

"Interna" sbarca con una filiale in Cina

Nuova commessa per una nave Fincantieri in allestimento a Marghera per 2,5 milioni

di NICOLA COMELLI

UDINE Due milioni e mezzo di euro per arredare alcune aree di una nave che Fincantieri sta completando a Marghera. È uno degli ordini che anche nel 2010 faranno crescere di qualche punto percentuale il fatturato del gruppo Interna, di Tavagnacco, (i ricavi 2009 si attesteranno a quota 20 milioni), che ormai si è ritagliato un ruolo di primo piano a livello mondiale nell'arredamento.

Interna aprirà il prossimo anno una propria base in Cina. Anzi due, perché a fianco alla sede della società controllata, che si troverà a Shanghai, sarà inaugurato anche uno showroom a Pechino. L'investimento è di circa 500mila euro. "Si tratta di uno sdoppiamento necessario per essere vicini sia alla città di riferimento per gli investimenti immobiliari, che è Shanghai, sia a quella dove, invece, abitano i



Diego Travan

consumatori a maggiore potenzialità di spesa, che è Pechino - ha fatto osservare Travan. L'idea di fondo è quella di non fornire solo servizi di carattere commerciale, ma di poter gestire in prospettiva attraverso la nuova Interna China anche alcune lavorazioni e aspetti logistici a favore del mercato asiatico". Un'altra sede operativa estera destinata a diventare operativa

in tempi rapidi dovrebbe essere quella di Dubai, mentre si sta valutando anche la possibilità di espandersi in India e in Brasile, dove, alla luce della recente assegnazione dei Giochi olimpici a Rio de Janeiro, è prevista una forte crescita degli investimenti legati alle diverse dimensioni dell'ospitalità alberghiera.

Ieri, la factory friulana ha fatto il punto sull'esercizio che si sta concludendo e sulle prospettive di breve e medio termine. Ultimo intervento realizzato: l'allestimento di alcune sale e stanze del celebre hotel "La Mamounia" di Marrakech, uno degli emblemi del fascino marocchino e nordafricano. Valore della commessa: 1 milione di euro. Proprio quest'esperienza segna un salto di qualità per il gruppo, dal momento che ha riguardato la fornitura di elementi provenienti da Interna Collection, il brand nato nel 2005 e pensato per andare oltre la produzione di elementi e decorazioni disegnate da altri.

"Una scelta indispensabile - ha ricordato Diego Travan, numero uno dell'azienda. Oggi non si può più stare sul mercato lavorando esclusivamente conto terzi: occorre avere una propria identità e riuscire a posizionarla a livello globale. Altrimenti, e questo vale soprattutto per le realtà più piccole, si è destinati a scomparire". Interna comunque continuerà a operare sul fronte del contract, cioè nella consegna chiavi in mano di arredamenti prodotti per l'appunto in qualità di contoterzisti; ma l'obiettivo è di arrivare fra tre-cinque anni a un monte ricavi generato al 50% dal proprio marchio Collection (a fine 2009 questa quota si attesterà attorno al 20%). E questo anche per sfruttare la migliore redditività garantita dai prodotti sviluppati direttamente dal gruppo, maggiore del 5-10% rispetto a quella dei pezzi ordinati sulla base dei progetti eseguiti in qualità di semplice fornitore.