

di NICOLA BRILLO Complice la crisi e il cambio generazionale le imprese familiari si stanno aprendo sempre più ai manager esterni. A Nordest, seppur lentamente, le cose stanno cambiando. A testimoniarlo lo studio Manager@Work promosso Federmanager Veneto, Manageritalia Veneto e Cida e realizzato da un team di ricercatori del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali dell'Università di Padova, guidato da Paolo Gubitta e Giusy Virone. Lento cambio di mentalità Nella ricerca, realizzata a fine 2015 in Veneto, il 53,3% dei dirigenti intervistati lavora in aziende di grandi dimensioni, con un numero di dipendenti superiore a 250. In termini di fatturato, la maggior parte delle aziende appartengono alla fascia di fatturato tra 100 e 500 milioni di euro (24%). Il 44,7% delle aziende esporta i propri prodotti e servizi al di fuori del mercato italiano, e opera nel mercato business to business. Il 52,2% delle aziende opera come subfornitore. «In Friuli Venezia Giulia, analogamente al Veneto, riscontriamo un certo cambiamento di mentalità negli imprenditori di nuova generazione, anche se molto lento», commenta Maurizio Bressani, segretario Cida (Confederazione italiana dirigenti di azienda) del Friuli-Venezia Giulia. «Oggi le aziende scontano le difficoltà della crisi e il riposizionamento di tutta l'industria. Proprio in questa delicata fase sono richieste nuove competenze e professionalità: prima fa tutte l'internazionalizzazione. Non è più possibile, come una volta, che un imprenditore per quanto brillante possa fare tutto da solo», prosegue Bressani, una lunga carriera all'interno del gruppo Ansaldo, ora consulente per le Pmi del Nordest. Grande cambiamento Riguardo al profilo delle aziende nelle quali i dirigenti lavorano, la maggior parte degli intervistati opera nel settore manifatturiero (57,5%), seguiti da un 14,8% operanti nel settore dei servizi alle imprese. Inoltre, più della metà degli intervistati lavora in aziende a proprietà familiare (54,8%). «Le aziende stanno attraversando un grande cambiamento e le società di tipo familiare si stanno aprendo un po' di più rispetto al passato», spiega Maurizio Toso, vicesegretario veneto di Federmanager, da 20 anni con ruoli dirigenziali nel settore dell'agroalimentare. «Quella che una volta era vista come una competizione, ora sta cambiando: in azienda c'è bisogno di nuova managerialità per affrontare le sfide della globalizzazione, servono giovani manager: "piccolo è bello" è valido solo per alcune nicchie. Siamo però distanti dal vedere i manager a capo di una direzione strategica dell'impresa padronale». Pochi ruoli apicali La ricerca Manager@Work dimostra infatti che sui ruoli apicali l'apertura è ancora ridotta (solo il 6,2% dei manager lavora in questa posizione). A proposito di ruoli, il 43,2% dei dirigenti è responsabile di funzione, il 28,9% ha la responsabilità di una divisione, mentre il 10,9% ha ruoli di direttore generale. La maggior parte di essi opera nell'area produzione, acquisti e logistica all'interno dell'azienda (26,4%). Dalla ricerca emerge inoltre che i responsabili di divisione operano principalmente nelle aree marketing, commerciale e vendite; i responsabili di funzione lavorano principalmente nelle aree produzione, acquisti e logistica. Mentre i manager intermedi sono abbastanza distribuiti tra le diverse aree, con speciale accentramento nella direzione generale e nelle aree marketing, commerciale e vendite. «Il mondo è diventato sempre più complesso e diversificato, le competenze sono necessarie e il manager assume il ruolo principale: è un passaggio obbligato per la sopravvivenza e sviluppo delle aziende», prosegue Bressani. «I cambiamenti sono repentini, riscontriamo gli effetti della globalizzazione nelle nostre piccole aziende e medie del Nordest. Per riuscire nella competizione internazionale bisogna operare all'interno di reti complesse, fondamentale la presenza di manager». Spazio ai giovani Un tema spesso dibattuto, in letteratura e nella società, riguarda le ridotte possibilità di sviluppo offerte ai giovani, anche se qualificati. In base alle risposte dei manager veneti il 42,4% dichiara che nella propria azienda si agisce in modo convinto per valorizzare le nuove generazioni. Per il 56,6% dice che non è vero che i manager si rifiutano di trasmettere le proprie conoscenze e competenze ai più giovani e che, quindi, sono di fatto disponibili ad svolgere il ruolo di mentor o coach per le nuove generazioni. Infine ben l'84% dichiara che i giovani sono essenziali per apportare le nuove idee con le quali generare sviluppo.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

