

IL CASO DI ATHENA E DELLE ALTRE. L'industria di Alonte ha ospitato l'esperto Weishaupt con il suo libro di analisi europea

# Aziende familiari: 10 segreti anti-crisi

## Vicinanza ai clienti e ai dipendenti e poca propensione a indebitarsi

Cinzia Zuccon

Esiste una sorta di Dna che determina il segreto del successo delle imprese familiari migliori, delle caratteristiche "genetiche" che, se utilizzate al meglio, le rendono superiori a qualsiasi altra tipologia di impresa. Individuare i loro punti di forza per implementare azioni al riguardo è stato il motivo che ha spinto Athena, azienda familiare ormai diventata un gruppo internazionale, ad estendere a una quarantina di imprenditori l'invito a partecipare nella sua sede di Alonte alla presentazione del libro "Family Business Model, la diversità radicale nel Dna delle imprese migliori". Su cosa contraddistingue le imprese familiari con le migliori performance ha infatti indagato Markus Weishaupt, consulente aziendale esperto di imprese familiari e fondatore di Weissman Italia, Austria, Svizzera.

**DA SINONIMO DI 'VECCHIO' A ESEMPI DA SEGUIRE.** «Il termine "Impresa familiare" sul finire dello scorso decennio - sottolinea Weishaupt - era sinonimo di vecchio, piccolo e negativo salvo, all'indomani del 2008, farne delle star perché hanno retto la crisi molto meglio delle altre. Proprio per non passare da un estremo all'altro, nel volume si analizzano i fattori alla base del successo delle imprese familiari, elementi che hanno loro permesso di affrontare i cambiamenti e rafforzare nel

tempo la competitività». Weishaupt ha scritto il libro sulla base della conoscenza diretta di centinaia di imprese familiari e, in particolare, di un'indagine svolta dal 2012 al 2014 in imprese tedesche, austriache, svizzere, italiane: riassume le 10 caratteristiche che accomunano tutte le imprese familiari eccellenti.

**DIECI FATTORI PER IL SUCCESSO.** Il primo elemento di successo è la piena convergenza tra proprietà e gestione dell'azienda: consente di decidere con rapidità sapendo che ogni decisione avrà una conseguenza diretta sul patrimonio. Le aziende familiari poi hanno a cuore la longevità e per garantirselo sono disposte anche rinunciare a profitti immediati: «Un'azienda longeva - dice Weishaupt - poggia su due pilastri: è sana, attrattiva, competitiva e costruisce per tempo, anche con atti testamentari, il passaggio generazionale». Il terzo fattore di successo sta nei valori tipici del "commerciante rispettabile": onestà, stima, famiglia, rapporto col territorio. Valori che si riverberano sul quarto fattore: i dipendenti, assicurandosene impegno e lealtà e competenza. Il fattore nr. 5 è la capacità di produrre sempre nuovi vantaggi competitivi grazie a tecnologia e innovazione, abilità nel fare rete e vicinanza al cliente. Sanno poi coniugare innovazione e tradizione coinvolgendo i collaboratori e sperimentando

la cultura positiva dell'errore. Settimo: l'internazionalizzazione è un elemento portante, a prescindere dalle dimensioni aziendali. Ottavo elemento, sono fanatiche dei clienti e ne soddisfano le aspettative anche per preservare la rispettabilità del nome della famiglia che spesso coincide col prodotto. Infine, tendono a non indebitarsi perché l'indipendenza finanziaria determina quella decisionale e, 10° fattore, riescono ad adeguare con anticipo sia il cambiamento del management che dei vertici.

**ATHENA.** Una fotografia complessiva, quella del volume di Weishaupt, nella quale si è riconosciuta anche Athena. «La visione e l'identità aziendale - ha detto il presidente Gianni Mancassola - è ciò che ci stiamo impegnando a trasmettere in un passaggio generazionale che abbiamo costruito molto tempo fa. Se abbiamo deciso di ospitare questo e altri incontri è perché, in generale, le aziende familiari corrono anche un rischio: fare molto e ascoltare poco, ma per crescere c'è bisogno anche di confrontarsi al fine di predisporre nuove strategie». ●

### Brand famosi

**DA ADIDAS E LIDL ALL'AZIENDA VICENTINA VALGONO METÀ PIL E IL 50% DEGLI OCCUPATI**

Le imprese familiari in Europa rappresentano il 75% del totale delle aziende, producono la metà del Pil e occupano un dipendente su due. In Italia la percentuale di aziende familiari arriva al 93%. Tra le 200 aziende familiari esaminate nel volume di Markus Weishaupt - con un fatturato compreso tra i 10 milioni e i 2 miliardi di euro - sono citate, tra le altre, Adidas, Locker, Miele, Lidl e, tra le italiane, Fassina, Fratelli Carli, Bauli, Geox, Alessi, Brembo e naturalmente anche Athena. Il gruppo con sede ad Alonte fa capo ad una decina di soci e oggi conta 3 divisioni - Athena Industries, Athena Parts e Athena Distribution - e 10 stabilimenti nel mondo. Athena è attiva nell'ambito della progettazione e realizzazione di componenti in ambito industriale, agricolo e automotive, nell'aftermarket moto e nella distribuzione di tecnologie per l'Italia (come Gopro e Vr46). cz.





Gianni Mancassola, presidente di Athena, e Markus Weishaupt