SCONTRI DI PIAZZA DA TORINO A NOLA, ECCO I NUOVI ESTREMISTI

28 MAGGIO 2009 ANNO XLVII N. 22 (2247)

Giornale 3,00 Euro (in Italia)

Panorama

www.panorama.it

Scopri dove si GUADAGNA di PIÙ

ESCLUSIVO

Dirigenti, quadri, impiegati e operai: tutti gli stipendi degli italiani a confronto. Una mappa per scovare le professioni più pagate. Con una sorpresa nelle differenze tra Nord e Sud.

LA GUIDA CHE TI SEMPLIFICA LA VITA
IN REGALO
IL SECONDO NUMERO
CON VIAGGI E BANCHE

di ANTONELLA BERSANI - fotografie di ALBERTO ROVERI

Le elettropompe sommergibili prodotte da Giovanni Faggiolati vibrano come il bastoncino di un rabdomante. «Ci siamo. La fine della crisi è vicina» dice il presidente delle imprese metalmeccaniche marchigiane, che valgono il 30 per cento dell'economia regionale. «Le richieste di preventivo sono tornate a crescere. Certo, riguardano importi più piccoli, ma se in passato la percentuale di conferma era del 15 per cento oggi è salita ben oltre il 20».

Alle parole di Faggiolati, a capo dell'omonimo gruppo da 16 milioni di fatturato che ha fornito i suoi sistemi idraulici alla Fontana di Trevi e a quella di Hyde Park a Londra, l'esercito dei 225 mila imprenditori marchigiani, prima in trincea, alza la testa. Per la prima volta dopo mesi, in aprile, diminuisce la cassa integrazione. Un segnale colto anche dal governatore della regione Gianmario Spacca: «Le imprese hanno ricominciato a riassortire le scorte».

I dati dicono che le Marche, regione centrale per il settore manifatturiero italiano (il 15,1 per cento sul totale delle imprese) e patria di Tod's e Paciotti, Winx e Cucine Scavolini, hanno resistito con orgoglio all'onda di crisi. Il calo della produzione (meno 3 per cento) è inferiore di 1,3 punti di percentuale alla media nazionale, il tasso di disoccupazione si ferma al 4,7 per cento (in Italia è il 6,7) e le nuove imprese nel 2008 sono aumentate dell'1,1 per cento.

Vitalità ostinata. Nella regione che vanta un'azienda ogni otto abitanti qualcosa sta anche cambiando. «Ora le aziende che assumono si concentrano soprattutto a sud di Ancona, Osimo e Porto Recanati e si occupano di ambiente, energia, depurazione e di domotica. Un settore attorno al quale stiamo costruendo un nuovo distretto» continua Spacca.

Si tratta di un nuovo seme industriale che cresce all'ombra dei settori tradizionali della meccanica, delle calzature e dei mobili, dove poche e grandi imprese stanno ridisegnando il volto dei distretti. «C'è una forte spaccatura» commenta Federico Vitali, presidente degli industriali marchigiani e produttore di batterie ecologiche con la Faam. «Da un lato le piccole aziende che soffrono, dall'altro quelle titolari di grandi marchi, internazionalizzate, che crescono».

Tra gli emergenti c'è Enrico Bracalente, fondatore della Bags NeroGiardini, calzaturificio da 300 dipendenti e 185 milioni di fatturato, cresciuto piazzando venditori come fossero bandierine del Risiko. «Quando ho capito che dovevo sottrarmi ai capricci dei rivenditori, ho

Sedici storie esemplari

Ecco alcuni casi aziendali significativi. «Panorama» li ha presi a simbolo di un vento positivo contagioso. Quando la recessione sarà finita, l'Italia dovrà anche ringraziare il loro dinamismo.

Valter Scavolini
presidente

SCAVOLINI
(Scavolini, Ernestomeda)
SETTORE: Cucine
FATTURATO 2008: 218 milioni
DIPENDENTI: 640

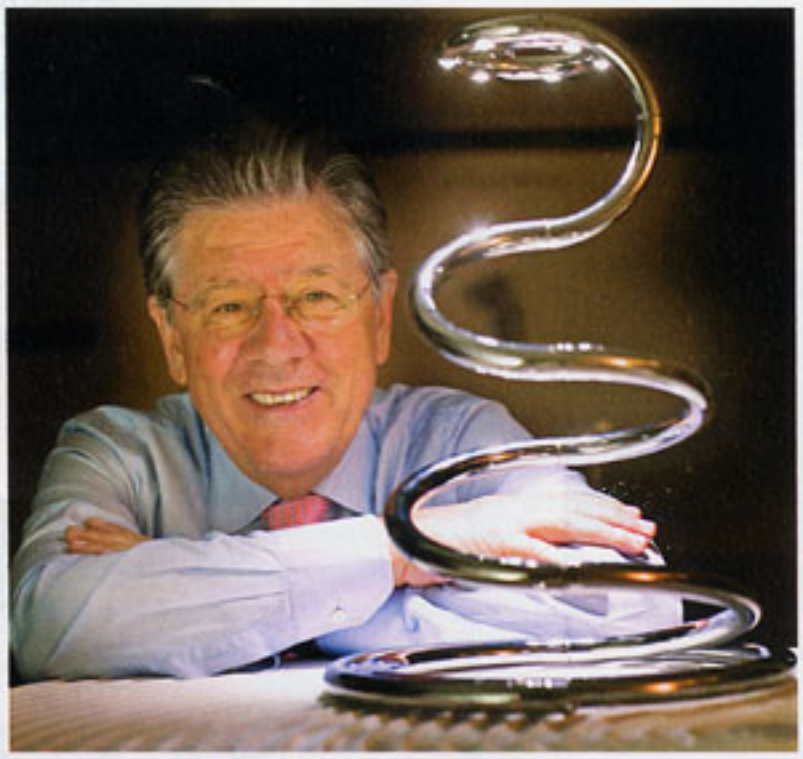
«Ci stiamo concentrando sulla riorganizzazione del ciclo produttivo per ridurre i costi e immettere sul mercato prodotti innovativi.

Enrico Bracalente
amministratore delegato

BAGS
SETTORE: Calzature, accessori e abbigliamento
FATTURATO 2008: 185 milioni
DIPENDENTI: 300

«Io credo nel valore del prodotto, nella rete di vendita e nella formazione del personale dedicato. Infatti ho raddoppiato gli investimenti.

Roberto Forni
general manager



Sopra, Valter Scavolini disteso su una sua cucina. A destra, Adolfo Guzzini.

creato un mio marchio: una striscia tricolore che valorizza il concetto del made in Italy. Oggi lancio una mia linea di abbigliamento, spendo oltre 10 milioni l'anno in comunicazione e credo in una strategia aggressiva sul punto vendita», tanto che entro il 2015 punta ad aprire 300 negozi in fraschising.

Il fondo francese Lv Capital voleva comprare la Bags, ma Bracalente ha detto no. Come mai? Forse perché, come dice Valter Scavolini, padre della «cucina più amata dagli italiani» e del marchio di alta gamma Ernestomeda, «qui resiste il modello di impresa padronale, dove gli imprenditori sono abituati a crescere con i propri soldi».

> «Prevale l'impresa padronale e da sempre siamo abituati a crescere con i nostri soldi».

Con la crisi i titolari d'impresa si sono ridotti profitti e stipendio, hanno continuato a investire e si sono messi a lavorare con più lena. Risultato? Il settore del mobile è l'unico ad avere visto crescere l'export nel 2008.

Imprese padronali, solo cinque aziende quotate (Tod's, Indesit, Poltrona Frau, Elica e Biesse) e il 95 per cento delle 35 mila attività industriali con meno di 50 dipendenti: la tenuta dell'economia delle Marche è un test per capire l'economia reale. Il distretto delle calzature tra Ascoli Piceno, Fermo e Macerata, per esempio, sforna il 40 per cento delle scarpe made in Italy e fattura oltre 2 miliardi. Nel 2008 il settore delle calzature in Italia è crollato del 12,8 per cento. Qui invece la perdita è contenuta al 4,3.

Sarà perché il settore ha già vissuto una forte crisi, tra il 2000 e il 2005, che è stata superata utilizzando per la prima volta i cosiddetti ammortizzatori so->

DELLA ROVERE
SETTORE: Arredamento di design
FATTURATO 2008: 25 milioni
DIPENDENTI: 70

Gisfredo Moretti
titolare

«Questa crisi economica è in realtà una crisi di fiducia. Io credo che al momento l'effetto panico sia finito e che siamo pronti per la ripresa.

MORETTI COMPACT
SETTORE: Arredamento
FATTURATO 2008: 41 milioni
DIPENDENTI: 200

«Ricerca sul prodotto e sui materiali per raggiungere alti livelli di sicurezza ed ecocompatibilità. Senza trascurare gli investimenti sul fronte della comunicazione.

Fernando Garofoli
fondatore e amministratore delegato

GRUPPO GAROFOLI (Garofoli e Gidea)
SETTORE: Porte per interni e cabine armadio
FATTURATO 2008: 80 milioni
DIPENDENTI: 360

«Determinazione, innovazione, qualità e la ricerca costanti. Così si riesce a preservare la leadership anche in tempi difficili.

A sinistra, Enrico Bracalente (NeroGiardini). Sotto, Germano Ercoli (Eurosuole). A destra, Federico Vitali (Famm).

> ciali in deroga. Adesso da questo distretto escono marchi come Piero Guidi, Fornarina, Manas, Guardiani, Merrel e altri. Non solo, nell'ultimo triennio le imprese locali hanno aumentato la spesa in ricerca e sviluppo più di altre regioni (più 1,1 per cento anche nel 2008).

Germano Ercoli, con la sua Eurosuole, ha lanciato un brevetto per suole a circolazione d'aria adattabili a ogni tipo di scarpa. E, attraverso il centro per l'innovazione e il networking d'impresa dell'Istao, aziende come Indesit, Teuco e Guzzini Illuminazione sperimentano con le università internazionali materiali idrofobici e autopulenti.

«I mercati europei più importanti sono in flessione, ma noi puntiamo su nuovi prodotti» commenta Adolfo Guzzini, presidente dell'omonimo gruppo che comprende anche vasche idromassaggio (Teuco) e casalinghi (Fratelli Guzzini). «Stiamo collaborando con l'Enel Sole per il risparmio energetico, abbiamo brevettato led ad alte prestazioni e contiamo di sostituire buona parte dei 2 milioni di punti luce gestiti dall'Enel».

Dal distretto delle calzature tra Ascoli, Fermo e Macerata esce il 40 per cento delle scarpe made in Italy.

Ora però gli ammortizzatori sociali per piccole imprese promessi dal ministro dello Sviluppo Claudio Scajola serviranno ad arginare la tempesta che si è abbattuta a Fabriano. Qui la crisi degli elettrodomestici ha investito due colossi: la Indesit di Vittorio Merloni (gruppo da 3,2 miliardi che detiene anche i marchi Hotpoint e Ariston) e la Antonio Merloni, produttore terzista in amministrazione controllata.

«Purtroppo era rimasto l'unico a pro-

ALBERTO GUARDIANI
SETTORE: Calzature
FATTURATO 2008: 40 milioni
DIPENDENTI: 110

Alberto Guardiani
titolare

« Investire nel capitale umano, nella ricerca e nella comunicazione. Ma secondo noi il trade è una risorsa fondamentale. Per questo abbiamo investito nelle attività di fidelizzazione.

LORIBLU
SETTORE: Scarpe e borse
FATTURATO 2008: 20 milioni
DIPENDENTI: 80

Annarita Pilotti
titolare insieme con il marito Graziano Cuccu

« Abbiamo sempre puntato sulla qualità interamente made in Italy: scelta che si è confermata strategica. La linea Easy ci ha aperto al mercato giovane e ora puntiamo all'estero e allo shop online.

Andrea Lardini
presidente e amministratore unico

durre senza un marchio e i mercati gli hanno presentato il conto» argomenta Valeriano Balloni, rettore dell'istituto di formazione economica Istao. «La Indesit invece soffre per la congiuntura negativa, ma nel 2008 ha aumentato di un punto la sua quota di mercato in Europa». E questo vuole dire che ha fatto meglio di concorrenti internazionali come Whirlpool o Electrolux.

«In questo periodo difficile occorre concentrarsi sul core business e consolidare le quote di mercato» conferma Francesco Casoli, presidente della Elica, gruppo di Fabriano noto in tutto il mondo per i design delle sue cappe da cucina e premiato per la qualità di vita in azienda. «Nelle Marche ci sono imprese solide, poco indebitate, e questo ci permette di lavorare serenamente per la ripresa».

La crisi del credito resta un problema. E Roberto Selci, presidente di Biesse, società che produce apparecchiature per la lavorazione del legno, anche per l'Ikea, infatti lancia l'appello: «Molti clienti annullano ordini perché le banche non concedono i fidi. E questo non aiuta la crescita di nessuno».

Per fortuna, come dice Faggiolati «i marchigiani sono ottimisti perché sono pessimisti con una grande esperienza». Per esempio: l'export in Europa è calato del 22 per cento? Niente paura, le aziende vanno in esplorazione in Turchia e Medio Oriente, in Cina e in India, paesi dove l'economia cresce a ritmo di rock. E Santoni già vende le sue scarpe a Baku, nell'Azerbaigian ricco di petrolio. ●

Morale: senza marchio non si vive

Solo chi ha gli «anticorpi» supererà la crisi. Valeriano Balloni, vicepresidente dell'Istao, scuola manageriale fondata dall'economista Giorgio Fuà, non fa sconti. Nel distretto produttivo si affermeranno poche aziende emergenti, quelle che puntano su marchio, innovazione e dirigenti ben preparati.

Che impatto avrà questa crisi sul settore manifatturiero marchigiano?

Inutile negarlo: la crisi ha innescato un processo selettivo e le imprese più piccole vivranno momenti difficili.

Non basta il tentativo di consorziarle?

Dipende. Prendiamo il caso della Antonio Merloni, produttrice di elettrodomestici: i primi segnali di crisi si sono manifestati 15 anni fa e adesso siamo alla fase finale. La morale è che nessuno può permettersi di rimanere un terzista puro.

Il modello distrettuale è da rivedere?

Finita la crisi, le imprese si troveranno a operare in un contesto ancora più competitivo. La differenza la faranno gli investimenti in innovazione e ricerca e il valore del marchio. In questo senso Tod's, Paciotti e NeroGiardini sono casi di scuola: senza un marchio e una rete di vendita strutturata non si va da nessuna parte.

Non a caso nei distretti aumentano le società di capitale. Dove porterà la metamorfosi?

Cambia la domanda, le imprese si adeguano e con la loro evoluzione modificano spontaneamente il distretto. Oggi i grandi marchi non condividono più strategie, conoscenze e informazioni, ma si pongono come punto di riferimento per poche aziende selezionate che chiamano a collaborare e cui impongono i propri standard di innovazione e design.

Le imprese sono sul binario giusto?

Quello dello sviluppo di una cultura manageriale resta un tema critico, però negli ultimi tre anni gli investimenti in ricerca e sviluppo sono raddoppiati. E la formazione del personale è una voce importante di molte aziende di successo.

Comincia a intravedere l'uscita dal tunnel?

Il saldo tra natalità e mortalità delle aziende per fortuna resta positivo e alcuni indicatori fanno prevedere una ripresa della produzione del 2 per cento entro fine anno. Resta purtroppo il problema del credito: le banche non possono chiudere i rubinetti, ma valutare più nei dettagli i progetti da finanziare. Solo così la riconversione sarà positiva.

LARDINI
SETTORE: Abbigliamento
FATTURATO 2008: 50 milioni
DIPENDENTI: 280

Aldo Ricci
fondatore

«Il 2010 dovrebbe essere l'anno del rilancio, almeno per le aziende ben strutturate. In quest'ottica è necessario continuare a investire in nuovi materiali e soluzioni stilistiche.

A&G
(Janet & Janet, Janet Sport)
SETTORE: Calzature
FATTURATO 2008: 44 milioni
DIPENDENTI: 180

«Con la prossima collezione ci collochiamo in una fascia più alta di mercato. E la accompagneremo con una forte campagna di comunicazione.

Claudio Ferri
direttore marketing

FEBAL
(Febal, Rossana)
SETTORE: Cucine
FATTURATO 2008: 40 milioni
DIPENDENTI: 165

«Chi ha un marchio consolidato vince, per questo ci investiamo. Abbiamo appena lanciato due nuovi brand: Febal Light per i giovani e Over Febal, più ricercato.