



Nel settore vanta il primato europeo

E a Fabiano diventano «preziose» le più umili cappe da cucina

DALL'INVIATO

FABRIANO. Tutti, o quasi, abbiamo in cucina sopra i fornelli una cappa aspirante. Serve a togliere vapori e odori prodotti dalla cottura dei cibi. Ebbene, nel 95% dei casi quella cappa viene da Fabiano, cuore delle Marche. Famosa per le cartiere oltre che per l'impero industriale fondato dalla famiglia Merloni. Assai meno invece per essere la capitale non più solo italiana, ma almeno europea della cappa aspirante. Dalle fabbriche e fabbrichette di Fabiano escono ogni anno cinque/sei milioni di pezzi. Ma non sono più di 6/700 mila quelli che entrano nelle case degli italiani, gli altri prendono la via dell'estero, Europa, Stati Uniti, America Latina e ora anche Asia.

«Una nicchia, certo, ma dove praticamente non abbiamo concorrenti» dice Alvaro Galassi, direttore generale della Faber, azienda capostipite del settore, fondata dal padre Abramo. Che è il vero «padre» della cappa aspirante Made in Fabiano. Fu lui che a metà degli anni Cinquanta inventò l'«oggetto». All'inizio era poco più di un «cappello» in plastica. Poi vi ha aggiunto l'aspiratore, quindi i filtri e così via. Fino a diventare, oggi, anche un ricercato oggetto di arredo, sul quale si esercitano designer alla ricerca di nuovi modi di caratterizzare la cucina moderna.

È così che dal '60, quando fattu-

rava 25 milioni, la Faber è diventata un gruppo che viaggia verso i 300 miliardi di fatturato, il 65% dei quali viene dall'export, con presenze produttive anche all'estero, in India, Cina e Turchia, attraverso joint ventures. «Produrre all'estero non è solo una ragione di costi, ma un modo per aggredire nuovi mercati. E in ogni caso non significa impoverire le aziende italiane, che anzi vengono spinte a sviluppare la ricerca e l'innovazione» spiega Galassi. Faber ha così sviluppato un'altra azienda la Acf, che produce sistemi di automazione proprio per la produzione delle cappe. Ed ha avviato una diversificazione con la produzione di «Respiro» un disinquinatore d'aria per ambienti chiusi.

L'esempio di Faber non rimane isolato. Come spesso accade, l'iniziativa di Galassi fa scuola. Dalla sua azienda, ma anche dalla Ariston dei Merloni, escono tecnici, impiegati, operai che decidono di mettersi in proprio, di iniziare l'avventura imprenditoriale. È un tipo di genesi che accomuna pressoché molti dei distretti industriali italiani e che si ritrova anche a Fabiano. Anche in questo caso il fenomeno di germinazione di nuove imprese non si è ancora concluso. Negli ultimi tre mesi sono nate due nuove aziende produttrici di cappe. «Le hanno fondate due manager usciti da Best e Turboair» racconta Paolo Panfilì, direttore commerciale di

Tecnowind, altra azienda del settore.

Elica, Turboair, Best, insieme a Faber, sono i marchi più rappresentativi del distretto, in cui si realizza praticamente l'80% delle cappe aspiranti che vanno in tutta Europa. L'importanza di questo polo industriale non è sfuggita del resto agli americani. La Broan, che fabbrica il 60/70% delle cappe negli Stati Uniti è approdata qualche anno fa a Fabiano rilevando la Best. «Un po' si sono spaventati e un po' hanno capito che qui c'è una concentrazione produttiva e tecnologica con grandi potenzialità: una realtà che, nel suo genere, non ha paragoni nel mondo» dice Alvaro Galassi. «Il fatto è - spiega Walter Wingart, austriaco trapianato a Fabiano, dirigente della Turboair - che l'elevata specializzazione delle nostre aziende consente di ottenere insieme qualità e costi bassi che sono fondamentali per competere».

Accanto alle imprese maggiori ce ne sono minori, mentre altre svolgono attività di subfornitura. Complessivamente si calcola che nella decine di imprese produttrici di cappellosi impiegati circa 1500 lavoratori, cui si aggiungono un migliaio di addetti nell'indotto.

Assai più difficile calcolare il giro d'affari del distretto, che in base a valutazioni molto empiriche potrebbe aggirarsi tra i 700 e gli 800 miliardi di lire. E questo perché finora nessuno ha studiato in modo approfondito il distretto. Tra gli imprenditori, lo dicono loro stessi, prevale una logica individualistica e di chiusura, mentre neppure il sindacato, ammettono alla Fiom di Ancona, ha una conoscenza precisa di questo fenomeno industriale.

Alcuni anni fa ci ha fatto sopra la tesi di laurea una studentessa del paese, Gianna Gambini: «Ma neanche il professore era molto convinto che ne valesse la pena».

W. D.

riade di aziende conto terzi, sono quasi la metà del totale, che si specializzano in fasi di lavorazione e consentono di affrontare l'andamento ciclico del mercato. E poi ci sono la creatività e la fantasia che non trovano riscontri nei concorrenti asiatici.

«È il made in Italy che tira e ci fa vendere» dice con convinzione Carloni. Ma allora bisogna puntare di più

sulla formazione dei giovani, che invece tutti riconoscono essere carente. Tanto che le aziende si contendono le professionalità migliori. A suon di «fuori busta» riconosce Oscar Ceccarini, della Fiom. E anche di «patti di non concorrenza». In pratica le aziende danno un premio, che può arrivare anche a un milione al mese per gli operai più bravi, purché sottoscrivano un accor-

Una veduta di Arezzo Metà dell'economia della città toscana gravita attorno alla produzione orafa

do in base al quale se lascia l'azienda, si impegnano a non andare a lavorare per una impresa concorrente.

Peraltro, in un settore con una rete distributiva così frammentata, senza una grande capacità di interessare relazioni sui mercati internazionali, non sarebbe possibile raggiungere questi livelli di esportazione. «Sono stato a Hong Kong, poi negli Stati Uniti» racconta

Pierluigi Comanducci, che insieme ad un socio conduce dal 1982 un'impresa artigiana che con 9 dipendenti fattura una decina di miliardi l'anno, grazie a catenine, bracciali e cinturini di orologi che per il 95% prendono la via dell'estero. Non che tutto sia facile, certo. L'artigiano deve lavorare molto, anche dodici e più ore al giorno. Però funziona. Gianfranco Ceccarelli

faceva il dipendente di un'azienda orafa, 23 anni fa si è messo in proprio e oggi esporta il 98 per cento delle sue catene. Fattura due miliardi e mezzo, con la moglie e quattro dipendenti. «Il mio segreto? La fortissima specializzazione, saper fare benissimo un tipo di prodotto. Questo mi consente prezzi migliori. E poi, naturalmente, ci vuole serietà».