

Valter Michela

Conciliare la concretezza dell'attività quotidiana con la visione per creare crescita e sviluppo



Macchinari sempre all'avanguardia, servizio al cliente e design accurato.

Questi i tre ingredienti principali che hanno permesso a Valter Michela e Mariangela Vernetto di trasformare, in quasi 30 anni, un'attività di commercio in un'attività industriale che produce 12,5 milioni di tappeti all'anno con 85 dipendenti e 7 milioni di euro di fatturato. I due coniugi sono partiti da zero nel 1987 e tappa dopo tappa, scandita anche dall'adeguamento della ragione sociale, hanno costruito un'azienda, la piemontese Emmevi, per la quale si stanno preparando al passaggio generazionale. Ne parliamo con **Valter Michela** che ci racconta con passione la loro storia cominciata nel 1987 con qualche tappeto nel garage di casa. «All'inizio andavo a cercare i clienti nei mercati e nei negozi, presentandomi come grossista. Ma già l'anno successivo abbiamo comprato una macchina da cucire per realizzare tappeti su misura dai semilavorati. E, per compensare il calo stagionale tipico del prodotto, abbiamo co-

minciato a proporre cuscini. In tre anni avevo già 40 macchine per la confezione, e nel 1993 eravamo in una sede di 3.000 mq».

E quando avete fatto il salto produttivo?

Nel 1996 abbiamo acquistato da un'azienda del torinese tutte le attrezzature, si trattava di cinque telai, e in quel momento siamo diventati produttori a tutti gli effetti, trasformando nello stesso tempo l'azienda in Spa. Lavoravamo il filo di propilene e per qualche anno abbiamo continuato a produrre tappetini multiuso.

Ma come si dice l'appetito vien mangiando e non vi siete fermati...

In tutti i settori occorre essere sempre capaci di proporre cose nuove, così nel 1999 abbiamo investito 700 milioni di lire in un nuovo telaio che ci permetteva di creare un prodotto completamente diverso grazie alla tessitura con scolpiture. Abbiamo costruito un nuovo capannone da 15mila mq a Cuceglio, la nostra attuale sede. Quel telaio è stata la chiave di volta, produceva 60mila mq al mese e siamo riusciti a tenerlo sempre impegnato. E da quel momento abbiamo sempre investito in nuovi macchinari.

C'era qualche altro aspetto che vi distingueva dai concorrenti?

Oltre a proporre prodotti sempre nuovi, abbiamo curato il servizio al cliente. Che per noi vuol dire consegne rapide nei colori e nelle misure richiesti. Questo ci permette ancora oggi di servire anche il piccolo negoziante. Inoltre, abbiamo investito molto anche nel

design per offrire colori e disegni sempre attuali.

Oggi per dimensioni e potenziale siete la prima azienda italiana del settore, quali sono le vostre prospettive future?

Nel 2014 abbiamo introdotto una novità importante: il tappeto in cotone. È stato possibile con l'acquisizione dei macchinari della Paracchi, storica azienda italiana con un marchio molto noto che stava scomparendo. Lo rilanceremo, non solo in Italia ma anche in Europa e in altri paesi del mondo. Le nostre esportazioni hanno avuto un forte calo con l'euro, ma ora che siamo in controtendenza stiamo cercando di sfruttare l'occasione per andare in altri paesi a proporre i nostri tappeti e i complementi d'arredo per la casa.

Avete in mente di produrre direttamente nei paesi dove esportate?

Sarà una scelta della nuova generazione. Da 11 anni lavora con noi la figlia maggiore, che oggi supervisiona le attività commerciali e che faremo entrare tra poco nel CdA. Delle altre due figlie, una ha scelto la strada della psicologia e la più piccola sta terminando gli studi di design. Entrambe, se lo vorranno, potranno entrare in azienda. La nostra prospettiva è di compiere un passaggio generazionale tra 4-5 anni perché riteniamo di dover lasciare alle nuove generazioni il compito di delineare lo sviluppo futuro dell'azienda. Anche tra i dipendenti, la cui età media è di 30-35 anni, siamo sempre stati attenti ad avere più generazioni per creare un confronto vitale. ■

Le.O.