



Il “re” del legno si racconta tra lavoro, viaggi e passioni

Erede di un patrimonio familiare fatto di intelligenza e saper fare, Andrea Margaritelli rappresenta la quarta dinastia del marchio Listone Giordano, oggi presente nel mondo con 600 punti vendita in franchising e un fatturato di 178 milioni di euro. Un successo che trae origine da un grande rispetto per la natura e per le diverse abitudini culturali

➡ Gaia Fiertler

Quando riusciamo a parlarci sta partendo per Shanghai, dove sta per inaugurare uno spazio espositivo per una rete di imprese umbre specializzate nell'arredo. Viaggia molto Andrea Margaritelli, quarta generazione della omonima dinastia del legno, insieme con il fratello Luca e i cugini Dario e Fernando, tutti e quattro ingegneri, e il padre Giuseppe alla presidenza. Una vita, quella di Andrea, divisa tra la terra d'origine umbra, la Francia, per la tradizione millenaria di estensioni boschive coltivate, e il resto del mondo, dove ha

aperto 600 punti vendita in franchising con il marchio Listone Giordano, brevetto dal 1983 di pavimenti in legno. Le aperture più recenti a Dubai, in una galleria d'arte contemporanea, e a Miami, ma già presente in Cina con dieci punti vendita.

Fin da bambino Andrea respira lo spirito imprenditoriale della famiglia e quel legame con la Francia, dove l'azienda fin dal 1963 si approvvigionava di legname per le traverse ferroviarie. Tuttavia, alla fine degli anni Settanta, le traverse in legno vengono soppiantate da quelle in cemento e



l'azienda subisce una profonda trasformazione, orientando la produzione sui parquet. «È sempre stata una caratteristica della nostra famiglia sapersi adattare e reagire bene ai cambiamenti, ed è così che siamo passati attraverso epoche storiche, guerre e trasformazioni economiche fin dal 1870», racconta Margaritelli. È la madre, tra l'altro, in pieno cambiamento fine anni Settanta, a entrare in azienda e a dare il primo impulso commerciale alla nuova produzione. «Lei aveva studiato all'università del buon senso e dell'intuito, doti che ho sempre apprezzato e che appartengono a tutta la nostra famiglia», racconta Andrea. Una classica famiglia di imprenditori italiani, dove però il passaggio generazionale si è consumato senza traumi. «Da noi c'è sempre stato equilibrio tra le diverse generazioni, perché ognuna dà il proprio contributo. L'esperienza e la profondità di visione dei senior, infatti, dialogano con l'energia fre-

sca e innovativa dei giovani, che però hanno bisogno della sapienza dei vecchi. Noi viviamo tutti i giorni questo connubio. Chi ci ha instradato ci ha lasciato spazio, ma l'ingrediente di umiltà e rispetto che conserviamo ci aiuta a sbagliare meno, a non essere arroganti e a saper ascoltare. Crediamo molto nell'esempio e rispettiamo un patrimonio familiare fatto di intelligenza e saper fare di ben quattro generazioni». In particolare, Andrea si occupa del marketing e dello sviluppo commerciale attraverso la rete in franchising world-wide. L'apertura dei negozi non è iniziata solo a scopo commerciale, ma anche di comunicazione, per trasferire fino al consumatore il valore di una produzione industriale che parte da lontano, dalla foresta, nel rispetto di un suo sviluppo sostenibile, e che arriva nelle case dopo ben venti passaggi. Con la sfida, in più, di portare il made in Italy e l'identità di un'azienda in tutto il mondo (presenti in

Andrea Margaritelli.
A sin., show-room Listone
Giordano a Beirut in Libano



Ritratto di famiglia:
al centro il presidente
del Gruppo Giuseppe
Margaritelli, affiancato
dai figli Andrea e Luca e
dai nipoti Dario e Fernando

30 paesi), rispettando le diverse abitudini culturali. «Il valore aggiunto è dato dal saper interpretare le differenze dei luoghi nelle modalità di relazione, negli usi e costumi. Manteniamo uniformità e coerenza nel layout espositivo e nella comunicazione, ma siamo flessibili nelle modalità di relazione proprie delle diverse culture. Dobbiamo infatti essere umili con la nostra visione del mondo!», suggerisce Margaritelli.

Ma facciamo un passo indietro, in Francia, la sua seconda patria, da dove ha inizio la sua carriera. Dopo la laurea in inge-

gneria civile e strutturale a Perugia, infatti, come il fratello e i cugini fa una full immersion di un anno e mezzo in Francia. In pratica, si avvicina all'azienda partendo dall'origine dell'attività, la foresta, e ne fa una grande esperienza: «I tecnici forestali hanno uno straordinario patrimonio di umanità e di saperi antichi. La Francia ha una tradizione millenaria di sostenibilità ambientale, che risale ai monaci cistercensi dell'undicesimo secolo. Come si legge nei primi editti, "Non osi il monaco tagliare se non ne ha reimpiantato un altro". La foresta è una macchina che produce ossigeno e va a energia solare e acqua, non finisce mai, così come le alghe, quella foresta sottomarina responsabile del 50% della sottrazione di anidride carbonica. Inoltre, contrariamente a quanto si pensa, una superficie coltivata è più giovane e più sana, favorendo maggiori scambi di ossigeno», spiega il manager del legno. L'azienda è presente in Francia dai primi anni Sessanta, proprio per l'approvvigionamento di rovere che scarseggiava in Italia, non avendo una tradizione di boschi coltivati. Una pianta ha un ciclo di vita di 160-200 anni e da un milione di piccoli esemplari per ettaro si arrivano a selezionare i cento migliori, con una vera e propria selezione della specie vegetale.





in alto a sinistra: lo showroom di Tel Aviv in Israele; a destra Andrea con il padre Giuseppe a un evento e, sotto, durante un convegno. In basso uno scorcio delle Terre Margaritelli, l'azienda vitivinicola di famiglia a Torgiano, tra Perugia e Assisi

L'azienda svolge in Francia parte dell'attività produttiva, per metà come gestione forestale e per metà come prima lavorazione del legno, con una segheria automatizzata visitata da tutta Europa per la sua modernità fin dagli anni Novanta. «Oggi, in più, ci sono i laser e l'ausilio dell'intelligenza artificiale», aggiunge l'imprenditore. La parte finale della lavorazione delle pavimentazioni in legno avviene però in Italia, in Umbria. La società ha un fatturato di 178 milioni di euro, con nove stabilimenti produttivi e 700.000 mq di superficie industriale.

L'amore per la Francia, tuttavia, è rimasto nel tempo, eletta a destinazione preferita per il tempo libero. «La Francia ha un numero di regioni con paesaggi diversi, dall'Alsazia alla Camargue, da Rocamadur alla Borgogna, che è come se ci fossero sei o sette Paesi in uno!». *En plein air* anche le vacanze per il signore delle foreste che, con moglie veterinaria e tre bambini, attraversa l'Europa in camper. «Ci piace esplorare e il camper ci dà grande libertà di movimento. Siamo stati in Provenza, Borgogna, Normandia e Bretagna in Francia, e poi in Austria, in Carinzia, nella Repubblica Ceca e in Slovacchia».

Amore per la natura ma anche per l'arte, la cultura e l'architettura dei luoghi. Così in Europa, anche quando si sposta per lavoro, Margaritelli evita le catene alberghiere o gli hotel ai bordi dell'autostrada, preferendo invece addentrarsi nelle cittadine. «Con dieci minuti di strada in più scopro borghi incantevoli e trovo hotel più a impronta locale e, se c'è tempo, riesco anche a visitare un museo!». Nei viaggi intercontinentali, invece, si affida alle

catene alberghiere standard, prenotate con i sistemi di booking online. «Devono essere comodi, vicini ai luoghi di riunione e rispettare gli standard di sicurezza e pulizia». E in Italia? Quali sono le preferenze della famiglia Margaritelli? «Prediligiamo agriturismi e bed&breakfast di charme e, oltre all'Umbria che amiamo per l'autenticità dei luoghi, delle tradizioni e delle persone, andiamo spesso in Toscana in Val d'Orcia, nel senese. Il mio posto preferito è Bagno Vignoni che, al posto della piazza centrale, ha una vasca d'acqua termale. Lì alloggiamo al bed&breakfast Il Loggiato». Camera consigliata? «Romantica». ■

