

«Imprenditori non si nasce, si diventa»

La successione nell'impresa familiare. L'intervento di Anna Maria Artoni

ASSEMBLEA

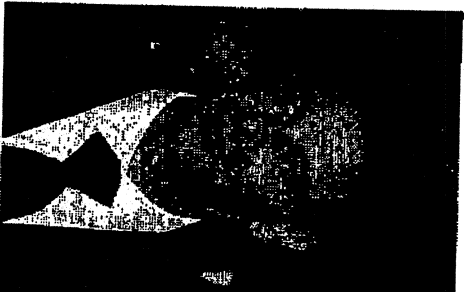
Giovani Industriali a Villa Bortolazzi

TRENTO. «Le statistiche sulla successione familiare non sono confortanti: solitamente in un'azienda su dieci la proprietà finisce sino alla terza generazione. E non abbiamo motivi per pensare che in Trentino la tendenza sia diversa...». Rocco Cristofolini, 33 anni, presidente del Gruppo Giovani Industriali, non che responsabile commerciale dell'azienda di famiglia, Tullionporfidi di Fornace (4 milioni di fatturato), una trentina di dipendenti), sintetizza così l'interesse per il tema che oggi sarà al centro dell'assemblea annuale della sezione junior di Assolindustria.

Interesse più che giustificato in uno scenario in cui il 90 per cento delle imprese è di proprietà familiare e che si trovano inevitabilmente a dover affrontare il passaggio da una generazione all'altra.

«Nodo complesso, che non sempre viene affrontato con la necessaria consapevolezza. Per questa ragione abbiamo deciso di analizzarlo con i aiuto di Angelo Vergani, amministratore delegato di Contrat Manager, che ci spiegherà come possa essere affrontato ricorrendo anche con professionalità esterne, con manager "a tempo" da affiancare ai figli che assumono responsabilità nell'azienda».

All'assemblea, che si terrà questo pomeriggio e partirà dalle ore 17 a Villa Bortolazzi, parteciperà Anna Maria Artoni, presidente del Cioova-



Rocco Cristofolini

ni Imprenditori di Cantiindustria, mentre le testimonianze di Pierantonio Macola, presidente di Webbit di Giuseppe Riello, a.d. di Riello Technology e di Alberto Taddei, a.d. di Silvelox, introdurranno la tavola rotonda coordinata ad Auro Palomba.

«Riprenderemo il tema in ottobre con uno specifico corso di formazione» annuncia Cristofolini «Stanno convinti che in un'azienda la leadership non si trasmetta con il cognome, ma la si acquista sul campo. Si nasce in una famiglia d'imprenditori è vero, ma poi imprenditori lo si diventa. Un impegno che certamente riguarda i figli, ma non esclude affatto i genitori. Se i primi debbono anzitutto interrogarsi sulla loro vera vocazione, i secondi debbono preparare con cura il passaggio, che non è per nulla scontato. Insomma, è indispensabile una consapevolezza ed un progetto comuni».

E di un'altra cosa Cristofolini è convinto: «Dobbiamo fa-

vorire il diffondersi della cultura d'impresa e betteri, favorendo la comunicazione, contro gli stereotipi. Per esempio quello che vede i giovani imprenditori come "figli di papà", ma in realtà le cose non funzionano così. Succedere in un ruolo aziendale implica l'acquisizione di capacità professionali, meglio ancora se maturate in aziende diverse. Penso: ma è solo un esempio tra i tanti - al percorso svolto da Matteo Lancelli prima di approdare alle Cantine Ferrari. Si tratta, insomma, di fare la gavetta, anche gradualmente, e capitalizzare esperienze. Poi, si sa, le eccezioni ci sono sempre. Ma, insisto, non sono la regola».

Quanto al bilancio del Gruppo di Trento, il presidente è soddisfatto. Nell'ultimo anno gli iscritti sono aumentati di 25 unità e i seminari (sulla comunicazione, sulla gestione dei conflitti, sull'internazionalizzazione...) sono stati seguiti con interesse.

«Sono state apprezzate anche le visite alle aziende. Siamo stati ospiti della Harth Marine di Arco, delle Cantine Mezzacorona (Claudio Rizzoli, a.d. di Nostlo spa, una controllata del gruppo, è nostro socio), della vicentina Pasqueronda di Calzedonia di Verona, della Piaggio e di Isoberg di Cattolica. Un bel panorama di imprese già affermate ed in crescita. Anche questo è un modo di fare esperienze» conclude Cristofolini.