

ECONOMIA VICENTINA

Telefono 0444.396.311 Fax 0444.396.333 | E-mail: redazione@ilgiornaledivicenza.it

CONFCOMMERCIO. Corso ex Rec

Inizia il 5 maggio nella sede di Creazzo di Esac Formazione - Confcommercio il corso di 120 ore più esame per l'abilitazione alla somministrazione e vendita di prodotti alimentari.



STORIA. Un'impresa di Valdagno ha superato la crisi migliorando i processi organizzativi interni e aprendosi con successo ai mercati esteri

L'azienda trasforma il legno in lusso

Core business della falegnameria l'allestimento di store e corner di brand prestigiosi nel mondo. Fatturato a 13 milioni, +17%

Roberta Bassan
VALDAGNO

Espositori in rovere sbiancato e rigato, scaffali e cassettiere che profumano di castagno, ripiani rivestiti in seta, teche sospese. Tutto su misura. Tutto perfetto. Chiudere gli occhi e sognare: sono gli allestimenti con destinazione all over the world - tutto il mondo che entrano in shop, corner di aeroporti, flagship store dei brand di lusso. Vi verranno adagiati con cura gioielli, orologi, accessori, profumi e pelletteria di Bulgari. Oppure il top di gamma di Ferragamo, con le tramezze e le collezioni di borse very luxurious. Il legno da queste parti, nel cuore della Valle dell'Agno con i boschi a poche centinaia di metri, viene trasformato in lusso. L'azienda fondata a Valdagno da Attilio Zordan 49 anni fa, nata come falegnameria tecnica per fornire gli allestimenti della Manifattura Lane Marzotto, in un'epoca dove tutti in valle lavoravano per lo storico gruppo, si è sviluppata passo dopo passo,

attraversando una crisi che non ha fatto sconti a nessuno. Lo racconta spesso come storia di successo Paolo Gubitta, direttore scientifico del Cuo di Altavilla Vicentina, portando appunto il caso della falegnameria Zordan che forniva arredi per i negozi monomarca solo in Italia e poi è passata a servire gli showroom del lusso in giro per il mondo. Deus ex machina Maurizio Zordan, 50 anni, uno dei figli del fondatore, laurea in economia, oggi presidente e ad dell'azienda, un modello chiaro in testa: «L'Italia deve diventare la bottega artigianale del mondo».

PROVOCAZIONE. Maurizio Zordan mette piede in azienda nel 2000, fino ad allora dopo la laurea aveva lavorato al controllo di gestione alla Marzotto. «Nell'azienda di famiglia mi avevano chiamato per ampliare il business. Volevo innovare. Non se ne fa niente - mi dicevano i soci, papà e zii - facciamo così perché qui abbiamo sempre fatto così. Diedi le dimissioni». Una provocazio-



L'ad Maurizio Zordan nello stabilimento dove si realizzano gli allestimenti per i negozi di lusso



La squadra che lavora alla Zordan nei progetti dell'azienda

ne evidentemente. La falegnameria, grazie soprattutto all'esperienza maturata con Marzotto e in particolare con Marlboro Classic, cominciò a diventare riferimento per i grandi brand del lusso, Bulgari e Ferragamo in primis. Contava 11 operai, un impiegato e 6 soci, tre milioni di fatturato. Nel 2008 il giro d'affari era raddoppiato. Ma la crisi avanzava come un caterpillar, segnando difficoltà evidenti anche per i brand del lusso che a loro volta portavano nella spirale i loro fornitori. La Zordan se la vide brutta davvero. Nel 2010 il

fatturato era calato del 60%.

RINASCITA. Maurizio Zordan giocò la sua partita: «Ho concentrato la governance innanzitutto, oggi con me nella Srl ci sono i miei fratelli Alfredo e Marta. Siamo stati in pratica il "fondo" dell'azienda e abbiamo trasferito il 78% della società in un trust di famiglia, che porta il nome di nostro padre, per tenere separata famiglia da impresa. Inoltre abbiamo migliorato i processi organizzativi interni, lavorato sul controllo di gestione, cambiato il contratto collettivo che ci ha dato maggiore flessibilità, migliorato le competenze interne, project manager, lean, inglese per tutti. Abbiamo poi avuto la fortuna di non avere mai utilizzato molto le banche e di avere un sistema di pagamento che ci permette di incassare subito il 60% dei lavori, abituati inoltre a prendere dall'azienda il minimo». Tutto ha ricominciato a girare: Bulgari, Ferragamo, Tumi, validati per altri importanti marchi. Oggi la Zordan conta 15 operai, 20 impiegati, 3 soci. Un indotto poderoso. Fatturato consolidato di 13 milioni, +17%, l'86% macinato all'estero. Nel 2013 hanno acquistato una falegnameria a San Vito di Leguzzano per le commesse «sartoriali». Hanno bussato i russi: chiedono mobili-gioiello. ●

Marketing

La filiera che parte dalle gemme

Maurizio Zordan racconta che nel bel mezzo della crisi una delle molle per scattare - accanto ad un'attenta ristrutturazione aziendale fondata sulla maggiore snellezza - è stata quella del «ritorno alle origini, pensare al lavoro del nonno che utilizzava il legno dei contadini delle contrade intorno a noi». Dal tronco-gemma al mobile-gioiello, tutto ruota nel giro di 50 chilometri. Dopo quattro anni di incubazione, la Zordan ha dato vita alla nuova linea Gemme di Bosco, votata alla tutela degli antichi mestieri artigiani e dei boschi del territorio che è diventato anche un biglietto da visita di valore. «Non è solo una linea di prodotti, ma anche il progetto di diffondere e far rivivere la cultura del legno massello di latifolia, materiale nobile estratto dalla parte interna e densa del tronco, caratterizzato da resistenza e fascino». Come dire un mobile che ha una storia unica.

ENERGINDUSTRIA. Lanciato il servizio: individuare i punti critici per ridurre i costi della bolletta

Imprese, diagnosi energetica
Si parte con le più "sprecone"

I comparti dove il consumo è più massiccio sono chimica e plastica

L'esperienza

CP INTERNATIONAL
«Monitoriamo già i nostri consumi energetici e abbiamo messo in atto alcuni piccoli interventi per modificare i processi produttivi in un'ottica di risparmio. È una strada necessaria per valorizzare la nostra attività». A dirlo è il direttore degli impianti

PROMOZIONE. Presentazioni fino al 28 aprile

Made in Vicenza
Obiettivo Brasile
con l'agroalimentare

Made in Vicenza sta raccogliendo le presentazioni delle imprese vicentine dell'agroali-

