product unique objects in which the rigour of design meets the distinctive mark of human work. We use machines to help us, of course; large-scale, hi-tech machinery to keep up with the modern manufacturing process.

Lightness

Italo Calvino once wrote: "Take a light approach to life. Lightness does not mean being superficial, but gliding above things from on high, not having burdens on your heart". We couldn't agree more.



GREEN PROGRAM GREEN PROGRAM

Abbiamo una responsabilità sociale che ci porta a produrre localmente, con un pensiero circolare, dalla scelta dei materiali a quella di fornitori che condividono il nostro stesso obiettivo: agire con una coscienza ambientale. Per questo utilizziamo legni che provengono da zone di riforestazione e metodi di verniciatura che abbattano l'emissione di solventi.

Fa tutto parte dell'innovazione, per far maturare i nostri prodotti e migliorare i nostri stili di vita. Sosteniamo una cultura del Design che studia la funzionalità, l'estetica e lo sviluppo sostenibile.

We have a social responsibility that spurs us on to manufacture locally based on circular economy thinking, from the choice of materials to suppliers who share our same objective of being environmentally aware of what we do. For this reason we use wood sourced from reforested areas and painting methods that reduce solvent emissions.

All this is part of the innovation that goes into developing our products and improving our lifestyles. We support a design culture that studies functionality, aesthetics and sustainable development.



