

Espansione. Due o tre monomarca entro settembre - Si sblocca Bagno a Ripoli

Scervino sbarca in Cina e «raddoppia» in Toscana

Con il secondo stabilimento cento nuovi posti per i giovani

Nicoletta Picchio

È in procinto di partire per la Cina: un passo meditato a lungo e ora deciso, con un partner locale. Entro settembre, dice Toni Scervino, si apriranno due o forse tre monomarca nel nord del Paese. Città della provincia, ma sempre con qualche milione di abitanti. Poi seguiranno Pechino, Shanghai e Taipei, altre tappe del viaggio, dove Scervino ha già contatti con altri partner.

Cina, e in contemporanea anche aperture in Medio Oriente, con un negozio monomarca a Doha che si inaugurerà tra un mese, per proseguire con l'Arabia Saudita.

«C'è una grande voglia di made in Italy e di lusso, ancora più di prima, nelle sue lavorazioni più sofisticate. Ci vengono a cercare», dice Scervino, l'uomo dei conti, amministratore dell'azienda, che lavora fianco a fianco con Ermanno, lo stilista. Qualità e innovazione: un marchio che ha fatto di queste caratteristiche il proprio successo e che ormai si è radicato in modo forte sui mercati.

Al punto da non aver risentito della crisi Ucraina-Russia. «Stiamo tenendo bene, per il momento non ci sono stati contraccolpi», racconta Scervino. Preoccupato lo era: la massima tensione in Crimea c'è stata proprio in concomitanza

con la campagna vendite. «Altri brand sappiamo che hanno sofferto. Per noi è andata bene, i buyer erano preoccupati, anche per l'andamento del rublo, ma hanno mantenuto i budget. Un risultato positivo, fermo restando che si possono fare riassortimenti durante l'anno. Altro elemento positivo per noi: al disorientamento dei buyer non ha corrisposto un analogo atteggiamento della clientela. I nostri negozi in Russia continuano ad andare molto bene - continua -. La Russia è importante non solo per noi, ma per tutto il made in Italy».

Ora si attendono i cinesi: «è un Paese enorme, dalle grandissime potenzialità». Un grande mercato dove espandersi, ma anche una risorsa importante per i negozi italiani: «Si cresce solo nelle città turistiche, dove vengono gli stranieri a comprare.

Cinesi, russi, arabi. Gli italiani non acquistano più».

L'azienda continua a crescere: per il 2014 si arriverà al traguardo dei 100 milioni di euro di fatturato, dai 96 dell'anno scorso. E si potrebbe fare ancora di più. Da tempo Scervino vuole raddoppiare lo stabilimento vicino Firenze, a Bagno a Ripoli. Come spesso accade agli imprenditori italiani, ha dovuto fare i conti con una burocrazia complessa. Ora sembra che tutti i permessi siano in dirittura d'arrivo. Nel frattempo si è dovuto organizzare come meglio ha potuto: prima di Natale ha acquisito un immobile dalla parte opposta della strada, nelle scorse settimane ne ha acquistato ancora un altro. Ma questa dislocazione, «necessaria perché non ci stiamo più dentro la fabbrica», non è certo funzionale all'organizzazione del lavoro e alla produttività.

Oltre che all'aumento dell'occupazione: «Appena potrò ingrandire lo stabilimento sarò in grado di progettare una vera e propria crescita strutturale e potrei dare lavoro ad un centinaio di persone». Giovani soprattutto, aggiunge. Anche perché sta notando un nuovo interesse da parte delle giovani generazioni al lavoro manuale: «Si propongono non più come impiegati ma come tagliatori, disegnatori. Gli anni della crisi hanno portato più umiltà e un nuovo approccio nei confronti del lavoro». Positivo, viste le chiusure dei laboratori che ci sono state negli anni passati. E indispensabile per chi continua a produrre tutto made in Italy.



Lusso. Ermanno e Toni Scervino; a destra due look dell'AI 2014-15



© RIPRODUZIONE RISERVATA

