

Il premio Sono ancora poche le aziende di famiglia meridionali che partecipano alla competizione organizzata da Eidos Partners

Passaggi generazionali «Di padre in figlio» Eredi di Amarelli cercansi nel Mezzogiorno

DI PAOLA CACACE

«**L**e famiglie sono microcosmi e le aziende di famiglia sono micro-macrocosmi fondati su valori veri e non su quelli effimeri del denaro». A dirlo è il Cavaliere del lavoro Pina Amarelli, dell'omonima azienda di liquirizie calabre Amarelli. D'altronde lo dice anche l'Enciclopedia Britannica: la liquirizia migliore è fatta in Calabria. Alessandro Magno ne dava un po' ai suoi soldati prima di andare in battaglia, per i cinesi è una medicina da 5 mila anni, e nel 1500 la famiglia Amarelli ne aveva già fatto un business tra una crociata e l'altra. Nel 1713, poi, quella stessa famiglia fonda a Rossano, in Calabria, l'attuale «concio», ancora oggi sede dell'azienda, dopo molte generazioni d'innovazione e tradizione. «Ben 14 generazioni hanno guidato l'Amarelli. E confessiamolo, stiamo già preparando le nuove leve. Ho 3 nipotine dai 4 agli 8 anni. Le migliori consulenti che si possano avere». E se le piccole di casa Amarelli danno consigli sul packaging e sui nomi dei nuovi prodotti, a guidare al momento l'azienda è Fortunato Amarelli, amministratore delegato dell'azienda e nipote di Pina cui l'anno scorso è stato conferito il premio «Di padre in figlio» per la categoria «History and Tradition». Una vittoria non da poco, fanno sapere dalla società di consulenza finanziaria organizzatrice del premio, l'Eidos Partners, mentre si prepara la V edizione del riconoscimento, visto che sono pochissime le aziende del Sud a partecipare. «Siamo molto soddisfatti — commenta Stefano Bellavi-

**L'anno scorso
all'azienda calabrese
della liquirizia andò
il riconoscimento
«History and Tradition»**

ta, managing director di Eidos Partners — di promuovere anche quest'anno il Premio che testimonia come il nostro Paese si fonda su storie imprenditoriali di successo anche grazie alla continuità garantita da una gestione responsabile del passaggio generazionale».

E non potrebbe essere più d'accordo Pina Amarelli, che ha scelto l'azienda di famiglia lasciando toga e cattedra universitaria per pura passione. «Iniziativa come quella del premio sono fondamentali. Le aziende familiari occupano il 90% del tessuto imprenditoriale italiano e sono quelle più sa-

ne, anche economicamente come dimostra la nostra longevità. Abbiamo dovuto affrontare non poche crisi economiche dal settecento a oggi. D'accordo, noi più che familiari siamo generazionali, non passiamo solo da padre a figlio ma da zio a nipote, a cugini, e così via. Ciò dimostra il tessuto solido su cui ci basiamo. Ricordo che negli anni '80 si parlava delle aziende a carattere familiare come se fossero piccole, antiquate. Non c'è niente di più sbagliato. È qualcosa di cui andar fieri. Ovviamente affiancando alla tradizione una

buona dose d'innovazione. Fortunato è un giovanissimo amministratore delegato, ha poco più di 40 anni e ha portato in azienda un'informatizzazione che certamente i nostri antenati non si sarebbero aspettati». Certo, in effetti gli Amarelli del 1731 non si aspettavano tante delle innovazioni ed espansioni avute dall'azienda che oggi esporta in tutto il mondo i suoi prodotti, che vanno dalle storiche radici fino ai più moderni prodotti di bellezza. Ed è anche a questa componente d'innovazione che è rivolto «Di padre in figlio». Lo scopo è riconoscere le capacità delle nuove generazioni a capo di queste aziende che con impegno e dedizione guidano le loro imprese verso nuovi traguardi, nonostante la crisi e l'aria d'incertezza lavorativa che si respira in Italia. Non per nulla ogni anno nella Penisola circa 60 mila aziende affrontano il problema della continuità e meno di un terzo sopravvive al ri-

Sopra lo stabilimento Amarelli e, a destra, Pina Amarelli



cambio generazionale. E ancora meno di un quinto sopravvive alla seconda generazione, cosa che dimostra come la storia degli Amarelli sia straordinaria. «Facciamo parte — spiega Amarelli — de Les Hénoikiens, associazione francese delle imprese familiari bicentinarie, che sono circa 40 in tutto il mondo. Il segreto? Pensare sempre alla generazione successiva, come si fa in una qualsiasi famiglia, mescolando il nuovo con la tradizione». Intanto a Milano Eidos prepara la nuova edizione del premio. Le candidature devono pervenire entro il 13 settembre per essere vagliate dalla commissione presieduta da Mauro Magatti, preside della facoltà di Sociologia della Cattolica. Possono partecipare tutte le aziende, già alla seconda generazione e con un fatturato superiore ai 10 milioni di euro. L'anno scorso pochissime le aziende del Sud tra i partecipanti, ma forse la vittoria degli Amarelli porterà un boom d'iscrizioni dal Meridione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

