

Imprenditoria e territorio

Generazioni a confronto. All'Università uno studio su "Fondazioni, family reputation e sostenibilità intergenerazionale". Come cambiano i modelli: da tabù a risorsa sociale per economia e comunità

Padri e figli, un nuovo patto di fiducia per vincere la "sindrome del faraone"

Storie vincenti (e scontri «feroci ma costruttivi») nel ricambio delle imprese catanesi



Mimmo Costanzo (Cogip)

«Mio padre ci fece il più bel regalo: la fiducia, ma distinguendo i ruoli. La stessa fiducia l'ho data ai miei manager, con cui condivido valori»



Alessandro Scelfo (Etna Trasporti)

«Le aziende devono essere flessibili sul mercato ma ferme nei valori, perché senza di essi non può nascere una realtà votata allo sviluppo»

MARIO BARRESI

All'inizio della mattinata aleggiava la "sindrome del faraone". Quella maledizione, con un alone tutto siciliano, per cui nelle imprese il passaggio di generazioni è più che un tabù. Una bomba a orologeria, un elemento di distruzione piuttosto che di costruzione. In nome della difficoltà del padre di trasferire la responsabilità (e magari la fiducia) al figlio. E invece no. Vi anticipiamo subito l'epilogo: nell'auditorium dei Benedettini, alla fine del convegno "Fondazioni, Family Reputation & Sostenibilità Intergenerazionale" organizzato dal Dipartimento Economia e Impresa dell'Università di Catania, alla fine c'è stato un colpo di scena. Nessuna scena edipica, ma uno schietto confronto fra generazioni. Concluso se, non con una certezza, almeno con una speranza. Riassunta da Elita Schillaci, economista e "anima" di questa giornata: «C'è un nuovo capitalismo, più umanitario e consapevole, che non si copre del mantello nero del nepotismo e del familismo amorale, ma si apre al familismo operoso. Quello che non subisce gli eventi, ma costruisce il futuro desiderabile in una comunità allargata con i valori della responsabilità sociale».

Ma facciamo qualche passo indietro e andiamo all'inizio di questa giornata, dove dopo i saluti istituzionali (Giuseppe Speciale a nome del rettore Antonino Recca e Domenico Bonaccorsi di Reburdone per Confindustria Catania), si è subito entrati nel vivo del problema. Con un "outing" di Silvio On-

tario, presidente del Gruppo Giovani di Confindustria Sicilia: «Mio nonno mi impediva di incidere nell'azienda di famiglia con le mie idee e ho dovuto aprirne una tutta mia per sbloccare questa situazione». E poi le testimonianze. Lui la chiama «Cristina», è sua madre, «ma anche il mio capo». Luca Busi, manager di Sibeg del gruppo Coca-Cola racconta del «coraggio di una donna che ha preso il comando dopo la scomparsa di mio padre», ma anche di «scontri, duri ma costruttivi», quando si devono prendere delle decisioni. La madre ha ricordato «l'importanza delle regole: prima l'azienda e poi la famiglia». E infatti «figli e nipoti devono valere, altrimenti meglio dare spazio ai manager». Valori incarnati

dalla storia di Mimmo Costanzo, ad di Cogip: «Mio padre (Giuseppe, orgoglioso e commosso in platea, ndr) a noi figli fece il regalo più grande, con una scelta coraggiosa e lungimirante: la fiducia. Ma definendo i ruoli per evitare potenziali conflittualità. Poi ho proseguito per la mia strada e ho fatto anch'io una scelta di fiducia: perdere un pezzo del mio potere, delegando ai manager, con cui condivido valori di vita prima che di lavoro, sia nelle scelte operative, sia nel board del gruppo».

La storia del gruppo Montante (assenti Antonello e la figlia Alessandra) è stata raccontata da Alessandro Pilati: dalla piccola fabbrica di bici d'inizio '900 a un'azienda leader nella produzione di

componenti per veicoli industriali. «Le aziende devono essere flessibili sul mercato ma ferme nei valori, perché senza di essi non può nascere una realtà votata allo sviluppo», ha affermato Alessandro Scelfo da 62 anni alla guida di Etna Trasporti e presidente regionale dei Cavalieri del Lavoro. Da figlio e nipote unico, erede della Domenico Sanfilippo Editore, a padre di cinque figli: Mario Ciancio, direttore del quotidiano "La Sicilia", sottolinea «il bisogno di valori, oggi più che mai, nel mondo della comunicazione». Mentre il figlio Domenico lancia una provocazione agli economisti: studiare il ruolo delle madri delle dinastie imprenditoriali, che hanno «un ruolo silenzioso ma incisivo».



Luca Busi (Sibeg)

«Un rapporto dosato sull'equilibrio tra unione e conflitto, che si è tradotto nel rilancio positivo sul mercato della realtà imprenditoriale»

Fondazioni, un "salvadanaio" che aiuta il territorio

Corre un brivido freddo sulla schiena degli imprenditori, genitori e figli. Quando Flavio Ravera, manager di Intesa Sanpaolo, racconta la storia di un'azienda di famiglia dilaniata dagli scontri fra "parenti serpenti": «Si sono addirittura denunciati reciprocamente al fisco per evasione fiscale e alla fine sono stati i finanziari a fare da pacieri...». E così, nel gelo della sala si cementa una convinzione: «Le fondazioni di famiglia sono lo strumento migliore per gestire il ricambio generazionale nelle imprese». A nome del gruppo di studio coordinato da Elita Schillaci il docente Marco Romano ha tracciato l'identikit delle fondazioni: nascono per mantenere il "mito di famiglia" e costruire la sostenibilità



dinamica, per enfatizzare il rapporto con la terra d'origine, per aiutare chi è in stato di povertà e svantaggio; ma c'è anche una mutazione genetica di manager di successo che si trasformano in imprenditori sociali.

La forte identificazione tra azienda e famiglia al comando e il desiderio di perpetuarla nel tempo sfociano nella creazione delle fondazioni, nate - secondo il notaio Carlo Saggio - «spesso per senso di gratitudine nei confronti del territorio che fa da scenario alla vita imprenditoriale di genitori e figli». Ma attenzione: «Devono essere istituite quando si ha ben chiaro lo scopo sociale che si vuole raggiungere». Evitando un'inutile parcellizzazione: «Si sta diffondendo in Italia la "fondazionite" - afferma infatti Carlo Borgomeo, presidente della Fondazione con il Sud - perché si pensa che costituendo una fondazione l'impresa conquisti una dimensione sociale. In realtà le aziende posseggono già una propria socialità». Il docente Giuseppe Vecchio ha sottolineato come «lo sviluppo del capitale umano, la diffusione di valori condivisi e la coesione tra il personale costituiscono risorse fondamentali nell'ottica della conquista e del mantenimento del vantaggio competitivo». Sintesi da perfetto desk giornalistico nelle conclusioni di Nino Amadore ("Il Sole-24Ore"): «Un territorio senza fondazioni è un territorio più povero».

MA. B.



Cristina Busi (Sibeg)

«Le regole sono importanti: prima l'azienda e poi la famiglia. E infatti figli e nipoti devono valere, altrimenti meglio dare spazio ai manager»

Voglia di Mare...
Borse Assortite

con una spesa di € 20,00
aggiungendo solo € 2,00*

Super Spaccio Alimentare

Dalla tua parte!

PARCO COMMERCIALE I PORTALI - San Giovanni la Punta (Ct)

Aperto tutti i giorni orario continuato dalle ore 9:00 alle 21:00