

Economia

ECONOMIACOMO@LAPROVINCIA.IT
Tel. 031 582311 Fax 031 582421
Enrico Marletta e.marletta@laprovincia.it

L'INTERVISTA SILVIO MASCHERONI. Titolare della Mascheroni di Cabiato, l'azienda che ha creato i mobili per Zelensky e per il parlamento dell'Angola

«AFRICA E INDONESIA I NUOVI ORIZZONTI DELLO STILE CLASSICO»

MARIA GRAZIA GISPI

Celebri per aver arredato alcuni luoghi simbolo della storia contemporanea, Silvio Mascheroni, titolare della Mascheroni di Cabiato, descrive la realtà aziendale nata nel 1973 in Brianza con tratti di unicità.

Pochi mesi fa abbiamo consegnato un progetto per Bernard Arnault, Ceo di Louis Vuitton, è stato realizzato da noi l'ufficio di Volodymyr Zelensky e sono di nostra produzione gli arredi per il parlamento dell'Angola che hanno fatto da sfondo alla visita di Stato di Sergio Mattarella nel 2019.

In questo momento stiamo lavorando per gli uffici dell'ambasciata del governo del Qatar che riguardano anche la zona lounge e meeting. Sempre più le aree ufficio sono fluide verso la dimensione della casa e questa ibridazione sta diventando una parte importante del mercato.

Da poco disallestito lo stand al Salone del Mobile di Milano, qual è un primo bilancio?

La prima considerazione è che è stato possibile rivedersi, la mancanza di relazioni personali per due anni è stato un peso soprattutto per noi che rappresentiamo la scuola classica che per 20 o 25 anni ha lavorato molto bene in Russia, in Ucraina e in generale nell'est Europa. Un tipo di clienti difficilmente sostituibile. Nel frattempo però ha accelerato una parte del merca-



Le fasi di lavorazione sono totalmente artigianali



Quindici i collaboratori dell'azienda brianzola

to cinese. Ed è stata una grande sorpresa aver avuto al Salone una buona risposta in termini di nuovi mercati, nuove conoscenze e prime visite.

Qual è la percentuale del vostro export?

Da quindici anni esportiamo circa il 90% all'estero. Realizziamo pochi pezzi speciali per il segmento più alto del mercato e questo ci porta spesso a lavorare per i governi, le ambasciate, i grandi Ceo internazionali. Una clientela che corrisponde all'alta



Silvio Mascheroni

qualità delle finiture e al costo finale. Per gusto e proporzioni il nostro non è un prodotto per il mercato nazionale e neanche molto per quello europeo. La quota residuale del mercato italiano è in riferimento ai grandi studi internazionali di progetta-

zione che ci commissionano lavori. Il nostro business è per la totalità contract di alto livello, ma può accadere anche la vendita a privati.

Quali altri mercati potenziali state esplorando?

L'Africa è un continente davvero molto grande e si stanno aprendo opportunità interessanti. Inoltre abbiamo trovato nel mercato indonesiano ottime sorprese. Infine stiamo cercando di strutturarci per il settore americano, potenzialmente penetrabile ma sul quale non ci siamo mai concentrati, soprattutto il Sud America potrebbe darci soddisfazioni.

Qual è la vostra tipologia di prodotti e avete risentito delle difficoltà di approvvigionamento delle materie prime?

Realizziamo in legno massello pochi pezzi speciali, per questo non abbiamo bisogno di ingenti quantità e anche il rapporto con i fornitori segue una politica differente. Le materie prime sono della migliore qualità che si può trovare sul mercato e il massello è quasi sempre un punto di partenza anche per i fusti delle poltrone, poi non usiamo poliuretano espanso ma gomma indeformabile e piuma. Sono caratteristiche diverse dai competitor che garantiscono al prodotto una durata maggiore.

Per la realizzazione dei vostri prodotti avete bisogno di personale con competenze specifiche?

In azienda lavorano circa 15 persone, cerchiamo di formare e specializzare molto al nostro interno i dipendenti che ricevono stipendi adeguati, tra i più alti del settore. È il prodotto finale che da ambasciatore nel mondo: è necessario che la persona che lo realizza stia bene, sia motivata, sia felice di lavorare in Mascheroni. Questa era la filosofia di mio padre e per noi è la normalità. Storicamente in azienda le persone hanno svolto tutta la loro carriera e non è mai capitata una interruzione del rapporto di lavoro. Siamo strutturati come una scuola interna, per esempio ora c'è un tappezziere che andrà in pensione e negli ultimi due o tre anni è stato affiancato nel

suo lavoro da un giovane.

Qual è la competenza richiesta?

La manualità ha per noi una importanza assoluta.

Un artigiano per ogni prodotto: è questo il nostro metodo. E quando le mani incontrano gli strumenti del mestiere, quando i materiali più pregiati si plasmano sotto gesti esperti nascono dei veri pezzi unici.

Il nostro è un approccio sartoriale e tutto è fatto a mano: dagli antichi metodi artigianali come la lucidatura con gommalacca, alle stringature con filo a contrasto, così come le lavorazioni capitonné e le imbottiture degli schienali con crine vegetale.

Come risentite degli attuali problemi di recruitment?

Negli ultimi anni non abbiamo avuto bisogno di nuove assunzioni: la nostra politica aziendale prevede di realizzare pochi pezzi di grande qualità. Abbiamo bisogno di un buon equilibrio per soddisfare le richieste e preferiamo perdere degli ordini piuttosto che rischiare il sovradimensionamento. Conosciamo la nostra grandezza, cerchiamo di dare qualità e servizio impeccabili e vogliamo stare in questa dimensione che ci permette di garantire un alto standard di prodotto e di rimanere in questa fetta di mercato.

In termini di fatturato come avete attraversato questi due anni?

Il nostro interesse è crescere in termini di servizio e mantenere il programma che si siamo assegnati. Essendo un'azienda piccola, ci interessa la leadership qualitativa e il nome che ci siamo costruiti in questa nicchia di mercato. A volte ci sono grandi progetti contract che da soli possono cambiare le sorti di un anno. Per questo è difficile parlare di andamento medio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

■ «I nostri dipendenti con noi a vita E poi si tramanda il mestiere»