CONVERTER
il portale del Printing, Converting, Packaging

Convegno Gifasp 2016: il passaggio generazionale d'impresa

Da sinistra Fabio Pianetta, Segretario Gifasp con Emilio Albertini, Presidente Gifasp

Questo è stato l'argomento del XXXVI Convegno Nazionale Gifasp che si è svolto a Bardolino (VR) lo scorso giugno; l'incontro rappresenta ogni anno un'occasione di confronto e scambio di idee e opinioni tra gli associati

Dopo un breve intervento di saluto del presidente Gifasp, Emilio Albertini, ha preso la parola Paolo Roccatagliata, Leadership Organizational Learning, che ha affrontato il tema della formazione intergenerazionale degli imprenditori.

Roccatagliata ha innanzitutto definito le tre generazioni in gioco: i baby boomer, (nati tra il 1940 e il 1955), che tendono a restare in azienda, spinti sia dal desiderio di svolgere un ruolo attivo che premi l'esperienza professionale maturata, sia dalla necessità di assicurare a sé stessi e alla propria famiglia un benessere duraturo, sono la colonna portante della struttura organizzativa. La generazione X, (nati tra il 1956 e il 1970), praticamente schiacciati tra le due generazioni contigue, quindi lottano per affermare il proprio ruolo. In genere hanno un forte spirito di adattamento, inseguono lo sviluppo personale, ma hanno un approccio scettico, realistico. La generazione Y, (nati dal 1981 in poi), è multitasking, cerca il divertimento nello sviluppo personale e ha un approccio visivo, (rapido, immediato, superficiale), piuttosto che testuale (approfondito, riflessivo).

Paolo Roccatagliata, Leadership Organizational Learning

“Per rendere operativa ed efficiente la continuità d’impresa e il passaggio generazionale è necessario passare da comportamenti ego-sistemici a quelli eco-sistemici. Ma quali sono i fattori inconsapevoli che ostacolano il passaggio generazionale? L’ultima barriera è proprio l’Ego, cioè l’insieme di meccanismi automatici, istintivi e improduttivi che sono attivati dall’urgenza di proteggere o esaltare l’immagine di se stessi e l’immagine che vogliamo che gli altri abbiano di noi. Quindi l’Ego è solo una continua preoccupazione con la nostra autostima”, ha affermato Roccatagliata.

Nella tabella si possono leggere in estrema sintesi i differenti atteggiamenti di una leadership ego-sistemica e eco-sistemica. Ma anche nella risoluzione dei problemi la differenza di approccio è forte: nel primo caso i problemi si nascondono, si difende una posizione e si ha la necessità di avere ragione; nel secondo si esternano le varie questioni, si porta avanti un apprendimento di gruppo e ci si assume le proprie responsabilità.

DALLA LEADERSHIP EGO-SISTEMICA AD UNA LEADERSHIP ECO-SISTEMICA.

LEADERSHIP EGO-SISTEMICA		LEADERSHIP ECO-SISTEMICA
Comando e controllo	→	Visione condivisa
Paura e indecisione	→	Intuizione e assunzione di rischi
Cultura della competizione	→	Cultura della collaborazione
Resistenza al cambiamento	→	Pensare al di fuori degli schemi
Parlare e non mettere in pratica	→	Parlare e mettere in pratica

LOL Leadership Organizational Learning

Di generazione in generazione

Nicola Canessa, CBA Studio Legale e Tributario e Paolo Gaeta, Gaeta e Associati Tax & Estate, hanno parlato degli strumenti nuovi e tradizionali per il passaggio generazionale, regole tributarie e opportunità.

Nei prossimi cinque anni, sei aziende italiane su dieci saranno investite del problema della successione nella gestione dell'azienda di famiglia. Nel panorama delle 45 maggiori imprese familiari, solo la metà ha affidato il timone alle mani di un manager esterno, mentre nell'altra metà, il governo dell'impresa si identifica con la proprietà. Da dati rilevati dalla Banca d'Italia e un'indagine condotta su un campione di 421 imprese risulta quanto segue: forte concentrazione della proprietà (nel 57,2% delle imprese l'azionista principale detiene la maggioranza assoluta del capitale e nel 63% circa delle imprese, i soggetti controllanti presentano legami di parentela tra di loro); netta prevalenza di forme di controllo familiare; ritrosia all'ingresso di soci esterni.

La Commissione 94/1069/ CE del 7/12/94 sollecita gli stati membri a rendere più razionali ed efficienti le norme successorie che regolano il trasferimento delle imprese di piccole e medie dimensioni alla morte dell'imprenditore, con l'obiettivo di sensibilizzare l'imprenditore ai problemi della successione e a preparare la stessa finché è in vita, di creare un contesto finanziario favorevole alla successione, di assicurare la continuità delle imprese, di evitare che le imposte di successione mettano in pericolo la sopravvivenza della impresa, di incoraggiare imprenditore – anche fiscalmente – a trasferire l'azienda ai suoi dipendenti in assenza di familiari.

Tra gli strumenti del passaggio generazionale gli oratori hanno ricordato anche il trust (dall'inglese "to trust", affidarsi, aver fiducia). Il trust è un istituto giuridico di origine anglosassone che permette di destinare parte del patrimonio di un soggetto, per uno scopo determinato. Con il trust un soggetto, chiamato settlor o disponente, persona fisica o giuridica, trasferisce ad un altro soggetto detto trustee o gestore, anch'esso persona fisica o giuridica, beni di diversa natura del suo patrimonio (ad esempio quote societarie, immobili, valori mobiliari, ecc.) affinché il trustee, che ne diventa di fatto il vero proprietario, li amministri nell'interesse di un terzo beneficiario o per un fine specifico, secondo quanto disposto dal disponente e sotto l'eventuale controllo di un ulteriore soggetto, detto protector o guardiano, che svolge funzioni di controllo e di supplenza al trustee. Il trust può davvero essere uno strumento utile perché è trasparente e monitorato, consente di rispondere a esigenze che il nostro attuale sistema lascia inascoltate o insoddisfatte; è flessibile rispetto a strutture più rigide; persegue scopi meritevoli di tutela; conserva la ricchezza in Italia e l'atto viene redatto in lingua italiana.

Adele Raiola, Presidente Associazione Italiana Giovani Notai, ha parlato degli Atti di donazione e della loro applicazione.

Ricerca e formazione per il design degli imballaggi

Di questo importante argomento ha parlato Paolo Tamborrini, Politecnico di Torino. L'innovazione è un'energia multiforme che deve continuamente ridefinirsi, anche nei metodi. "La sfida è quella di disegnare gli insiemi di infrastrutture che appartengono al nostro quotidiano nel massimo rispetto e tutelando il pianeta, con importanti ricadute sulla collettività. L'innovazione può assumere, oggi, forme differenti; può infatti essere guidata da diversi aspetti: economico, ambientale, di processo, di prodotto, sociale e tecnologico. Il futuro sta nel progettare con il pubblico e non per il pubblico, facendo diventare gli utenti il soggetto e non l'oggetto dell'innovazione", ha sottolineato Tamborrini.

Il gruppo di ricerca del Systemic Innovation Design del Politecnico di Torino porta avanti ricerche su innovazione e sostenibilità, offre consulenze progettuali, diffonde la cultura del design sostenibile e si occupa di formazione nell'ambito del design sostenibile.

L'Osservatorio Ecopack del Politecnico di Torino unisce ricerca teorica e insegnamento realizzando un completo screening (finora sono stati analizzati oltre 1.200 imballaggi appartenenti a 11 categorie di prodotto), in parte aggiornato proprio dagli studenti del corso, in modo da permettere loro di lavorare a diretto contatto con i ricercatori e professionisti del settore e di sviluppare il proprio senso critico. L'Osservatorio è stato fondato nel 2005, per avere una visione complessiva delle criticità dei pack contemporanei, sviluppando una metodologia di analisi e progettazione. L'imballaggio viene considerato globalmente, non solo viene smontato e quindi si esegue l'analisi di tutte le parti che lo compongono, ma anche della comunicazione, ad esempio la percentuale di spazio sulla confezione dedicata alla comunicazione rispetto a quella dedicata all'informazione sul prodotto contenuto.

Tamborrini infine ha ricordato il progetto "Nudi o vestiti? Comunicare con l'imballaggio": con mostre, seminari e media digitali, "Nudi o Vestiti?" racconta i molteplici aspetti del progetto di un imballaggio, dalle emozioni alle tecnologie, attraverso la lente della sostenibilità ambientale.