

CDENARO
TEMPO LIBERO
ECONOMIA
LIFESTYLE

Capital

Classificatori

NUMERO 501
(NUOVA SERIE)

SETTEMBRE - OTTOBRE 2023

€ 4,50 *

Classifiche

Le aziende al vertice
nell'Intelligenza Artificiale

Altro che startup

Dal grafene alle microcar
come si innova in Italia

Professionisti

Quelli che scelgono
la via dell'impresa

Enclave del lusso

I due km quadrati
più esclusivi del mondoMatteo e Michele
Colaninno,
rispettivamente
presidente esecutivo
e amministratore
delegato di Piaggio
e di Immsi

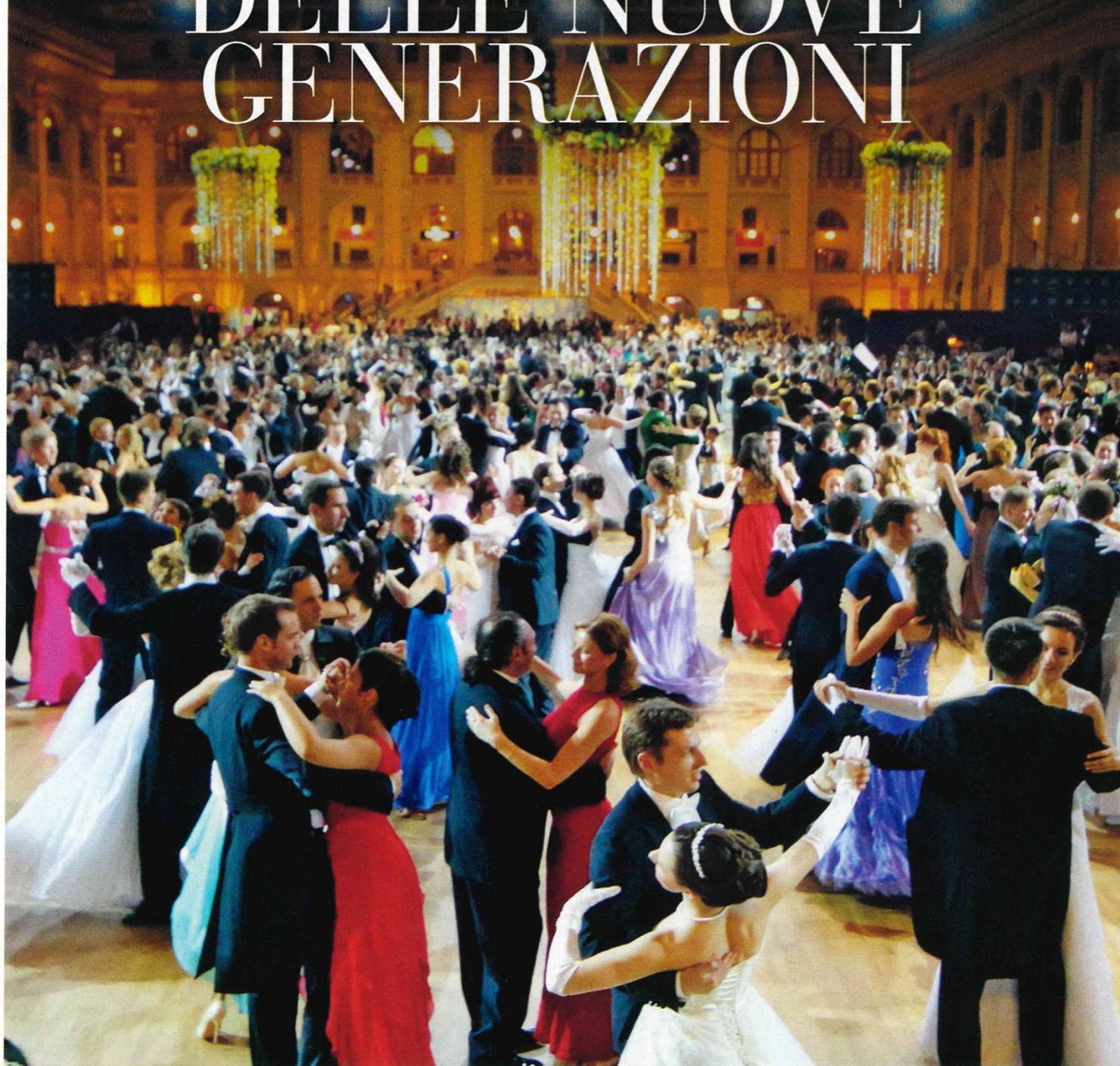
Nuove generazioni

Prendere il testimone da genitori vincenti

* DA ABBINARE OBBLIGATORIAMENTE ED ESCLUSIVAMENTE: MARTEDI' 3 OTTOBRE CON MERCATI FINANZIARI O ITALIA OGGI A EURO 4,50 (MEFIO 2,00 + CAPITAL 2,50) IN TUTTA ITALIA**
IN TUTTI GLI ALTRI GIORNI SOLO CAPITAL A EURO 4,50. ** SOLO NELLE AREE COPERTE DALLA DISTRIBUZIONE, NELLE ALTRE AREE DAL 27 SETTEMBRE SOLO CAPITAL A EURO 4,50

Sono gli eredi delle grandi dinastie industriali italiane. C'è chi ha preso da poco in mano il timone dell'azienda e chi si prepara a rilevare il testimone accumulando esperienze "extra moenia" | di Lucia Gabriela Benenati

AL GRAN BALLO DELLE NUOVE GENERAZIONI



Rappresentano il futuro (in alcuni casi già il presente) di aziende di famiglia che nel corso degli anni hanno saputo diventare marchio, identità e racconto di cui andare orgogliosi in tutto il mondo. Sono gli eredi delle grandi dinastie industriali italiane, che *Capital* vi propone in queste pagine, pronti a creare nuovo valore, contribuendo al rinnovamento e al successo dell'impresa grazie allo sviluppo di nuovi piani strategici e all'innovazione di processo e di prodotto, senza mai tralasciare ambiti rilevanti come digitalizzazione, managerializzazione, internazionalizzazione e strategie orientate a sostenibilità e responsabilità sociale. «Tante imprese familiari prosperano e riescono a mantenersi redditizie proprio attraverso le nuove generazioni», afferma Valentina Lazzarotti, co-direttore, con Salvatore Sciascia, di Fabula, il Family Business Lab della Liuc di Castellanza. Insieme hanno scritto il libro *Imprese familiari e creazione di valore*. «Alcuni sono capaci di apportare cambiamenti radicali con impatti significativi soprattutto in termini di innovazione, altri valorizzano la tradizione, migliorando le caratteristiche del business». Come hanno fatto, per esempio, Fabio de' Longhi e le sorelle Nonino. C'è chi, prima di cimentarsi con il business di famiglia, sceglie di farsi le ossa in altre aziende, ricoprendo diversi ruoli per formarsi all'insegna della poliedricità e affinare al meglio alcune delle qualità che via via emergono; chi è capace di gestire un'elevata complessità del business, come i fratelli Enrico e Nicola Drago; chi è sempre alla ricerca di nuove sfide, come Delfina Delettrez Fendi; chi spinge verso la managerializzazione e la definizione di nuovi assetti organizzativi, anche attraverso un'apertura del board, come hanno fatto i fratelli Lucia e Alberto Giovanni Aleotti, e chi sceglie di trasformare addirittura la tipologia di business, come è successo nella famiglia Pesenti. «Tutti, però, continuano, a far prosperare l'azienda nel tempo, tant'è che si parla di valore transgenerazionale».

Erica Alessandri

Cultura polivalente (parla quattro lingue), esperienze all'estero (ha studiato a Londra e Singapore), tecnologia e un approccio olistico e comunitario alla mission aziendale per portare avanti cambiamenti concreti. Sono le caratteristiche di Erica Alessandri, 32 anni, figlia di Nerio, presidente e fondatore del colosso leader mondiale di sport e wellness Technogym. Erica è board member e digital product manager e rappresenta la nuova generazione che porterà l'azienda di famiglia nel domani, coniugando lo sport alla filosofia, a software e servizi. Laurea in Business management all'Università Queen Mary di Londra nel 2012, Mba all'Insead,

ha fatto il suo ingresso in azienda nel 2016 dopo esperienze internazionali di lavoro e volontariato. «L'innovazione fa da sempre parte del dna di Technogym, fondata nel 1983 in un garage dove sono stati realizzati i primi prodotti per l'esercizio fisico», racconta. Per la giovane digital product manager innovare significa affiancare agli ingranaggi oliati dei macchinari tutte le potenzialità del digitale, «con un ecosistema fatto di smart equipment, software, applicazioni e contenuti». Nel 2021 è stata nominata Young global leader, unica italiana selezionata fra 112 giovani di tutto il mondo.

Silvia Allegrini

È la figlia di Walter (scomparso prematuramente nel 2003) e insieme con gli zii Marilisa e Franco è alla guida di Alle-

grini, il Gruppo della cantina di Fumane celebre per l'Amarone e i rossi di Valpolicella, che nel 2022 ha festeggiato il fatturato record di 29,7 milioni di euro. Una crescita del 18% rispetto al 2021 e del 50% negli ultimi due anni, che consente alle aziende del Gruppo di guardare con fiducia ai prossimi anni. Silvia Allegrini rappresenta la settima generazione (assieme ai cugini Caterina e Francesco) della famiglia veronese che vive di vino dal XVI secolo e, da allora, tramanda la cultura della vite. Da sempre abita sopra la cantina di Fumane. «Ai tempi della scuola invitavo le mie compagne per

fare i compiti e spesso mi facevano notare che si sentiva un forte odore di vino», ricorda. «A loro non piaceva per niente, mentre per me era la normalità assoluta. Il vino è nel dna della nostra famiglia».

Caterina Mastella Allegrini

È la figlia di Marilisa Allegrini, amministratore delegato del Gruppo Allegrini, la donna che lanciò negli Stati Uniti il principe della Valpolicella meritando il soprannome di Lady Amarone. Caterina Mastella Allegrini rappresenta la settima generazione della famiglia e ricopre il ruolo di direttrice marketing di Villa Della Torre, amministratore delegato di San Polo (Montalcino) e responsabile dei progetti culturali per Allegrini Estates (le altre cantine sono Allegrini in Veneto e Poggio al Tesoro a Bolgheri). Laureata in Scienze filosofiche, sotto la guida di Massimo Cacciari, sta svolgendo un dottorato di ricerca in filosofia all'Università Vita-Salute San Raffaele perché «profondamente convinta che il vino e la filosofia abbiano molto più in comune di quello che si potrebbe pensare». Dalla madre Marilisa ha imparato come tenacia e passione siano due elementi fondamentali per raggiungere gli obiettivi prefissati. ▶▶

«Tante imprese familiari prosperano e riescono a mantenersi redditizie proprio attraverso le nuove generazioni».

Valentina Lazzarotti, co-direttore del Family Business Lab della Liuc



Cristina, Antonella, Elisabetta e Francesca Nonino

La loro è la storia di un grande amore e di una intuizione che hanno cambiato per sempre il mondo della grappa. A Ronchi di Percoto, nel cuore del Friuli, l'arte della distilleria ha un solo nome, Nonino. Quello di Giannola e Benito, che hanno trasformato la grappa da una Cenerentola relegata a scaldare gli animi dei contadini durante il rigore dell'inverno a regina delle acqueviti. E quello delle tre figlie: Cristina, la maggiore, distillatrice artigiana, e Antonella, la secondogenita, che segue marketing, comunicazione, il Premio Nonino e lo sviluppo di nuovi prodotti, siedono entrambe nel cda; Elisabetta, la minore, distillatrice, con patente di caldaia a vapore, è il ceo di questa azienda (quasi) tutta al femminile. Il nuovo volto dei Nonino, tra social e comunicazione che non si ferma, è Francesca, 32 anni, figlia di Cristina, rappresenta la sesta generazione, è responsabile della comunicazione web ed è stata premiata come influencer della grappa. «Non avrei mai pensato che potesse esistere un titolo simile», osserva Francesca, «ma ha dato senso a tutto quello che stavo facendo: divulgare il valore della nostra grappa e la storia della nostra famiglia, che è emozionante indipendentemente dal fatto che piaccia o meno il nostro prodotto». Nel 2020 Grappa Nonino è stata insignita a San Francisco del Wine Enthusiast Wine Star Awards, il più importante premio internazionale di Wine&Spirits, che l'ha nominata migliore distilleria del mondo.

rettore marketing e comunicazione dell'impresa di quello che è il più grande Gruppo italiano privato nel design di alta gamma. «Ci consideriamo prima di tutto una grande dinastia nata come laboratorio artigianale», dichiara. «Ci contraddistingue un grande attaccamento alle nostre radici, al nostro territorio, ma allo stesso tempo uno sguardo globale». Il Gruppo ha una doppia anima, familiare e manageriale, con 80 flagship store e 12 filiali in più di 90 Paesi nel mondo. «Quindi abbiamo da una parte una visione obbligatoriamente allargata, ma allo stesso tempo teniamo salde le radici in Brianza».

Pasquale junior Natuzzi

Da quando ha fatto il suo ingresso in azienda, nel 2012, Pasquale Junior Natuzzi ha lavorato alla trasformazione del Gruppo Natuzzi, fondato nel 1959 dal padre Pasquale, quotato a New York dal 1993 e tra i principali player globali nel mercato del mobile. «Negli ultimi dieci anni abbiamo cercato di trasformarlo in un lifestyle brand, da trademark a brand, da brand a retailer e infine a lifestyle retailer», racconta Pasquale Junior, che ricopre il ruolo di chief brand officer di Natuzzi Italia e quello di chief creative officer dell'intera azienda, oltre a essere membro del cda. Obiettivo raggiunto grazie al coinvolgimento di grandi designer e archistar e di creativi di musica, arte, cinema, moda e food. «Ho iniziato a portare firme da tutto il mondo che mai avevano lavorato con Natuzzi. Avevo in mente un'idea di design brand e quindi di contaminazione creativa per evolverne il dna. Il nome è The circle of harmony: è un uliveto creativo in Puglia dove ci si incontra, si sperimenta, ci si

scambiano idee che si portano avanti all'insegna dell'amore autentico per il progetto». Il gigante di Santeramo in Colle ha chiuso il 2022 con un fatturato di 468,5 milioni, in crescita del 9,6% sul 2021.

Luigi Passera

«Vogliamo portare il lusso dove ancora non c'è». Nelle parole di Luigi Passera, figlio del banchiere Corrado, c'è la ferrea volontà di far crescere l'azienda di famiglia che da oltre 100 anni opera nel settore alberghiero, LarioHotels, e vanta tre strutture storiche nell'area di Como come Villa Flori, il Terminus e il Posta design. Il focus della strategia di crescita passa attraverso il progetto Vista, la nuova catena di charme cinque stelle lusso. «Il nostro obiettivo è di scegliere strutture situate in luoghi ricchi di storia e fascino artistico, dove l'ospitalità di lusso non è ancora pienamente sviluppata e dove la crescita del turismo prevista nei prossimi anni richiederà alberghi di qualità sempre migliori», spiega il ceo. Ai due hotel che già fanno parte del brand Vista, a Como e Verona, entro il 2025 si aggiungerà Ostuni, progetto che prevede la riqualificazione dell'ex Manifattura Tabacchi, uno storico edificio nella città bianca più famosa d'Europa. I prossimi anni potrebbero vedere un'ulteriore espansione della catena lariana in altre regioni. «La ricerca è già in atto in Sicilia, Campania e nella zona di Trieste».

Roberto Pesenti

Lo scorso aprile, quando ha cooptato il figlio Roberto nel cda della holding di famiglia, Italmobiliare, Carlo Pesenti ha mosso il primo passo verso il cambio generazionale. ►►

AT THE GRAND BALL OF THE NEW GENERATIONS

They are the heirs of the great Italian industrial dynasties. There are those who have recently taken over the helm of the company and those who are preparing to take over the baton by accumulating "extra moenia" experiences

by Lucia Gabriela Benenati

They represent the future (in some cases already the present) of family businesses that over the years have managed to become a brand, identity and story to be proud of all over the world. They are the heirs of the great Italian industrial dynasties, which Capital proposes to you in these pages, ready to create new value, contributing to the renewal and success of the company thanks to the development of new strategic plans as well as process and product innovation, without ever neglecting relevant areas such as digitalization, managerialization, internationalization and strategies oriented towards sustainability and social responsibility.

«Many family businesses prosper and manage to remain profitable thanks to the new generations», says Valentina Lazzarotti, co-director, with Salvatore Sciascia, of Fabula, the Family Business Lab of the Liuc of Castellanza. Together they wrote the book *Family Businesses and Value Creation*.

«Some are capable of making radical changes with significant impacts especially in terms of innovation, others enhance tradition, improving the characteristics of the business». As, for example, Fabio de' Longhi and the **Nonino** sisters did. There are those who, before venturing in the family business, choose to gain experience in other companies, covering various roles to train themselves in the name of versatility and to better refine some of the qualities that gradually emerge; those who are capable of managing a highly complex business, like the brothers Enrico and Nicola Drago; those who are always looking for new challenges, like Delfina Delettretz Fendi; those who push towards managerialization and the definition of new organizational structures, also through an opening of the board, as the brothers Lucia and Alberto Giovanni Aleotti did, and those who choose to even transform the type of business, as happened in the Pesenti family. «Everyone, however, continues to make the company prosper over time, so much so that we talk about transgenerational value».

Cristina, Antonella, Elisabetta e Francesca **Nonino**

Theirs is the story of a great love and intuition that changed the world of grappa forever. In Ronchi di Percoto, in the heart of Friuli, the art of distillation has only one name, Nonino. That of Giannola and Benito, who transformed grappa from a Cinderella relegated to warming the souls of farmers during the harsh winter to a queen of spirits. And that of their three daughters: Cristina, the eldest, an artisan distiller, and Antonella, the second daughter, who follows marketing, communication, the Nonino Prize and the development of new products, both sit on the Board of Directors; Elisabetta, the youngest, a distiller, with a steam boiler license, is the CEO of this (almost) all-female company. The new face of the Noninos, who between social media and communication doesn't stop, is Francesca, 32 years old, daughter of Cristina, representing the sixth generation, is responsible for web communication and has been awarded as a grappa influencer. «I never thought that such a title could exist», observes Francesca, «but it gave meaning to everything I was doing: spreading the value of our grappa and the history of our family, which is exciting regardless of whether people like our product or not". In 2020 Grappa Nonino was awarded the Wine Enthusiast Wine Star Awards in San Francisco, the most important international Wine&Spirits award, which elected it the best distillery in the world.