



Città della volpe e collina d'oro

Silvio Tarchini, titolare del Tarchini Group, è noto per essere il fondatore dell'outlet FoxTown di Mendrisio, nei pressi di Lugano. Ecco il profilo dell'attivissimo imprenditore. — Mariska Beirne

Silvio Tarchini si affaccia a un'alta finestra ad arco del suo lussuoso resort Collina d'Oro e vaga con lo sguardo oltre le colline boschive fino allo scintillante Lago di Lugano. «È laggiù che sono nato. Da bambino pensavo che da grande sarei diventato un avvocato come mio padre, ma presto mi sono accorto che la tranquilla vita accademica dietro a una scrivania non faceva per me. Devo muovermi in continua-

zione per riuscire a creare qualcosa», afferma gesticolando con vivacità nello spazio elegantemente arredato.

Legno e plastica per cominciare

Fuori dal Ticino l'imprenditore è conosciuto soprattutto come fondatore dell'outlet FoxTown. Ma FoxTown, per quanto importante, è solo una tessera del puzzle della vita di Silvio Tarchini. Aveva solo 21 anni quando rilevò l'im-

presa edile specializzata in costruzioni in legno del nonno, poco dopo la morte di quest'ultimo. «Presto però sentii l'esigenza di fare altre esperienze al di fuori dell'azienda», dice. Così andò a lavorare in Inghilterra e in Germania per varie ditte nel settore del legno e poi a Milano in un'impresa di materie plastiche. «Nel 1967 tornai in Ticino. Avevo 23 anni e ritenevo che in Svizzera ci fosse una lacuna di mercato nel

Silvio Tarchini (a sinistra) apprezza molto il giudizio critico del suo consulente Giacomo von Wyl.



settore degli imballaggi in PVC», ricorda Tarchini. Grazie all'eredità del nonno poté acquistare una ditta che lavorava materie plastiche e fondare una nuova impresa: la Plastar. Lo stesso anno diventò cliente di Credit Suisse. Al riguardo dice: «Già allora da imprenditore mi sentivo in buone mani con Credit Suisse, perché da un consulente bancario mi aspetto che ragioni insieme all'imprenditore e gli proponga nuovi stimoli». Nel 1975 l'allora trentunenne possedeva già una fabbrica di 5000 metri quadrati. Eppure il tutto stava diventando troppo scontato: Silvio Tarchini aspirava a nuovi orizzonti.

Trovare il core business

Vendette l'azienda e se ne andò con la moglie in giro per il mondo in cerca di una nuova fonte d'ispirazione. Lo attirava soprattutto Buenos Aires, perché si era accorto che in quella zona

mancavano superfici a uso ufficio. Per caso gli si presentò l'occasione di acquistare due vecchie case. La coppia lasciò Lugano e partì con le tre figlie alla volta dell'Argentina. Fece costruire un grande palazzo di uffici che vendette tre anni dopo. Tarchini spiega: «Lavoravo giorno e notte e per fortuna non mi sono indebitato, anzi ho investito il mio capitale ed è andato tutto bene. Ma l'inflazione di circa il 170 per cento era un rischio troppo grande per intraprendere nuovi affari. Così tornammo a Lugano». Grazie all'esperienza maturata come produttore e nel settore edile, si rese conto che la sua regione d'origine non attirava industriali per la mancanza di depositi adatti e di superfici di produzione. Per prima cosa fece costruire un edificio industriale a Mezzovico e ben presto poté vantare un notevole portafoglio immobiliare.

Rapidità come marchio di fabbrica

Nel settembre del 1994, Silvio Tarchini leggendo un giornale italiano s'imbatté in un articolo sugli outlet. L'idea lo intrigò subito. Iniziò a informarsi sull'argomento e venne a sapere che a Londra si tenevano conferenze al riguardo. Comprò i biglietti e prese il primo aereo per la capitale inglese. A Londra ebbe modo di parlare con numerosi esperti e scoprì che un mese dopo ad Atlanta si sarebbe tenuto l'Annual Factory Outlet Meeting: «Andai una settimana negli Stati Uniti con uno dei miei collaboratori. Tornammo in tre, con a bordo un'esperta di outlet. Rimase da noi una settimana e condusse studi di mercato e di fattibilità», ricorda Tarchini. I risultati erano promettenti. Ma l'importante domanda successiva era: quale sarebbe stato il principale negozio dell'outlet, quello trainante per così dire? Risultò essere quello della Nike. La sede della Nike era ad Amsterdam, così Silvio Tarchini si imbarcò

su un altro volo. Il responsabile della Nike, dopo aver esaminato la sede ticinese, disse a Tarchini: «Se l'impresa la fai tu, ci sto». Fino a quel momento la preparazione del progetto era durata tre mesi: «Alla fine dell'anno presi la mia decisione: avrei aperto un outlet». Giacomo von Wyl, da quattro anni consulente Credit Suisse di Silvio Tarchini, afferma: «Il modo di agire sistematico usato per FoxTown è tipico di Tarchini: quando ha un'idea per prima cosa verifica tutto molto accuratamente per ridurre al minimo il rischio e, se possibile, consulta gli esperti. Il mio compito consiste nel verificare ancora una volta il tutto insieme ai nostri specialisti interni ed eventualmente segnalargli ulteriori opportunità e rischi». Questo atteggiamento è molto apprezzato da Silvio Tarchini, che conta sulla banca per poter intrattenere discussioni da pari a pari. Per fortuna anche la banca è rapida come lui, il che è essenziale: «L'imprenditore deve mettere in pratica in tempi brevi le proprie idee, di questo sono convinto. Inoltre ciò si confà alla mia indole».

Fiero dei molti nuovi posti di lavoro

Ma ci fu ancora qualche ostacolo da superare prima che l'outlet FoxTown aprisse i cancelli a 15 mesi di distanza dall'idea originale. La sede prevista da Silvio Tarchini era nella zona industriale. Grazie all'argomentazione che i negozi di FoxTown fossero una sorta di outlet il Comune di Mendrisio dette il suo assenso. Un ulteriore problema fu l'apertura domenicale, perché in tutto il mondo gli outlet sono aperti sette giorni su sette. «Andai a Bellinzona a rivolgere le mie richieste alle autorità preposte e trovammo una soluzione: in Ticino, per andare incontro ai turisti, nella zona di frontiera le condizioni giuridiche permettono ai negozi di aprire la domenica. Era dunque solo una questione di definizione», spiega Tarchini. Nel frattempo



Silvio Tarchini voleva diventare avvocato. Oggi il proprietario del lussuoso resort Collina d'Oro vanta una carriera imprenditoriale di grande successo.

mise anche a punto con i sindacati un contratto collettivo di lavoro. Il suo progetto di creare 200 nuovi posti in un Ticino all'epoca duramente colpito dalla crisi fu convincente. Oggi, a 20 anni dall'apertura, i negozi da 9 sono diventati 160 e al FoxTown lavorano 1300 persone. «Quando esposi per la prima volta a Credit Suisse la mia idea, il consulente mi pose moltissime domande. Anche Giacomo von Wyl sa essere molto tenace, ma è proprio questo che secondo me rende la banca adatta a un imprenditore: sapere di avere davvero a disposizione qualcuno con cui ragionare», afferma Tarchini. Von Wyl aggiunge: «Silvio Tarchini è sempre preparato in modo eccellente. I nostri input perciò non arrivano soltanto dalle nostre conoscenze bancarie ma spesso provengono dalle nostre esperienze con altri imprenditori». Opportunità di questo genere di scambi ce ne sono

abbastanza, visto che le idee al ticinese non sembrano mai mancare. Ha appena inaugurato un centro di elaborazione dati e un edificio commerciale con piccoli uffici ammobiliati per le start-up. Inoltre sta costruendo una residenza con appartamenti per anziani e l'ultima idea, che alla pubblica-

zione di questa rivista sarà già stata realizzata, è un parcheggio per auto d'epoca. Quando gli si chiede se abbia ancora qualche sogno nel cassetto che vorrebbe realizzare, Silvio Tarchini riflette un momento e poi afferma deciso: «No. I sogni che ho li realizzo passo passo».

Tarchini Group

L'impresa immobiliare è stata fondata nel 1977 e affitta oggi oltre 208 000 metri quadrati di superficie a uso industriale, commerciale o a uso magazzino; tuttavia, il fiore all'occhiello è l'outlet FoxTown. Nell'azienda lavorano anche le tre figlie di Tarchini. La più giovane, Giorgia Tarchini Gyax, ricopre il ruolo di General Manager.

tarchinigroup.com