

# ECONOMIA & LAVORO

SUPPLEMENTO AL NUMERO ODIERNO DI **IL GIORNO** **il Resto del Carlino** **LA NAZIONE**

## L'INCHIESTA

### Gli economisti fanno le carte al 2020

Le previsioni confermano la frenata della crescita per le tensioni commerciali tra Usa e Cina. Ma le Borse continuano a correre

**Comelli** alle pagine 4 e 5



## DOSSIER FINANZA

### Private banking Patrimoni in aumento

Vontobel punta sui Certificati d'investimento e dedica un paniere al 5G nella nuova emissione di Cash Collect

**Perego** a pagina 12

## AGROECONOMY

### Formaggi, che passione

Export in salita del 12% nel primo semestre  
Allarme per i dazi Usa

Fra i Dop i campioni sono il Parmigiano Reggiano (primo per valore alla produzione) e il Grana Padano, il più consumato al mondo

## IL PERSONAGGIO

# IL LUSSO È UNA FABBRICA D'ORO

Licia Mattioli ha lanciato il gruppo torinese tra i grandi del gioiello  
«Il nostro segreto è la passione»

**Giacomin** alle pagine 2 e 3



Primo Piano

Il personaggio



# Mattioli, una fabbrica d'oro e gioielli

## «Il nostro lusso? La passione per il lavoro»

Licia Mattioli guida il gruppo torinese, rilanciato tra i primi player al mondo

Il core business si basa su due pilastri: la produzione per il brand di casa e le realizzazioni per i grandi marchi internazionali del settore luxury

di Paolo Giacomini  
TORINO

**La passione per la fabbrica**, da queste parti, viene da lontano. E' scritta nel Dna del Nord Ovest e di Torino in particolare. Normale, dunque, che esca dalle parole con le quali Licia Mattioli (nella foto) racconta la sua impresa. Meno consueto visto che, in questo caso, non parliamo di industria manifatturiera classica ma di beni di lusso e gioielli, di una tradizione orafa, di stile e made in Italy. «Di cose belle e ben fatte, mi piace dirla così» spiega Licia Mattioli, energica guida del gruppo che porta il cognome di famiglia, manager impegnata in Confindustria dove si occupa, da vicepresidente, di internazionalizzazione e attrattività per gli investimenti esteri. «È vero – ammette – mi piace lo stile, mi piacciono i nostri gioielli, ma quando ne parlo, parlo di una fabbrica, perché le fabbriche italiane sono anche belle, poco importa che lavo-

rino tondini di ferro o tondini d'oro. Siamo tutti metalmeccanici». L'oro, in questo caso, è di casa. E dire che, all'inizio, il destino sembrava tracciato. «In cuor mio mi sono sempre sentita un'imprenditrice, anche se ero iscritta a Giurisprudenza ed ero destinata a fare la notaia come mia madre».

**E invece che accadde?**

«Accadde che mio padre, ai tempi manager Pirelli, cominciò a guardarsi attorno per prepararsi alla sua seconda vita. Guardavamo a piccole realtà, alla nostra portata. Trovammo un'azienda interessante, l'Antica Ditta Marchisio, una delle più belle storie della tradizione orafa piemontese. Andai a visitare la fabbrica e me ne innamorai: li decisi che avrei fatto l'imprenditrice».

**Addio codici e codicilli.**

«Avevo preso un impegno e lo mantenni: mi sono laureata in Giurisprudenza, ho dato l'esame da avvocato, ma poi ho scelto l'azienda. In pochi anni, con l'ingresso a tutti gli effetti di mio padre e della sua esperienza mana-

geriale, abbiamo costruito un'impresa di oltre 260 persone, dedicata a sviluppare due linee di business: la produzione in conto terzi che ci ha portato a lavorare per tutti i più grandi marchi del lusso globale. E la nostra linea Mattioli, già la scelta del nome la dice lunga sull'appeal italiano».

**Non è il cognome di famiglia?**

«Sì, ma non è quella la ragione della scelta. Nel nostro portafoglio avevamo un brand che in Italia andava moltissimo negli anni '80. Cominciammo a distribuirlo negli Stati Uniti e lo portammo a nuova vita. Aveva un nome che non suonava italiano e gli americani proposero di cambiarlo in Mattioli. Perché? Perché sapeva di fashion e made in Italy».

**DA ARCIMBOLDO A FONTANA**

**«Lo stile mi affascina: nasce dall'arte, dalla nostra cultura, dalle bellezze naturali E dal nostro modo di vivere. Da italiani»**

**Nasce la Mattioli. Che numeri fate?**

«In realtà l'azienda di oggi non nasce ancora. Nel 2013 il gruppo Sudafricano Richmond, uno dei maggiori player del luxury, ci propone di acquisire l'azienda. Vendiamo e ricominciamo: l'accordo prevede che rimangano con noi 20 dipendenti e da lì ripartiamo. Oggi siamo di nuovo oltre 260 persone e abbiamo riprodotto le due business unit: da un lato lavoriamo per i grandi del lusso mondiale, dall'altro continuiamo a produrre i nostri gioielli».

**Quali sono i vostri mercati di riferimento?**

«Tutto il mondo: dagli Usa alla Russia, dall'Est Europa al Giappone. Ora guardiamo al Far East e alla Cina. La Cina in particolare comincia a essere un mercato pronto».

**Come nascono i vostri gioielli?**

«Lo stile mi interessa e mi affascina. I nostri gioielli nascono dalla nostra cultura, dall'essere italiani. L'Arcimboldo è nato, per esempio, da una mia idea nata dopo avere visto una splendida mostra a lui dedicata. I tagli di Fontana hanno dato vita a un'altra idea. E poi c'è la natura e il nostro modo, tutto italiano, di interpretarla: come, ad esempio, l'anello Rever che rappresenta l'interno di un geode».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



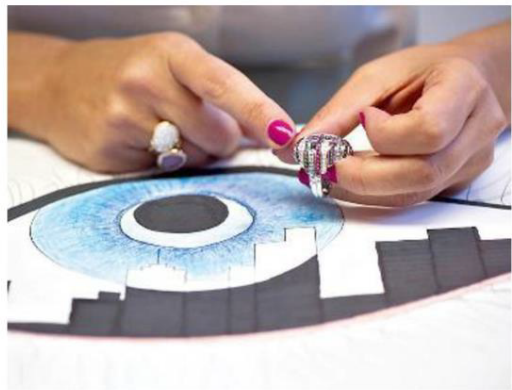
**È stato il primo emesso dalla città di Torino**

**Il punzone 1TO, un pezzo di storia che dà garanzia**

Il patrimonio di Mattioli gioiellerie ha un cuore antico inciso nell'oro. Un punzone, il primo emesso dalla città di Torino, con la sigla 1TO. Patrimonio ereditato dall'Antica Ditta Marchisio, l'azienda in cui tutto è cominciato. La sigla è la stessa che si vede ancora oggi sui gioielli della casa guidata da Licia Mattioli. Il punzone non è solo un fatto estetico, una questione di stile: ogni punzone identifica un produttore ed è il produttore che, in Italia, garantisce che il 'titolo' dell'oro contenuto nel gioiello sia corretto. In poche parole: la garanzia che un gioiello sia fatto davvero con l'oro e non con materiali meno preziosi.

«Vogliamo crescere ancora  
Stiamo guardando all'Europa  
e siamo pronti a fare acquisizioni  
Il made in Italy è fortissimo,  
ma ha bisogno di aziende grandi»

I numeri di Mattioli: l'85% del fatturato è frutto dell'export  
Nel mirino i nuovi mercati del lusso: dalla Cina ai paesi arabi



TORINO

Anche nella vita delle aziende vale il motto non è tutto oro quello che luccica. Se non ci fossero i numeri dei bilanci e dei piani strategici a dare lustro alle storie d'impresa. I numeri di Mattioli sono questi: oltre 260 dipendenti, un fatturato 2019 che sarà di oltre 65 milioni di euro realizzati per l'85% all'estero, investimenti doppi rispetto agli ammortamenti. Cifre alle quali si aggiunge la scelta di autofinanziarsi crescita e sviluppo. «Ci finanziamo con mezzi nostri - spiega Licia Mattioli, l'imprenditrice che guida in prima persona l'azienda - . Investiamo continuamente perché senza ricerca e innovazione non ci può essere sviluppo». Non basta il fascino del Made in Italy, che pur gioca un ruolo potente in un settore come quello del lusso nel quale Mattioli opera. «Bisogna anche innovare. Piccolo non è più bello da tanto tempo. Se si è troppo piccoli è difficile resistere e competere sui mercati mondiali. E' anche per questo motivo che stiamo valutando acquisizioni all'estero». L'orizzonte è quello del vecchio Continente, mentre quello commerciale è globale con un occhio, in particolare, per

il Far East e per la Cina. «Stiamo guardando ad alcune realtà produttive in Europa - continua Mattioli -, fondamentalmente in Europa. Quanto all'espansione commerciale siamo presenti in 30 paesi e stiamo guardando con interesse ai mercati arabi, per esempio con l'apertura a Gedda e in Giappone a Sapporo». Mercati ormai consolidati per il lusso e non solo, ma non facili o scontati da affrontare. «La Cina, in particolare - ragiona Licia Mattioli - non è un mercato da affrontare a cuor leggero. Per noi, per il nostro tipo di prodotto, il momento giusto è ora». L'identikit di imprese come la Mattioli somiglia, per molti versi, a quello che attira l'attenzione degli investitori internazionali: dentro c'è il made in Italy nella sua miglior accezione di artigianato e industria, il gusto del bello e l'eleganza che ci è riconosciuta nel mondo («Anche le nostre fabbriche, le fabbriche italiane - dice Licia Mattioli -, sono più belle di quelle che vedo all'estero») e i numeri che consentono il finanziamento con mezzi propri. Se si facesse vivo un fondo, cosa risponderebbe? «Si sono già fatti vivi - risponde l'imprenditrice -, ma in generale direi che non sarei interessata a un intervento che fosse solo, diciamo così, di carattere finanziario. Sarebbe più intrigante, semmai, una collaborazione con un fondo che ci portasse come valore aggiunto un management che faccia la differenza sul piano dell'innovazione, dello sviluppo dell'azienda».

**FINANZIARE LO SVILUPPO**  
«Investiamo molto  
e ci finanziamo  
con mezzi propri  
Un fondo? Se servisse  
a innovare...»

Paolo Giacomini  
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dall'alto: l'anello ispirato all'Arcimboldo e quello dedicato ai tagli di Lucio Fontana. Seguono l'anello Reve-R ispirato alla natura e gli orecchini Puzzle ideati per giocare con il colore

«Il timore  
più forte  
delle imprese?  
Fa paura  
l'incertezza»

«Una politica industriale  
contro la crisi di credibilità»

TORINO

Licia Mattioli è vice presidente nazionale di Confindustria. Per viale dell'Astronomia si occupa di internazionalizzazione e attrazione degli investitori esteri per le imprese italiane. Tenere separati i due ruoli - quello di imprenditrice e quella di rappresentante di categoria - più che difficile non è detto sia utile. Tanto più che le sfide e i problemi dell'Azienda Italia sono gli stessi che qualunque imprenditore si trova ad affrontare quotidianamente all'interno della propria impresa. Cosa teme Licia Mattioli? «Temo l'incertezza - risponde -. Per la vita delle imprese l'incertezza è lo scenario peggiore. Abbiamo di fronte la Brexit, ci sono il rallentamento della Germania e la guerra commerciale tra Usa e Cina che coinvolge anche l'Europa. All'estero ci sono paesi importanti che stanno subendo crisi molto forti e vivendo periodi di grave instabilità. In Italia viviamo di export e questo contesto è molto pericoloso. Abbiamo bisogno di sapere cosa intendiamo fare nei prossimi anni e invece...». E' una domanda che fa agli imprenditori, a se stessa o alla politica? «La faccio a chi deve stabilire gli indirizzi di politica industriale. Però c'è una cosa...». Quale? «Tutti dovremmo farci una domanda: come fa un investitore a credere in un paese che può cambiare le carte in tavola?» Il riferimento, affatto vago, è all'ex Ilva, ma consente di fare il conto delle potenziali occasioni perdute. Il Piemonte, d'altra parte, è terra dal cuore industriale ma anche scenario di trasformazioni. «Esiste un modo piemontese di fare impresa? Sì, credo di sì - chiude l'imprenditrice -. Credo esista un modo particolare, sabaudo, di affrontare le situazioni, che è quello di riconoscere le istituzioni. Sarà perché abbiamo avuto Cavour e Einaudi. Certo, oggi di Einaudi purtroppo non se ne vedono».