Corriere Romagna

CONFINDUSTRIA ROMAGNA

Data 01/02/2023

Pagina IV

Foglio 1

I PROTAGONISTI

# Sicis punta a triplicare il fatturato e guarda a Medio Oriente e Cina

## Tassinari, l'uomo dei numeri che dopo una carriera in Aeffe ha colto la sfida di Placucci per la crescita «Recuperare sul mosaico, investire sul prodotto Vetrite e spingere sul settore arredamento per la casa»

RAVENNA

ALESSANDRO CICOGNANI

Da una parte c'è Maurizio Leo Placuzzi, l'imprenditore romagnolo visionario che trentacinque anni fa costruì dal nulla un mercato prima inesistente, quello del mosaico d'eccellenza, dall'altra c'è Marcello Tassinari, l'uomo dei numeri che, dopo una carriera da top manager dentro la riminese Aeffe, a marzo dell'anno scorso ha raccolto la sfida di sedersi al fianco di Placuzzi col ruolo di direttore generale. E in mezzo? La Sicis e l'obiettivo ambizioso che i due si sono dati: triplicare il fatturato dell'azienda nel giro dei prossimi tre-cinque anni, il che traghetterebbe la società dalla piccola impresa quale è oggi, ad una realtà di medie dimensioni sostenuta da un marchio che, nel mondo intero, è diventato un'icona di stile.

**Tassinari, intanto una premessa: il bilancio 2022 è in fase di definizione, ma i macro-dati immagino siano già chiari. Come avete chiuso l'anno?**

«In modo decisamente positivo, con una crescita del fatturato che dovrebbe attestarsi intorno al 15%, grazie al mantenimento della nostra leadership nel mosaico e alla crescita della divisione gioielleria, che ha triplicato il suo giro d'affari. Si tratta di un risultato davvero interessante, soprattutto se si tiene conto che per noi è venuto completamente meno il mercato russo, che valeva tra il 15 e il 20% del nostro business».

**Sicis è una società in salute con indebitamento molto basso; tuttavia, immagino non sia stata esente dalla congiuntura economica piuttosto sfavorevole. Come avete contrastato l'erodersi della marginalità dovuta alla spinta inflativa?**

«Inevitabilmente abbiamo dovuto riflettere parte dei maggiori costi sui prezzi dei nostri listini, ma ha contribuito in modo positivo anche l'effetto volume generato dalla crescita del fatturato».

**Veniamo dunque ad oggi: come si è aperto questo 2023?**

«Le do un dato: siamo al primo febbraio e abbiamo già commesse in portafoglio per 15 milioni di euro, quindi direi piuttosto bene. Inoltre, stiamo investendo nell'area di ricerca e sviluppo, specie nel ramo della Vetrite, dove stiamo sviluppando delle implementazioni sul fotovoltaico, per avere materiali con grande qualità estetica che possano essere sfruttati anche come fonti di energia».

**Quali sono le sfide principali che vi siete posti?**

«Recuperare ancora di più posizioni sul mosaico, che comunque vale l'80% del nostro volume d'affari, investire sul prodotto Vetrite e, ancora, spingere ancora di più la crescita del settore arredamento per la casa, mercato nel quale Placuzzi ha iniziato a operare dieci anni fa con grande lungimiranza e che sta cominciando a dare i suoi frutti, tanto che ora vorremmo arrivare ai distributori multibrand».

**Al termine del percorso tracciato da lei e da Leo Placuzzi, Sicis cosa sarà diventata?**

«Direi un fornitore tridimensionale per qualunque potenziale cliente finale. Già oggi, ad esempio, abbiamo realizzato progetti custom made del valore anche di sei milioni di euro».

**Si tratta di un risultato possibile, ma a scapito dell'artigianalità?**

«Assolutamente no. Per come è impostata l'azienda, non abbiamo alcun problema in termini di limiti di produzione e mantenimento dell'artigianalità. E questo perché nei nostri uffici lavorano un centinaio circa di maestri mosaicisti che realizzano i nostri disegni, oltre a una nutrita squadra di architetti per la parte arredamento. Inoltre, le risorse destinate alla ricerca e sviluppo sono davvero rilevanti».

**L'85% del fatturato di Sicis viene realizzato con l'Export. Messa da parte la Russia, quali sono i mercati più rilevanti per il vostro prodotto? E quali, invece, quelli con le migliori prospettive di crescita?**

«Gli Stati Uniti sono certamente uno dei nostri punti di riferimento, tanto che abbiamo una filiale distaccata, ma non è da meno l'Europa, con nazioni come Francia, Germania, Regno Unito e Spagna dove il nostro prodotto è altamente profilato. Parlando di prospettive, sicuramente il Medio Oriente è quello più interessante, seguito dalla Cina, dove siamo presenti con filiali a Hong Kong e Shanghai e siamo pronti a cogliere le sfide che si apriranno».

Nella foto, Marcello Tassinari, il manager che dallo scorso marzo è entrato in Sicis come direttore generale

**E il mercato nazionale?**

«Dovremmo aver definitivamente superato l'onda lunga del Covid, infatti nel 2022 siamo cresciuti».

**In un mondo veloce come quello odierno, qual è secondo lei il valore aggiunto imprescindibile per un'azienda?**

«La capacità di adattamento».

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.