

Dossier Marche

La splendida
Piazza del Popolo
ad Ascoli Piceno



Piccola grande bellezza

Una regione capace di rendere cultura e territorio un asset economico.
E che oggi adegua e rilancia le sue tradizionali eccellenze produttive
a cura di **Valeria Palmeri**

Economia diffusa e mini multinazionali

Ricetta riuscita, quella dell'imprenditoria marchigiana: alto numero di piccole realtà, competenza elevata, internazionalizzazione. La sfida di oggi? Il ricambio generazionale

di Maurizio Maggi e Gloria Riva

C'È DEL METODO NELLE MARCHE, lo riconoscono anche gli svizzeri. Dieci anni fa il colosso elvetico delle cucine Franke - 2 miliardi di euro di fatturato - ha attraversato Alpi e Appennini per conquistare la Faber, specializzata nelle cappe da cucina. All'inizio qualche perplessità c'era: gli italiani sapranno soddisfare gli esigenti svizzeri? «Abbiamo spazzato via ogni scetticismo, tant'è che il 2014 ha chiuso in crescita del 5 per cento a 230 milioni», spiega Riccardo Remedi, direttore dell'industria di Fabriano, 500 dipendenti assicurati dall'imminente, corposo investimento milionario per rafforzare ricerca e produzione: «Qui ci sono dedizione al lavoro e competenza elevata. Know how, design e qualità sono i nostri punti di forza». Merito anche di quel metodo, già studiato dall'economista Giorgio Fuà, fondatore dell'Istituto Adriano Olivetti, l'Istao, che teorizzò il rapporto dolce tra industria e territorio, tipico della zona. «Nelle Marche non c'è mai stata un'industria di stampo fordista ma un'economia diffusa, fatta di tante piccole realtà artigiane o poco più (101 ogni mille abitanti, più del Veneto che ne ha 90), al seguito di multinazionali tascabili e di qualche sporadica grande industria, come Elica, Loccioni, Scavolini, Tod's e come lo è stata per tanto tempo l'Antonio Merloni. In questo contesto sono cresciuti imprenditori capaci di valorizzare i propri dipendenti, mettendo in atto l'esempio olivettiano», spiega il sociologo Aldo Bonomi, che tuttavia si domanda se questo metodo sia ancora in grado di stare al passo con la sfida della globalizzazione, dei bassi costi garantiti dai paesi asiatici, dell'esigenza di essere veloci, forti e connessi. I numeri dicono che la sfida è assolutamente aperta. Infatti, secondo la Regione, la crisi ha colpito meno che altrove: tra il 2008 e il 2014 la produzione industriale s'è ridotta del 12 per cento, la metà esatta del cal nazionale. Lo scorso anno l'export - quasi 12,5 miliardi di euro - è cresciuto del 7,5 per cento, nell'intera nazione

Interno della Scavolini, leader in Italia nella produzione di cucine e arredi

del 2 per cento. Uno studio di Intesa Sanpaolo dice che nel 2014 due dei distretti hanno rallentato le vendite oltre confine: quelli delle calzature di Fermo e delle cucine di Pesaro, con queste ultime alle prese col dimezzamento della produzione nazionale tra il 2008 e oggi. Scarpe e cucine hanno

pagato il crollo dell'import della Russia, mercato importante per entrambe. È migliorato, invece, l'export delle pelletterie del Tolentino, della jeans valley di Montefeltro, degli elettrodomestici di Fabriano, delle macchine utensili di Pesaro e degli strumenti musicali di Castelfidardo.

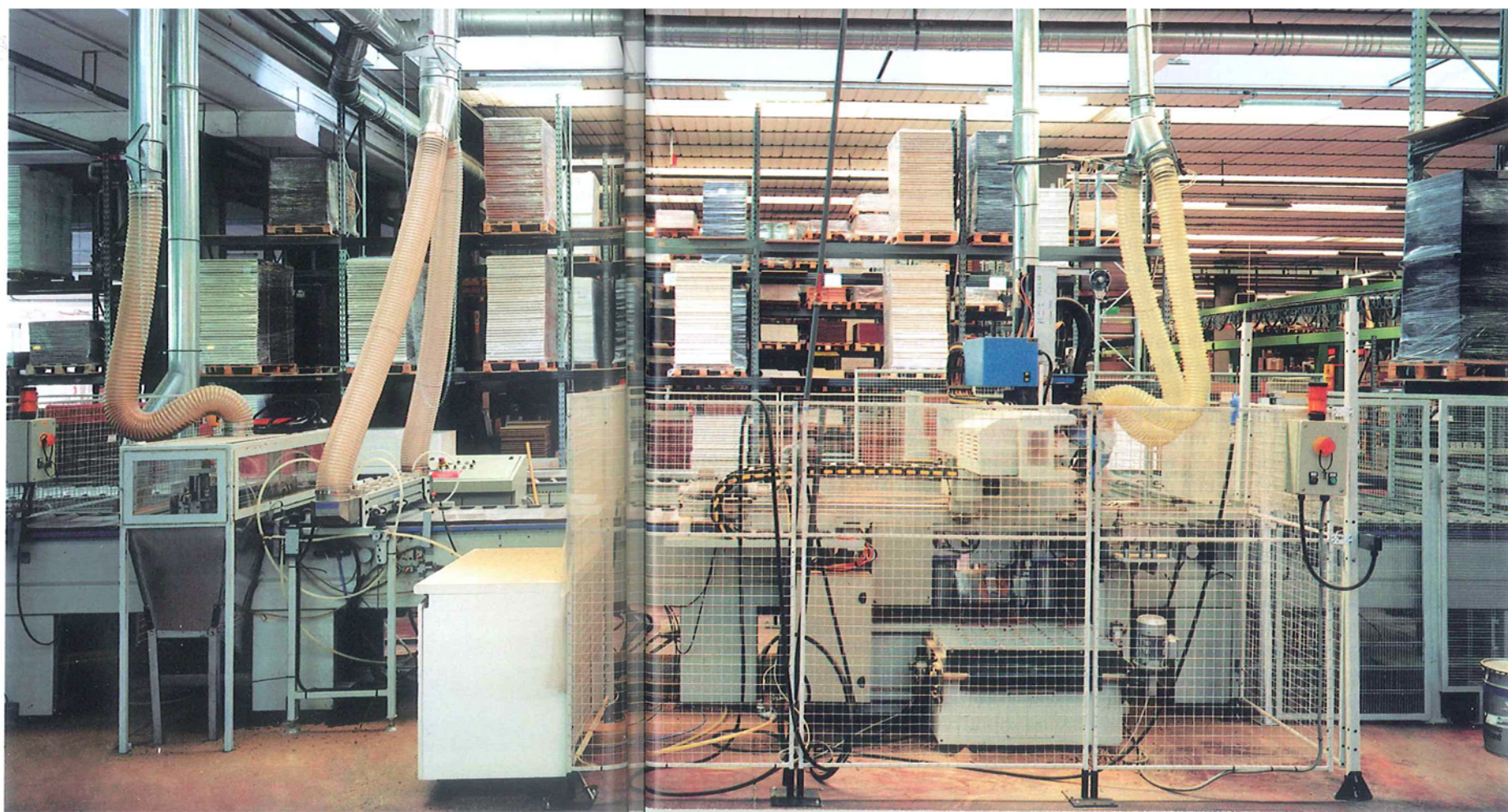
Le Marche, del resto, sono tra le 15 regioni europee a maggior vocazione manifatturiera e tra le prime cinque italiane con il minor tasso di disoccupazione (10,6 per cento, contro il 13,3 dell'Italia). Non è il caso tuttavia di cantar vittoria, mette in guardia Giuliano Calza, direttore generale dell'Istao: «La situazione non è allegra, la crisi ha portato una vera e propria devastazione, specie nel settore del bianco fabrianese. Il fallimento Merloni ha colto in contropiede i fornitori. E adesso che Indesit è stata comprata dall'americana Whirlpool, che ha annunciato 1.350 esuberanti in Italia e la chiusura di uno dei due impianti anconetani, dell'impero creato dalla famiglia Merloni resta solo Ariston Thermo, il ramo caldaie in mano a Paolo Merloni, che sta investendo parecchio nell'internazionalizzazione». L'economista descrive una regione a macchia di leopardo. «La crisi ha fatto selezione. Chi ha investito, abbinando il metodo Fuà >

Travolgente, il biologico

Una crescita impetuosa, che tiene testa ai grandi cru toscani e piemontesi. Migliorano di anno in anno i vini delle Marche, a cominciare dal Verdicchio di Matelica e dei Castelli di Jesi. Il bianco fermo più premiato sulle guide italiane ha trainato il fatturato estero delle bottiglie marchigiane, cresciuto del 66 per cento in valore tra il 2003 e il 2014 (dati Istat). Nel mercato interno, invece, i vini marchigiani conquistano quote di mercato puntando sul biologico. Qualche numero: nel corso del 2014, la superficie della regione destinata al bio è cresciuta del 15,5 per cento rispetto all'anno precedente, passando da 3.278 a 3.787 ettari coltivati. In sostanza, oggi le Marche sono la seconda regione in Italia dopo la Sicilia per l'incidenza bio sul totale della superficie vitata (22 per cento) secondo i dati Sinab, il sistema di informazione nazionale sull'agricoltura biologica. Tra i bianchi d'autore svettano vigneron appassionati come Corrado Dottori (La Distesa), Natalino Crognalenti (Fattoria San Lorenzo), Fabio Marchionni (Collestefano), mentre si fanno strada, in Italia e fuori dai confini nazionali, aziende come Ciù Ciù a Offida, in provincia di Ascoli Piceno, fondata nel 1970 e oggi guidata

dai fratelli Walter e Massimiliano Bartolomei, che a partire dalla vendemmia del 2014 applica nei vigneti i principi del bioveganesimo. Spicca per rapporto qualità-prezzo il loro Offida Pecorino Le Merletteaie 2013 Docg, tra i migliori acquisti della regione secondo la guida "I vini d'Italia 2015" dell'Espresso (10-11 euro a bottiglia in enoteca per un punteggio di 17 ventesimi). Del resto, vengono proprio dai vini emergenti le maggiori soddisfazioni nella grande distribuzione organizzata, come rilevato dalla ricerca Iri per Vinitaly 2015: il Pecorino risulta primo sugli scaffali in questa categoria (+33,6 per cento in valore nel 2014 rispetto al 2013), seguito dal Passerina con +26,2 per cento.

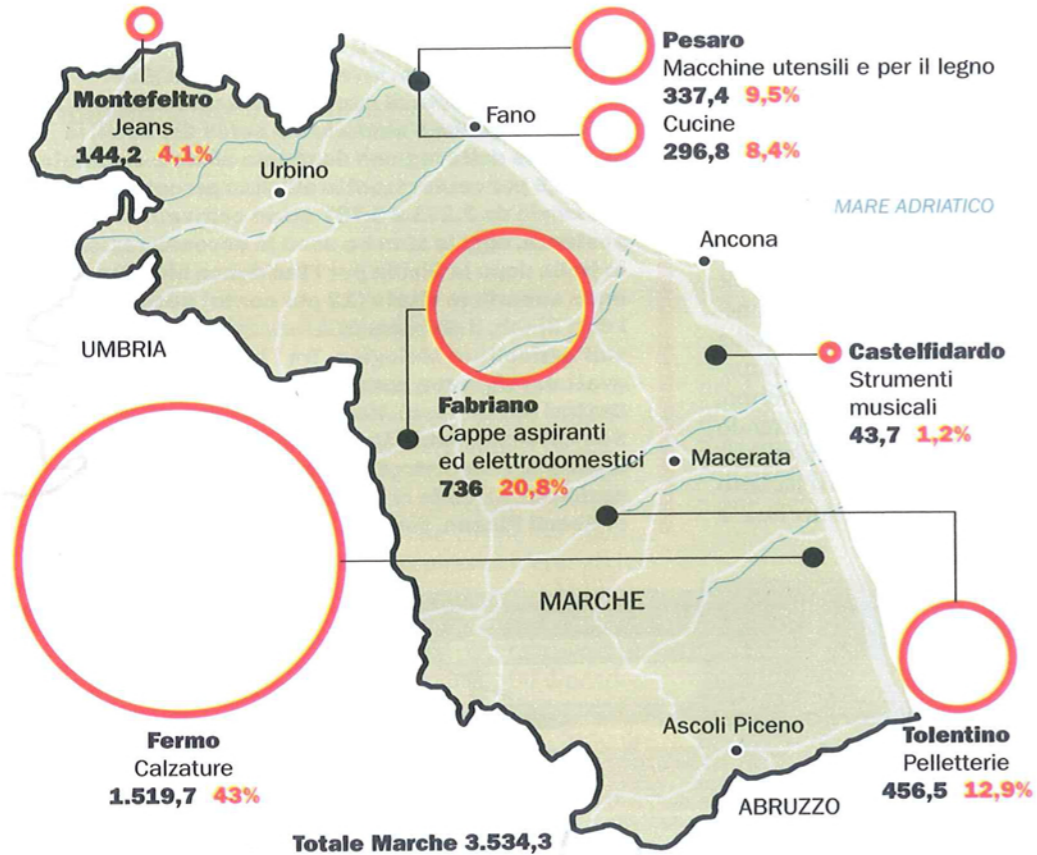
Emanuele Coen



Una regione, cento produzioni

Le esportazioni dei distretti delle Marche

(dati 2014 in milioni di euro e % sul totale delle esportazioni dei distretti marchigiani)



Fonte: Elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

all'internazionalizzazione, ha successo. Chi è rimasto ancorato al mercato domestico e non punta sulla tecnologia è scomparso». Gli fa eco Pietro Alessandrini, docente di economia all'Università Politecnica delle Marche: «Servono più medie imprese che facciano da traino per le piccole. Qui ci sono le potenzialità per tornare a crescere, ma è necessario riorganizzarsi su livelli più alti, come ha fatto Scavolini».

Storica leader di mercato in Italia, con mille negozi e una quota superiore al 10 per cento, la Scavolini nel 2014 ha fatturato circa 200 milioni di euro, rallentando un po' in patria ma seguitando a crescere a doppia cifra all'estero (più 13 cento). «Il nostro export vale 40 milioni e continuiamo ad allargare la presenza, con uffici diretti e 300 showroom, in costante aumento», dice il direttore generale Vittorio Renzi, che guida un gruppo con 662 dipendenti, quasi tutti in Italia, e produce tutto qui. «La crisi ha colpito duro nel distretto, facendo soffrire parecchi nostri fornitori, che ab-

biamo cercato di aiutare in vari modi e hanno ulteriormente rafforzato il legame con noi». La Scavolini, sempre controllata dalla famiglia del fondatore Valter, tuttora presidente, possiede il più grande negozio di cucine a Manhattan (mille metri quadri su West Broadway, un'ex-galleria d'arte), e fa breccia all'estero puntando su clienti con grande capacità di spesa, attratti dal design italiano. Dopo essersi allargato a bagno e living, il gruppo pesarese inizia a fare sul serio pure nel "contract", la fornitura per interi condomini: come per le 340 cucine allestite al 160 della 62esima West a New York e le 233 della Theatre Park Tower su King Street a Toronto, Canada.

A fare la differenza, nel panorama punteggiato da aziende familiari, sono la qualità e la visione dell'imprenditore. Tra gli eredi di personaggi carismatici come Vittorio Merloni c'è Enrico Loccioni, che governa un gruppo con 80 milioni di giro d'affari e lavora soprattutto per l'estero: è divenuto un



Tecnico al lavoro all'Elica, specializzata nella produzione di cappe. In alto: sede della Loccioni, che studia soluzioni a problematiche aziendali

caso di scuola internazionale, visitato ogni anno da centinaia di imprenditori, economisti e scolaresche. Ad Angeli di Rosola (Ancona) non si creano manufatti in serie ma soluzioni; una "sartoria tecnologica" in grado di produrre strumenti per testare i prodotti di giganti globali quali Bmw, Bosch, Daimler, Ferrari, Ford, Gm, Siemens. Immersi nelle vigne del Verdicchio, nei suoi edifici ecosostenibili, alimentati dall'energia di sole, acqua e terra, lavorano 400 persone dall'età media di 32 anni, più 120 ultra sessantacinquenni che mettono a disposizione esperienza e passione. Ogni giorno ascoltano i problemi dei colossi industriali, a caccia di sistemi di misura per aumentare il controllo della produzione. Le risposte ai quesiti delle multinazionali arrivano dai laboratori hi-tech aperti 24 ore su 24, perché la soluzione geniale può arrivare anche nel cuore della notte. «Innovazione e benessere aziendale sono la nostra ricetta», afferma Enrico Loccioni, convinto che impresa e territorio debbano crescere insieme. Ha adottato due chilometri del fiume Esino, che scorre accanto all'azienda, li ha riqualificati mettendo un freno alle frequenti esondazioni provocate dall'incuria, e in cambio ne cattura l'energia attraverso quattro micro centrali idroelettriche installate lungo il fiume. Non dimentica le sue origini: era un giovanissimo elettricista quando la Merloni gli diede l'opportunità di lavorare, e così oggi fa lui assecondando quei 90 ex collaboratori che hanno lasciato il gruppo per mettersi in proprio. L'attenzione ai dipendenti lo accomuna a Francesco Casoli, industriale innamorato della sua terra: «L'avevo lasciata per la politica (da senatore del Pdl), esperienza che mi ha segnato e fatto ingrassare 35 chili, ma sono tornato a casa e ora faccio l'imprenditore-ciclista. Qui ci sono paesaggi meravigliosi e qualità della vita eccellente». Casoli è il boss di Elica, 391 milioni di fatturato, sempre in crescita, 19 milioni di cappe da cucina prodotte, con sede nello stesso paese di Faber - Fabriano - di cui è la più agguerrita concorrente. Fondata da Ermanno Casoli, un veterinario ex compagno di liceo di Vittorio Merloni che decide di seguire l'amico nell'avventura del bianco, oggi Elica ha 12 sedi nel mondo e 3.500 dipendenti, di cui 2 mila nelle Marche; esporta l'80 per cento. L'attenzione ai dipendenti ha fruttato qualche anno fa un premio della Cgil. I motivi? Agevolazioni per le neo-mamme; permessi retribuiti per i papà; bonus matrimoniale e per la

Foto: pagine 73-74 G. Basilico - Scavolini Spa

nascita del primo figlio; congedi per i lavoratori immigrati; vacanze studio all'estero per i figli dei dipendenti; carta di credito per accedere a beni e servizi, dalla sanità ai libri. «Non sono un benefattore, all'azienda conviene. Ci guadagno in impegno, produttività e qualità», commenta Casoli, piuttosto critico verso i suoi colleghi imprenditori, molti dei quali avrebbero perso smalto. La pensa così anche Graziano Fioretti, segretario generale regionale Uil: «Scontiamo l'incapacità dei figli di dirigere le aziende ereditate. Il cambio generazionale sta portando al fallimento di tante realtà», accusa il sindacalista, che parla di una regione dove la cassa integrazione continua a picchiare duro: 13,9 milioni di ore di cassa integrazione nei primi tre mesi dell'anno, più 68,1 per cento rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Radoppia la deroga, cresce la straordinaria, cala l'ordinaria.

Molte speranze sono riposte nella nuova generazione di giovani e determinati imprenditori, capaci di sfondare sui mercati esteri e in grado di sfruttare le innovazioni tecnologiche. È il caso di Battista Faraotti della Fainplast di Ascoli Piceno, nata meno di 20 anni fa e leader nella produzione di materie plastiche per l'industria. Il fatturato, che supera i 100 milioni, cresce del 7 per cento l'anno. «La crisi non l'abbiamo sentita grazie a diversificazione ed export. E perché reinvestiamo i profitti in azienda, soprattutto in ricerca e sviluppo», dice Faraotti.

Il settore delle plastiche, che oggi serve le imprese, soprattutto tedesche, che costruiscono cavi elettrici e tubi in gomma, ha una lunga tradizione nelle Marche, dove è nata per servire calzature e borse. Già, la moda, pezzo da novanta della regione: «All'estero mi presento come marchigiano e tutti capiscono benissimo: questa regione da sola esporta il 40 per cento del fashion italiano», racconta Cleto Sagripanti, il "Farinetti delle scarpe", capo di Assocalzaturifici. Guida la Italian Holding Moda, start up nata nel 2013, che punta a condensare in sé il meglio dei marchi italiani, con 17 milioni di ricavi nel primo bilancio: «Essere qui nelle Marche è fondamentale per chi si occupa di scarpe: questo è l'epicentro. E poi i buyer vengono volentieri a farci visita, perché si mangia bene, i paesaggi sono magnifici e si sta bene. Gli stranieri arrivano e investono: ci sono importanti acquisizioni che stanno per concludersi». Parola di Sagripanti. ■

Il volano del turismo

L'economia regionale conta sempre di più sulla crescita dei turisti stranieri



Fonte: Elaborazione Istat su dati Istrate