

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

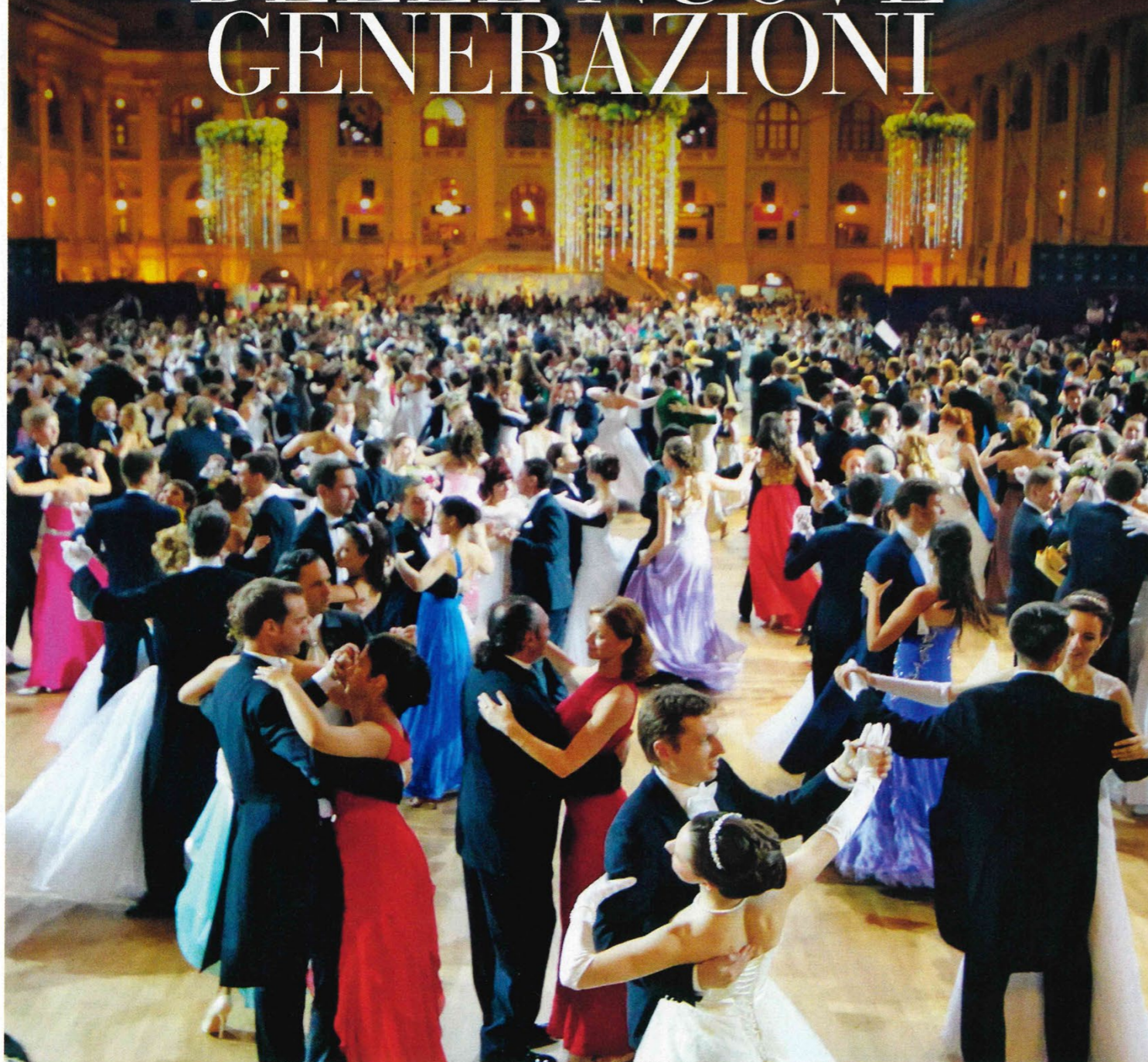
Nuove generazioni

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. ►►

AUF DEM GROSSEN BALL DER NEUEN GENERATIONEN

Sie sind die Erben der großen italienischen Industriedynastien. Einige haben erst seit kurzem das Ruder des Unternehmens übernommen, andere wiederum, sind dabei das in Kürze zu tun, aber erst nachdem sie anderswo Erfahrungen gesammelt haben.

von Lucia Gabriela Benenati

Sie repräsentieren die Zukunft (in einigen Fällen bereits die Gegenwart) von Familienunternehmen, die es im Laufe der Jahre geschafft haben, eine Marke, eine Identität und eine Geschichte zu etablieren, auf die man in der ganzen Welt stolz sein kann.

Gemeint sind die Erben der großen italienischen Industriedynastien, die *Capital* Ihnen auf diesen Seiten vorstellt. Es sind junge Menschen, die bereit sind, neue Werte zu schaffen, indem sie zur Erneuerung und zum Erfolg des Unternehmens beitragen. Dazu setzen sie auf die Entwicklung neuer strategischer Pläne und auf kontinuierliche Prozess- und Produktinnovation, ohne jemals relevante Bereiche wie Digitalisierung, neue Management-Konzepte, Internationalisierung und Strategien zu vernachlässigen, die auf Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung ausgerichtet sind.

„Viele Familienunternehmen wachsen und schaffen es, dank der jüngeren Generation erfolgreich zu bleiben“, erklärt Valentina Lazzarotti, die zusammen mit Salvatore Sciascia, Liuc's Family Business Lab *Fabula* in Castellanza leitet. Gemeinsam haben sie das Buch *Imprese familiari e creazioni di valore* (Familienunternehmen und Wertschöpfung) veröffentlicht.

„Einige sind in der Lage, radikale Veränderungen herbeizuführen, mit erheblichen Auswirkungen in Sachen Innovation, andere setzen auf Tradition, indem sie die Kernmerkmale des Unternehmens verbessern.“ Wie zum Beispiel Fabio de' Longhi und die **Nonino**-Schwestern.

Bevor sie in den Familienbetrieb einsteigen, sammeln einige Jungunternehmer zuerst Erfahrungen in anderen Unternehmen und das in unterschiedlichen Positionen, um branchenübergreifende Kenntnisse zu erwerben und Fähigkeiten zu optimieren, die sich nach und nach herausbilden und festigen; dann gibt es diejenigen, die in der Lage sind, eine hohe unternehmerische Komplexität zu meistern, wie die Brüder Enrico und Nicola Drago; und diejenigen, die immer auf der Suche nach neuen Herausforderungen sind, wie Delfina Delettrez Fendi; dann wieder diejenigen, die die Management-Erneuerung und die Definition neuer Organisationsstrukturen vorantreiben, zum Beispiel auch über neue Absprachen mit dem Vorstand, wie im Falle von Lucia und Alberto Giovanni Aleotti. Und diejenigen, die sich sogar für die Neuausrichtung des Unternehmens entscheiden, wie bei Familie Pesenti. „Alle verhelfen jedoch dem Unternehmen langfristig zu größerem Erfolg und zwar in dem Maße, dass wir von einem generationenübergreifenden Wert sprechen können.“

Cristina, Antonella, Elisabetta und Francesca **Nonino**

Es ist die Geschichte einer großen Liebe und einer großen Intuition, die die Welt des Grappas für immer verändert hat. In Ronchi di Percoto, im Herzen Friauls, hat die Kunst des Destillierens nur einen Namen: Nonino.

Der Name geht zurück auf Giannola und Benito. Sie verwandelten den Grappa, der den Bauern im kalten Winter als eine Art Wärmespender diente, vom Aschenputtel in die Königin der

Destillate. Und der Name schließt ihre drei Töchter ein: Cristina, die Älteste, ist handwerkliche Brennmeisterin, die zweitälteste Tochter Antonella ist verantwortlich für Marketing und Kommunikation sowie für den Nonino-Preis und die Entwicklung neuer Produkte; beide Schwestern sind Vorstandsmitglieder. Elisabetta, die Jüngste, ist Destillateurin, Inhaberin einer Befähigung für den Dampfkesselbetrieb sowie Geschäftsführerin dieses (fast) reinen Frauenunternehmens.

Das neue Gesicht der Noninos und zuständig für Social Media sowie 'nie endende' Kommunikation ist Francesca (32), Cristinas Tochter. Francesca, die die sechste Generation der Familie repräsentiert, ist für die Web-Kommunikation zuständig und wurde als Grappa-Influencerin ausgezeichnet. „Ich hätte nie gedacht, dass es einen solchen Titel geben könnte“, erklärt Francesca, „aber er gab allem, was ich tat, einen Sinn: den Wert unseres Grappas und unserer Familiengeschichte bekannt zu machen, die absolut spannend ist, unabhängig davon, ob man unser Erzeugnis mag oder nicht.“