

Sempre meno i vecchi patron ecco chi ha ceduto la guida

UNO STUDIO DELLA BOCCONI
CONFERMA CHE L'ESPERIENZA
INTERNAZIONALE E LA
VISIONE DI MERCATO DEL
DIRIGENTE PROFESSIONISTA
È FONDAMENTALE PER LO
SVILUPPO DELLA SOCIETÀ

Giorgio Lonardi

Milano

Ha fatto clamore l'ultima mossa di Leonardo Del Vecchio, maggiore azionista del colosso Luxottica. A fine gennaio, di punto in bianco, Del Vecchio ha liquidato Adil Mehboob-Khan, uno dei due amministratori delegati del gigante dell'occhialeria mondiale. E subito dopo si è messo in tasca le deleghe del manager di origine pachistana assumendone le funzioni. Il motivo: la necessità di un "rinnovato spirito imprenditoriale". Qualcosa di simile era accaduto nel 2004 quando, con un micidiale uno-due, Bernardino Caprotti, padre-padrone di Es-selunga prima defenestrava i manager assunti dal figlio Giuseppe e poi metteva in un angolo il rampollo stesso per riprendere il controllo totale del gruppo. L'erede, secondo Bernardino, non era stato all'altezza del suo compito. Meglio fare da solo.

Eppure le scelte dei due patriarchi dell'imprenditoria italiana (91 anni Caprotti, dieci di meno Del Vecchio) non sono l'indizio di un ritorno dei padroni in prima linea nella trincea della fabbrica. Al contrario si tratta semplicemente dell'ennesima prova del vigore dei "quattro decani" della nostra industria includendo nel poker d'assi Giorgio Armani, 82 anni il prossimo 11 luglio e Marco Brunelli, (88 anni) impegnato a costruire ad Arese il più grande centro commerciale d'Italia.

«In realtà - spiega Enrico Pedretti, direttore marketing di Manageritalia, l'associazione dei manager del terziario - sta accadendo proprio il contrario. Lo dimostra il caso di Eataly, la catena di delikatessen alimentari fondata da Oscar Fari-

netti che lo scorso settembre ha fatto un passo indietro lasciando che fosse Andrea Guerra a prendere in mano l'azienda come presidente esecutivo. Lo stesso Guerra che aveva lasciato Luxottica in seguito a dissapori con Del Vecchio. E lo certificano i casi di decine di aziende che per crescere si rivolgono a manager esperti».

In effetti gli esempi sono parecchi. Ci si può affidare a un manager giovane come Marco Pozzo (classe 1970) per sfruttarne le competenze in campo internazionale maturate in 15 anni di lavoro per il Gruppo Ermenegildo Zegna. Ed è stata proprio questa la scelta fatta dalla Alessi, uno dei brand più noti del design italiano che per la prima volta nella sua storia ha scelto un amministratore delegato esterno alla famiglia. Oppure la vecchia proprietà può puntare su Jimmy Clarini, manager di Capital Partners, società specialità in ristrutturazioni aziendali, per tirare fuori dalle secche della crisi la Malmoli Rubinetterie di Lacchiarella, a un tiro di schioppo da Milano. A volte può essere un profilo professionale originale e una caratura culturale di livello come quella di Antonio Baravalle, ex direttore generale Educational del Gruppo Mondadori ed ex ad di Giulio Einaudi Editore a fare la differenza. E a convincere la Lavazza ad assumerlo come amministratore delegato.

«In linea di massima», spiega Guido Corbetta, professore alla Bocconi di strategia delle aziende famigliari "i motivi per affidare un'impresa ad un manager sono sostanzialmente due. La prima: si capisce che le competenze del manager stesso sono indispensabili all'azienda per rimanere sul mercato. La seconda: si chiama un manager per risolvere un'impasse interna alla famiglia spesso connessa alla preparazione della successione imprenditoriale". Emblematico il caso del gruppo Tecnica, leader mondiale dello scarpone da sci anche grazie al marchio Nordi-

ca. Lo ha spiegato Alberto Zanatta, vicepresidente e figlio del cofondatore di Tecnica Giancarlo Zanatta in un'intervista a La Stampa: "L'entrata di Peter Weaver, il nostro amministratore delegato americano, è servita ad attutire e ha fatto da cuscinetto durante il passaggio generazionale".

Insomma, anche in Italia i manager stanno arrivando alla guida delle imprese. E la prova la fornisce l'Osservatorio AUB (AidAF, UniCredit, Bocconi) sulle aziende famigliari a

cura del professor Corbetta. A questo proposito la prima osservazione da fare è che la crisi spinge la carica dei manager. Per accorgersene basta puntare la lente d'ingrandimento sulle 4.184 aziende che hanno oltre 50 milioni di fatturato. Ebbene, ancora nel 2008 erano 59 gli imprenditori che per i motivi più vari abbandonavano le posizioni di vertice (amministratore delegato, presidente esecutivo, amministratore unico) per essere sostituiti da 55 famigliari. La differenza fra 59 e 55 risulta coperta da 4 manager esterni. Sette anni dopo, nel 2014, la situazione è cambiata: escono 87 membri della famiglia e ne entrano 62. Nel corso di questo periodo - è spiegato nelle tabelle dell'Osservatorio AUB - assistiamo all'ingresso di 66 manager ai vertici aziendali.

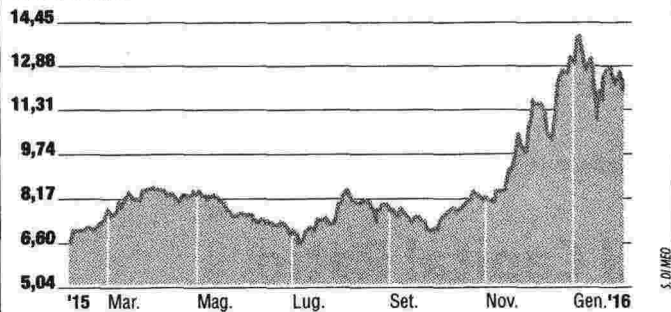
Certo, 66 manager ai piani alti delle imprese italiane possono sembrare pochi.

Tuttavia il segnale rimane importante anche se non tutti gli imprenditori sono come Luca Garavoglia, presidente e primo azionista della Campari, noto per la sua discrezione e ben attento a distinguere il suo ruolo di azionista da quello dell'ad Robert Kunze-Concewitz. In ogni caso si moltiplicano gli indizi positivi. Che dire della scelta di Five For Foundry (160 milioni di ricavi, rete d'impresa nelle macchine per l'alluminio composta da 10 pmi italiane e 4 estere) di assumere Barbara Dolcini come prima mana-

ger di rete italiana?

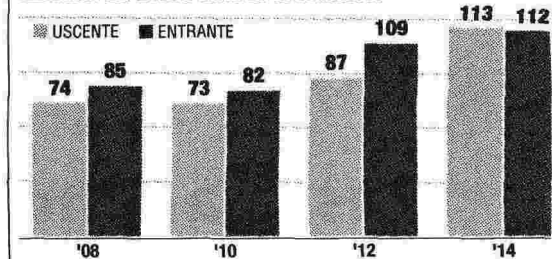
SAES GETTERS IN BORSA

Euro a Milano

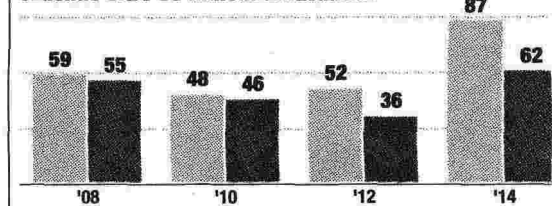


L'AVANZATA DEI MANAGER "NON FAMILIARI"

Aziende da 20/50 milioni di fatturato



Aziende oltre 50 milioni di fatturato



Qui sopra, **Giorgio Armani** (1); **Bernardino Caprotti**, patron della Esselunga (2); **Luca Garavoglia**, presidente della Campari (3); **Oscar Farinetti**, fondatore di Eataly (4)

