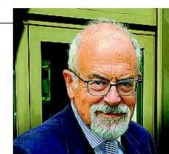


Brambilla è tornato

a cura di Franco Morganti

Il giovane imprenditore è l'anti bamboccione

Le nuove generazioni rifiutano lo stereotipo di dissipatori e propongono un ciclo virtuoso di crescita



Commento
Franco Morganti, ingegnere ed esperto in economia delle comunicazioni

Dire in Italia che bisogna uscire dallo schema familiare delle imprese è come dire che bisogna fare a meno della pasta asciutta. L'impresa italiana è familiare, persino ai massimi livelli: basta pensare a Benetton, Luxottica, Pirelli. Figuriamoci nelle Pmi. In un recente dibattito alla Luiss Pierluigi Celli ha detto però che i figli degli imprenditori valgono poco (l'espressione era più vivace), ma giovani imprenditori presenti l'hanno contraddetto. In un libro da poco uscito da Vita & Pensiero (Problemi, criticità e prospettive dell'impresa di famiglia, 383 pp., 25 €) Claudio Devecchi,

non necessariamente nel senso di fiuto, qualità molto importante per l'imprenditore. E' interessante anche vedere, dalla ricerca, quali sono, per il piccolo imprenditore dell'azienda familiare, i problemi principali: al primo posto la capacità di attrarre le persone chiave, che non sono molto attratte dalla piccola dimensione, poi, per converso, il rischio di perderle, la crisi di settore, contro cui non si può molto, la formazione del personale (che richiederebbe molte risorse, dato lo stato di scuola e università), la pressione fiscale (ma Visco dice di aver diminuito le aliquote. Peccato che insie-

che insegna all'Università Cattolica di Milano, ha analizzato il problema da tutte le angolature possibili, con dovizia di esempi e storie imprenditoriali. Dalla ricerca esce che quanto alla *vision* dell'azienda, che per la prima generazione, quella del fondatore, è lo specchio delle sue capacità imprenditoriali, per le generazioni successive essa cambia progressivamente: per la seconda è il luogo dove mettere a frutto le proprie conoscenze, per la terza è un'azienda qualunque e per la quarta è una macchina da soldi. Del resto è biologicamente probabile che i figli abbiano il naso del padre, ma

me abbia ampliato la cosiddetta «base imponibile»).

Certo ci può essere un ciclo virtuoso, dice Devecchi, dallo schema familiare a quello allargato, a quello manageriale. Del Vecchio in Luxottica ha dato un luminoso esempio di questo ciclo. Ma è proprio per compiere questo percorso che si incontrano i problemi citati. Quindi non è facile. Ci sono scuole che aiutano, ma non ci vanno i fondatori. Ci vanno i figli, che però vedono nei manager dei possibili rivali. Ci vorrebbero forse dei blog in cui gli imprenditori (ma i fondatori non vanno su Internet) esponessero i loro deside-



ri e trovassero una passerella di manager pronti ad aiutarli. Ci penserà eBay?

D'altra parte, se l'Italia ha il suo punto di forza nelle Pmi e le Pmi sono familiari, ci sarà pure qualche aspetto positivo nel modello di Famiglia Srl. Qualche mese fa ho chiesto a Confapi di indicarmi un'azienda in cui il ricambio generazionale si fosse verificato in modo positivo. È così che ho conosciuto Luca Terenzi, attualmente a capo della Terenzi Srl a soli ventinove anni. In tre anni, da quando ha interrotto gli studi per prendere in azienda il posto del padre fondatore, ha cambiato macchina-

ri e prodotti, ha stabilito alleanze, sta uscendo dalla subfornitura di un'azienda di stampaggio di lamiera e materie plastiche e comincia a fare prodotti del design. Durante la visita abbiamo incontrato una persona più anziana che accudiva agli impianti. Luca mi ha detto «È mio padre». Una successione indolore, tenendo in casa il fondatore con tutto il suo database vivente. Forse per il figlio di Luca l'azienda sarà un'azienda qualsiasi e per suo nipote una macchina da soldi, ma intanto funziona e Luca sta per compiere trent'anni. Altro che bamboccioni.

franco_morganti@libero.it