

Il gruppo Interna cresce nel settore del super-lusso grazie al modello di fabbrica virtuale

Nuova sede, stessa strategia

Sull'onda di un settore in forte espansione, come il turismo di lusso, il Gruppo Interna di Tavagnacco ha accelerato il ritmo di crescita, puntando a una nuova fase legata all'internazionalizzazione della propria organizzazione. Rimanendo, però, ancorata al modello imprenditoriale rivelatosi vincente in questi vent'anni di attività. L'essere, cioè, "weightless company", ovvero fabbrica virtuale. Il suo core-business continua a essere l'arredamento contract per alberghi di lusso in tutto il mondo.

Giunge, però, al terzo anno di vita anche la propria linea di arredamento rivolta ai professionisti dell'interior design, mentre sta per decollare la sinergia con un marchio di mobili per ufficio recentemente acquisito, il "Logica" di Gradisca d'Isonzo. L'anno si chiude con un fatturato consolidato di 20 milioni di euro, ma già per il prossimo anno si punta a raggiungere la soglia dei 30 milioni. I dipendenti sono oggi una cinquantina.

Sta per essere pienamente operativa (l'inaugurazione è prevista per gennaio) la nuova sede, sempre in comune di Tavagnacco, che dispone di 3.400 metri quadrati su tre piani, sia per gli uffici sia per un nuovo e ampio showroom. Anche in questo caso il principio di azienda "leggera" ha suggerito non l'investimento, ma l'affitto dei locali, il cui

allestimento comunque ha preteso una spesa di 500 mila euro.

"Non investiamo sui capannoni, ma sul know-how" commenta Diego Travan, presidente della holding di controllo in mano alla sua famiglia. Travan, di professione avvocato specializzato in diritto internazionale, ha creato l'azienda una ventina di anni fa assieme alla moglie Derna Del Stabile, che ricopre il ruolo di Ad delle società del gruppo. La forza produttiva è rappresentata da un centinaio di Pmi

accentuate è la Interna Collection, arredamento cioè a catalogo sempre però rivolto al mercato contract. Nell'ultimo anno è passata da un fatturato di 700 mila a 2,2 milioni di euro. Ha appena debuttato il terzo volume del catalogo, firmato da otto celebri designer. Su questo ramo del gruppo sono stati investiti nell'ultimo triennio 1,5 milioni di euro.

Il 2008 sarà, però, l'anno del rilancio di Logica, specializzata in mobili per l'ufficio, di cui Interna

strozza i fornitori, non delocalizza la produzione in Paesi dove c'è lo sfruttamento della manodopera e si accontenta di una marginalità sostenibile.

"Riceviamo molte richieste di preventivi, ma cerchiamo di correre per le commesse più difficili, per essere leader in una nicchia ad alto valore aggiunto - aggiunge Travan - alla fine il valore di aggiudicazione è del 15 per cento. Una buona percentuale".

Il super-lusso è oggi trainante e continuerà a esserlo ancora per molti anni, soprattutto nei Paesi "Bric" dove non si può non essere presenti. Per questo il Gruppo Interna ha avviato un nuovo piano di internazionalizzazione. Già entro il prossimo gennaio aprirà propri uffici di rappresentanza

La nuova sede del Gruppo Interna



friulane e venete (con 400 lavoratori), subfornitrici dei diversi elementi d'arredo che compongono i cataloghi Interna.

Il modello gestionale, però, si caratterizza anche per l'alto contenuto manageriale.

"Abbiamo cercato fin dall'inizio di emanciparci dall'aspetto patrimoniale per evitare che si generino colli di bottiglia alla crescita - spiega Travan - esiste un comitato di direzione composto da una decina di persone, con ampie deleghe nei diversi settori".

Sono tre le società del gruppo. Quella che promette prestazioni più

ha acquisito marchio, personale e know-how, mentre la produzione segue sempre il modello in outsourcing. L'operazione è costata 500 mila euro.

"Rispetto al passato, quando ci presentiamo a un nuovo cliente in qualsiasi parte del mondo, ci conosce già - spiega la Del Stabile - vantiamo ormai referenze ai massimi livelli, dal centro Bmw di Monaco al nuovo albergo di lusso a Dakar. Inoltre, abbiamo ottenuto la certificazione etica e quella ambientale: da noi escono mobili "puliti", in ogni senso".

Vale a dire che Interna non

in Russia (con il supporto di Finest), Cina e Brasile. Entro breve punterà anche all'India. In prospettiva, si pensa di creare anche diversi showroom all'estero".

Per ora la strategia di crescita non prevede l'apertura a nuovi soci. "Già diversi fondi di privat equity hanno bussato alla nostra porta - ammette Travan - nutriamo, però, più di qualche dubbio sulla compatibilità tra la loro presenza e gli obiettivi di responsabilità sociale d'impresa che ci siamo dati".

Crescita sì, quindi, ma senza vendere l'anima al diavolo del massimo profitto.