



Maurizio Favilli presidente della Mabro S.p.a.

La Mabro, un sogno realizzato

“Noi crediamo nel prodotto di qualità. Prodotto di qualità che deve essere curato e sviluppato, e richiede esperienza, tecnica, competenza e passione, dedizione e preparazione. Un’eredità, quella della nostra azienda, che non andrà perduta. Assieme a me lavora un bel gruppo di giovani, che rappresentano il futuro della Mabro”.

Come nasce la scelta di essere imprenditore?

“Nasce dall’intraprendenza, che fa parte dello spirito dell’uomo. Sin da giovanissimo, da quando ho cominciato a vedere il tramonto della sartoria artigiana, ho avuto questo sogno: poter far nascere a Grosseto una grande industria di confezioni. Un sogno di gioventù che, come vede, ho potuto realizzare. Erano gli anni Sessanta, e l’industria della confezione fioriva in Italia, in una maniera meravigliosa. E a Grosseto ho incontrato un’altra persona che condivideva questo progetto, Manlio Brozzi, che è poi colui che ha fatto nascere l’azienda. Nel costruire l’impresa io ho messo l’energia, le competenze, la tecnica, Brozzi la stessa voglia di fare, la finanza, l’imprenditorialità”.

cominciato a vedere il tramonto della sartoria artigiana, ho avuto questo sogno: poter far nascere a Grosseto una grande industria di confezioni. Un sogno di gioventù che, come vede, ho potuto realizzare. Erano gli anni Sessanta, e l’industria della confezione fioriva in Italia, in una maniera meravigliosa. E a Grosseto ho incontrato un’altra persona che condivideva questo progetto, Manlio Brozzi, che è poi colui che ha fatto nascere l’azienda. Nel costruire l’impresa io ho messo l’energia, le competenze, la tecnica, Brozzi la stessa voglia di fare, la finanza, l’imprenditorialità”.

Perché è nata la Mabro?

“È nata dall’entusiasmo di due persone. Per me rappresentava una passione, per Brozzi, che veniva da una famiglia di grossisti di tessuti, la naturale evoluzione professionale. L’entusiasmo di poter fare cose nuove, di poter produrre degli abiti pronti, di poter trasformare un ‘vecchio’ lavoro di artigiani e commercianti in un’impresa di confezioni, ci ha uniti. Così è nata la Mabro”.

L’entusiasmo di poter fare cose nuove, di poter produrre degli abiti pronti, di poter trasformare un ‘vecchio’ lavoro di artigiani e commercianti in un’impresa di confezioni, ci ha uniti. Così è nata la Mabro”.

La scelta di costruire la vostra azienda a Grosseto indica un legame importante con il territorio, ma è una scelta certo non semplice...

“La scelta di Grosseto è stata mossa unicamente dall’amore per la nostra terra. Abbiamo vissuto tante, tantissime difficoltà, in questo territorio. La scelta è stata quanto mai coraggiosa: far nascere in Maremma un’azienda di confezioni, unica, sola, senza un mercato indotto. Non soltanto: ancora oggi si trovano difficilmente tecnici disposti a venire a lavorare a Grosseto, perché l’indotto industriale della confezione è, prevalentemente, nel nord Italia. Il tecnico, in Maremma, si sente isola-

to, fuori dal suo mondo. Quindi è servito un grande coraggio, una grande forza per poter andare avanti in questo territorio, sostenuti dall’amore per questa terra. Io ho iniziato la mia prima attività a nord, vicino Milano, poi a Firenze, ma non vedevo l’ora di poter costruire qualcosa qui. E sono stato felice, e sono rimasto anche per due lire, anche a costo di sacrifici personali, pur di poter dare il mio contributo e di portare la mia esperienza in questo territorio”.

Rispetto alle scelte fatte, c’è qualcosa che cambierebbe o va bene così?

“Posso dire che rifarei tutte le cose che ho fatto. Anche le scelte difficili. Per esempio, a metà degli anni Settanta, sembrava che si dovesse abbandonare quella tipologia di prodotto di alto livello che ha le sue radici nella tipica sartorialità italiana, a favore di un prodotto fortemente industrializzato, termoadesivato, di bassa qualità. Noi abbiamo resistito a questa tentazione, convinti che la qualità sarebbe stata l’unica via verso il futuro. Ed abbiamo avuto ragione, perché se fossimo andati, in quegli anni, verso un prodotto di minor livello, a questo punto non ci saremmo più, come oggi non ci sono più tante aziende – si pensi alla Lebole –, spazzate via da una concorrenza che arriva da paesi a basso costo di manodopera (oggi come oggi la Cina è il pericolo numero uno) e quindi non avremmo più avuto spazi di vita. Noi resistiamo ancora grazie ad un prodotto di livello qualitativo alto, e non a caso lavoriamo per i più bei marchi francesi presenti sul mercato internazionale”.

Quella del prodotto italiano di qualità è una vostra scelta di marchio

“Certo. È un segno distintivo della nostra attività. E, come le dicevo, una scelta di grande impegno. L’abbigliamento risente di una crisi di costume e consumi. I prodotti in circolazione arrivano da tanti paesi, e alla fine è difficile per un consumatore riconoscere un prodotto di valore, bello, fatto ad arte, fatto in Italia. Credo che sarebbe bene che si risvegliasse in tutti la coscienza di essere orgogliosi di portare un prodotto confezionato in Italia. La difesa del Made in Italy, dei marchi italiani, è importantissima. Troppo poco ha fatto la Comunità europea per difendere i nostri marchi, ondeggiando tra un marchio ‘Made in UE’ e l’assenza di qualsiasi obbligo. Troppo poco ha fatto la Regione Toscana. Sosteniamo con forza il Made in Italy, e sosteniamolo ad ogni livello istituzionale, perché altrimenti finiremmo per essere falciati anche dal vino cinese”.

È molto diffusa l’idea che, per fare l’imprenditore, si debba sacrificare la propria vita personale. Condividi questa opinione?

“Sicuramente gli orari sono impegnativi, le

Storie di imprese epiche, ed eroi. Storie di altri tempi. Ma esistono anche gli eroi moderni. Meno epici, ma non per questo meno coraggiosi. Lontani dalle luci della ribalta, eppure protagonisti. Sono uomini che lavorano, che si impegnano nella vita di ogni giorno, per costruire il loro futuro, quello della loro famiglia, il futuro della comunità in cui vivono. Uomini che si dedicano anima e corpo al loro lavoro. Alla loro impresa. Che è un’impresa, in tutti i sensi. A loro è dedicato questo spazio, che, di volta in volta, ci consentirà di farvi conoscere i tanti imprenditori che, con le loro imprese, tengono alto il nome della Maremma, in Italia e nel mondo.

Il primo ospite di questo nostro spazio è la Mabro, con il suo presidente Maurizio Favilli. La Mabro è nata, nel 1963, per iniziativa di Manlio Brozzi (da cui il nome dell’azienda, Ma.Bro), affiancato sin dall’inizio da Favilli.



Momenti di vita e di lavoro all'interno della Mabro

newsletter dell'Associazione Industriali è "uniti si vince". Alla base, la convinzione che, insieme, si possa fare meglio e di più, imprese, amministrazioni...

"Gli imprenditori grossetani poco si parlano tra loro. Ognuno ritiene di stare per conto suo, forse perché pensa di avere chissà quali interessi da difendere in proprio. Gli interessi non si difendono in proprio. Gli interessi si difendono facendo gruppo, associandosi. Purtroppo tra l'imprenditoria grossetana ritengo che sia poco sentita la necessità di appartenenza. Non sentendo la necessità di appartenenza manca il dialogo tra imprese, ma manca anche il dialogo con le amministrazioni. Scarso interesse abbiamo sempre notato da parte degli enti grossetani nei confronti di questa azienda. Ciò che abbiamo fatto lo abbiamo fatto da soli. Ci è capitato spesso, negli anni, di sentire la bella esclamazione, da parte di chi ci veniva a trovare, 'non credevo che fosse così'. Ci si limita a vedere un muro dalla strada, ma non si va oltre. E questo scarso interesse lo abbiamo notato proprio da parte delle amministrazioni locali, verso un'imprenditoria che ha, invece, bisogno di essere sostenuta.

Quindi, è un po' nel Dna dei maremmani l'essere battitori solitari, e questo è sbagliato. Solamente unendosi, parlando, confrontando le proprie idee, si può trovare qualche soluzione, ci si può aprire a qualche idea nuova".

Una delle questioni più annose, sulle quali il dibattito è sempre aperto, è quella relativa alle arterie di collegamento.

"La questione delle infrastrutture è una questione che ci tocca da vicino. È l'ora di smettere di litigare: che passi a nord, o che passi verso la costa, questa autostrada, facciamola! Certo, io non sono un esperto, ma mi parrebbe che utilizzare il percorso costiero fosse più logico che non andare a scavare le montagne. In ogni caso, speriamo di dar corso alla svolta a questa situazione".

In questa stessa rivista, ad una domanda sulla necessità di una finanziaria maremmana il Presidente della Camera di Commercio risponde che è indubbio che sia una priorità, e che non necessariamente debba essere una finanziaria senese che si rivolge verso la Maremma, anzi, si potrebbero cercare le risorse sul territorio...

"Sono perfettamente d'accordo. Non dobbiamo più essere secondi a Siena.

La Maremma è ancora considerata terra di frontiera, quasi come una colonia del senese, ed è l'ora di dire basta. Vorrei dire ai grossetani: svegliamoci! Dobbiamo far sentire la nostra voce, e dobbiamo pretendere che la Regione ci ascolti.

I grossetani si uniscano, attraverso le loro associazioni, facciano sentire la loro presenza a livello regionale, perché dal livello regionale si passa al nazionale, e da lì all'Europa. Reclamiamo la nostra credibilità, reclamiamo semplicemente ciò che gli istituti bancari e altri soggetti fanno per altri paesi, e in altri territorio. Perché a noi deve essere negato?"

Uno degli obiettivi di questo spazio è

cercare di dare un messaggio positivo ai giovani. Che consiglio si sente di dare ai nostri lettori?

"Francamente, nel mondo di difficoltà in cui, oggi, viviamo, poter dare dei consigli ai giovani è molto difficile. Se penso ai miei anni di giovinezza, soldi in tasca niente, entusiasmo tanto, però ogni giorno vedevamo che le cose andavano meglio, e allora l'entusiasmo era alimentato... oggi purtroppo viviamo una situazione di problematicità tale che diventa arduo coltivare l'entusiasmo. Ma d'altra parte solamente attraverso l'impegno onesto, corretto e l'entusiasmo di voler fare si può arrivare a raggiungere i propri obiettivi. Bisogna accontentarsi di piccole cose, magari lavorando molto. Sono convinto che si tratti di un periodo, che ci possa essere una ripresa economica e che si possa tornare a lavorare con più serenità. Il consiglio che posso dare è quello di darsi da fare, giorno per giorno".

Quindi impresa a Grosseto si può fare?

"Impresa a Grosseto si può fare, ma tenendo presente che il sentire comune dei grossetani non è molto portato a capire lo spirito imprenditoriale. Fare impresa significa essere coinvolti tutti, dalla donna che fa le pulizie ai massimi vertici: per fare impresa serve l'entusiasmo di quella persona che portando i sassi in una carretta diceva 'porto le pietre per costruire una cattedrale'. Questa cultura di impresa, questo approccio al fare è un po' carente, e dovrebbe invece essere sviluppato, perché è molto importante. Però impresa si può fare. E credo che noi ne siamo la dimostrazione". ■

MABRO: L'ARTE DELLA SARTORIA A DIMENSIONE INDUSTRIALE

Nata per trasporre l'arte della sartoria in una dimensione industriale, Mabro – azienda di abbigliamento maschile, nata nel 1963, con sede a Grosseto – ha senz'altro centrato l'obiettivo. Fondata da Manlio Brozzi affiancato da Maurizio Favilli, modellista tecnico. Nel 2003 ha festeggiato i quarant'anni di attività. Un crescente e costante livello qualitativo l'accompagnano nel tempo. Nel 1984 acquisisce un nuovo stabilimento, ex Lanerossi ad Orvieto, successivamente venduto e seguito dalla costruzione di una nuova fabbrica modello. Attualmente occupa 360 persone su Grosseto e 84 su Orvieto. Si è sviluppato in questi ultimi anni un prodotto di seconda linea realizzato all'estero. Mabro realizza ogni anno circa 300.000 capi, distribuiti in oltre 1.000 punti vendita in Italia e all'estero. Il fatturato 2003 è di 22 milioni di euro in Italia e 800 mila euro all'estero.

AL TIMONE DELLA MABRO

Maurizio Favilli, presidente. Grossetano, 62 anni. Una vita di lavoro dedicata all'abbigliamento da uomo. Modellista e designer, Tecnico dell'organizzazione della produzione industriale nell'abbigliamento.
Franco Bosco, amministratore delegato. Piemontese d'origine, toscano d'adozione, 64 anni. Una vita di lavoro nell'abbigliamento. Grande esperienza nel campo commerciale. Provenienza da GFT.
Giorgio Benassi, direttore amministrativo. Grossetano, 52 anni. Membro del Consiglio di Amministrazione.

attività molteplici, ma io mi trovo alla mia età con questa grande e bella soddisfazione, di aver realizzato il sogno della mia giovinezza, ed averlo realizzato a Grosseto, che è la mia città. Non si è trattato, almeno per me, di un grande sacrificio. Credo che qualunque cosa si faccia, se la si vuol far bene, se la si fa con entusiasmo, del sacrificio ci sia sempre".

Maurizio Favilli, uomo e imprenditore. Anche se non è mai facile essere giudici di se stessi, secondo lei quale può essere un suo pregio, ed un suo difetto?

"Tra i pregi metterei una cosa semplice, la voglia di lavorare e l'onestà. Tra i difetti, quello di essere a volte un po' difficile caratterialmente, nei rapporti con le altre persone. Ciò che sono oggi lo devo ad un mio percorso, fatto negli anni, attraverso progressive costruzioni, e a volte sono portato a far prevalere forse troppo la mia idea, ed i miei principi. Forse sono poco elastico nell'ammettere che anche altre soluzioni o altre idee possono essere ugualmente valide. Tendo ad essere piuttosto accentratore. Però ne sono consapevole".

Il leit motiv di questo primo numero della