

«Le nostre cucine in tutto il mondo»

Pedini apre ancora negli Usa. «Puntiamo anche su Australia e Asia»

Maurizio Gennari
■ LUCREZIA (Pesaro-Urbino)

«**ABBIAMO** appena inaugurato, in uno dei punti più belli della città, un nuovo showroom a Detroit negli Stati Uniti. E con questo siamo a 22 punti rivenditori sul territorio statunitense. Poi ne abbiamo aperti altri anche in Canada», dice Simone Gennari, general manager della Pedini cucine, una delle aziende più vecchie del comparto mobiliario del pesarese. Questa azienda che conta 120 dipendenti, si estende di 44mila metri quadri di cui 17mila coperti e l'86 per cento della sua produzione è destinata ai mercati esteri. Una filosofia che ha sempre contraddistinto questo marchio che lavora per un target medio alto, tanto che alcune sue produzioni sono finite nelle case di personaggi del mondo dello spettacolo statunitense ed anche a personaggi dello sport. La Pedini cucine dal 1992 è guidata da Daniele Radi Temellini, l'uomo che ha dato la svolta a questo brand.

Il sogno americano tira sempre?

«Assolutamente sì e dobbiamo dire grazie a Donald Trump che è innamorato del designer italiano, stravede per il nostro stile. Sui mobili italiani, infatti, non sono stati introdotti dazi e noi sul territorio del Nord America sviluppiamo il 55 per cento della nostra produzione. Inutile nascondere che per noi il mercato americano è di gran lunga il migliore».

Tutti concentrati su quel territorio?

«Assolutamente no perché nel corso di quest'anno vogliamo aprire altri negozi Pedini in varie parti del mondo e siamo molto impegnati sotto questo profilo».

E dove?

«Ne abbiamo aperto uno bellissi-



AL VERTICE Daniele Radi Temellini e in alto Simone Gennari

mo di 2mila metri quadrati a Perth in Australia, quindi a Seul in Corea del Sud a Johannesburg in Sudafrica. Stiamo investendo molto sul mercato estero».

Manca la Cina?

«Assolutamente no perché abbia-

mo aperto tre centri con il nostro brand, due dei quali nella città di Shanghai. E adesso stiamo traducendo tutto in lingua cinese proprio per avvicinarci maggiormente alla clientela di quel mercato. Ed in Cina, per esempio, piace

molto anche la cucina che abbiamo sviluppato assieme a Microsoft e cioè la cucina intelligente».

Manca dal panorama la Russia che ha sempre rappresentato un buon mercato per l'arredo italiano...

«Il mercato russo era andato in caduta, ma ora si sta riprendendo per cui si sta tornando a lavorare bene. E proprio per avere buone performance abbiamo anche cambiato personale».

L'Italia resta sempre la Cenerentola del vostro brand?

«Il mercato interno, devo dire la verità, si sta riprendendo dopo un avvio fiacco. Ed in questo momento stiamo lavorando tantissimo proprio per soddisfare le richieste che abbiamo dal mercato italiano. Ci stiamo avviando verso diverse settimane di fuoco sotto il profilo della produzione, proprio per soddisfare tutti gli ordini che abbiamo in portafoglio».

Come pensate di chiudere quest'anno?

«Per il momento è praticamente impossibile fare delle previsioni. Noi spiamo bene, ma i numeri li fa il mercato. Ovvio che se il portafoglio ordini continua di questo passo il 2019 si chiuderà in maniera molto positiva, ma se ci dovesse essere un rallentamento del mercato, dal molto positivo si passa al positivo. Troppo presto per fare i conti».

Fatti investimenti?

«Assolutamente sì perché abbiamo completamente rinnovato lo showroom che abbiamo accanto al nostro stabilimento produttivo. Un investimento non da poco perché è diventato la nostra vetrina, non solo per il mercato locale, ma è anche la rappresentazione di tutta la nostra produzione per la clientela che arriva dall'estero. E' stato un investimento non da poco».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Unipol, intese per uscite e assunzioni

■ BOLOGNA

UNIPOL e sindacati hanno trovato l'accordo per 'pensionare' 600 dipendenti (e assumerne 300). Sulla base delle disponibilità stanziate dall'azienda, 90 milioni nel piano industriale 2019-2021, «l'accordo offre l'opportunità ai lavoratori in possesso degli specifici requisiti, di valutare su base assolutamente volontaria, la possibile uscita anticipata dal lavoro con una serie di incentivi», spiega la First-Cisl che, con Fisac-Cgil, Fna, Snfia e Uilca-Uil ha firmato l'accordo con la direzione Unipol.

CREDITO LE ATTIVITÀ DI COFITER CHE DIVERSIFICA LA STRATEGIE. IL PUNTO DEL PRESIDENTE AMELIO

«Garanzie e consulenze per dare credito alle Pmi»

Luigi Manfredi
■ BOLOGNA

UNA SINERGIA stretta con il sistema bancario per aiutare le piccole e medie imprese ad ottenere credito. Nato come coop di garanzia, realtà cioè che fa da intermediario tra banche e aziende, Cofiter - espressione di Confindustria e Confesercenti, 35mila aziende socie, cuore in Emilia Romagna ma con una presenza consolidata anche in Marche, Veneto e Piemonte - negli anni ha diversificato la sua strategia, erogando in prima persona microcredito e credito diretto (6 milioni di euro il totale) e potenziando l'offerta di consulenza alle imprese per facilitarle nell'ottenere finanziamenti. In concreto questa sinergia si traduce nella concessione da parte di Cofiter della garan-



zia fino all'80% in accordo con gli istituti di credito. Ciò consente anche alle imprese più piccole, supportate dai servizi di consulenza, di poter investire creando fra l'altro valore sul territorio. E la banca dal canto suo si appoggia a Cofiter per alcuni servizi quali la realizzazione del business plan da parte delle aziende o il calcolo del rischio.

Presidente Marco Amelio (foto), siete diventati 'gestori di

bisogni'. In che senso?

«La mancanza di credito in questi anni di crisi era solo una parte del problema che ha attanagliato il sistema produttivo. Noi abbiamo maturato la consapevolezza che le stesse imprese non comprendevano i loro veri bisogni. Abbiamo cercato di capire quali fossero, oltre alla contingenza economica, gli elementi di debolezza interni alle aziende. Di conseguenza abbiamo diversificato le nostre attività, mettendo in campo consulenze mirate a supportare e ad affiancare le imprese. Consulenze sempre connesse al credito».

Quali sono le vulnerabilità che avete riscontrato nelle Pmi?

«Dai sondaggi è emerso ad esempio che molte gestivano la propria attività 'in casa', senza l'ausilio di

consulenti, con la conseguenza di non conoscere determinati strumenti e la loro utilità. Poi abbiamo riscontrato la necessità di affiancarle nella realizzazione di piani industriali mirati ad una crescita futura: quindi non aiuti a pioggia, ma mirati. Infine c'è un ulteriore aspetto che va richiesto sempre e cioè la formazione: non può esserci innovazione senza formazione».

L'altra faccia della medaglia è il rapporto con le banche, specie dopo la riforma del Fondo Centrale di Garanzia. La parola chiave è sinergia, giusto?

«Giustissimo, questo è il concetto chiave della nostra strategia. Non siamo in competizione con gli istituti di credito. Ma instauriamo rapporti sinergici affinché si creino le condizioni per un accesso più agevole al credito».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IN BREVE

Emilia Romagna, dal Patto per il lavoro ecco 22,3 miliardi

A quattro anni dalla firma del Patto per il lavoro - siglato tra Regione Emilia-Romagna, istituzioni, parti sociali, categorie economiche, atenei, associazioni e il mondo del volontariato - avvenuta il 20 luglio 2015, le risorse complessive passano dai 19,6 miliardi di euro del 2018 ai 22,3 miliardi del 2019: di questi, 19,5 miliardi sono già stati mobilitati mentre i restanti 2,5 riguardano invece interventi già programmati. Emerge dall'ultimo monitoraggio dell'intesa condiviso ieri in Regione.

Maltempo Marche, sostegno da UniCredit

Moratoria di 12 mesi sui mutui e speciali linee di finanziamento a tasso agevolato per le famiglie e le aziende marchigiane che hanno subito danneggiamenti a causa del maltempo della settimana scorsa. E' il pacchetto di interventi predisposto da UniCredit a sostegno di quelle aree delle Marche interessate dall'emergenza meteo.

Fermo Macerata: avvio accordo per area di crisi

Entra nella fase operativa l'avvio dell'Accordo di programma (Adp) per l'area di crisi complessa del distretto fermano-maceratese. Martedì 23 luglio, a Fermo, nella sede dell'amministrazione provinciale (a partire dalle 11) si terrà l'evento di presentazione, aperto agli operatori pubblici e privati. Verrà illustrato l'iter amministrativo che porterà alla firma dell'accordo.

Squacquerone: aumenta il giro d'affari

È boom per lo Squacquerone, il formaggio cremoso con cui viene tradizionalmente farcita la piadina romagnola. Nell'ultimo anno il giro d'affari è aumentato del 7,2% come anche i volumi del 6,9% venduti in tutta Italia. Un successo messo in evidenza da Assolatte: tra supermercati, ipermercati, superstore e discount in 12 mesi ne sono stati venduti quasi 2 milioni di kg.