



38 **L'ITALIA CHE VINCE MARCHE**

**T**

aglia, pota, attendi con calma. Ara e risemina. Osservato dall'alto, il settore del legno e dell'arredo marchigiano, quello, per intenderci, che ha prodotto in Italia colossi come Scavolini, Febal, Rossana o Poltrona Frau, è una grande campagna in fermento. Dopo le dimissioni incentivate nei grandi stabilimenti, le ristrutturazioni e un quarto quadrimestre chiuso senza infamia e senza lode nonostante gli incentivi, attende il raccolto. Semina in Nord Europa, in Asia, negli Usa. E aspetta rinnovando le strategie, le collezioni e i materiali.

«Siamo al bivio» commenta Emanuel Colombini, amministratore delegato del gruppo omonimo che nel 2009 ha acquisito Febal e Rossana. «Nel 2010 il nostro volume di affari è cresciuto del 4,5 per cento, raggiungendo i 186 milioni di fatturato complessivo, ma è stato un anno di transi-

zione, quello che attraverso i nuovi piani industriali dovrebbe portarci a uno sviluppo molto più consistente. Al momento, stiamo cercando di gestire la sovracapacità produttiva che abbiamo ereditato con le acquisizioni: un punto dolente, perché in termini di volumi il mercato oggi è ancora in flessione del 14 per cento rispetto al 2007».

Come aumentare gli spazi commerciali, dunque? Estendendo il brand dalle cucine all'oggettistica sino a coprire il sistema casa nel suo complesso, migliorando la filiera e impedendo ai consumatori di dimenticarsi del marchio: «Ormai superiamo le 20 collezioni l'anno sia presentando nuovi prodotti sia lavorando al restyling delle linee storiche» continua l'amministratore delegato. «In più lavoriamo al nostro showroom sistema casa, proponendoci potenzialmente come unico fornitore per la cucina, gli accessori e l'arredo e senza dimenticare di aggregare attorno a noi i migliori designer, artigiani e piccole imprese del settore».

Quello della formazione e della tutela dell'artigianalità è un chiodo fisso nelle Marche. Colombini ci sta provando attraverso la Academy interna. Poltrona Frau invece ci ha costruito un impero che ancora oggi vale il 40 per cento del fatturato di tutto il gruppo omonimo (110 milioni circa). «Adesso è il momento della ricerca e dell'innovazione al servizio della tradizione» spiega il direttore generale Piero Valentini. «Poltrona Frau è famosa per utilizzare da 100 anni soltanto legno di faggio, crine puro e canapa naturale, ma oggi è quasi impossibile trovare questi materiali sui mercati: occorre attrezzarsi. Per questo stiamo sviluppando insieme con le università dei progetti di ricerca per individuarne di nuovi, biodegradabili e a base vegetale». Non solo. «Oggi il rilievo delle imperfezioni naturali della pelle viene eseguito manualmente, ma stiamo mettendo a punto un sistema automatico di scannerizzazione che sia in grado di sostituire l'occhio umano».

Nella regione della Poltrona Frau e della Scavolini, le imprese dell'arredamento si dibattono tra un mercato stagnante e qualche segno di fermento oltre confine. Alcune riescono a imporsi allargando l'azione del brand e imponendo la qualità.

**SARÀ LA BELLEZZA A SALVARE IL MOBILE**