

Road map per il futuro

I PROTAGONISTI

Franco Di Ciaula

«Ho visto il futuro in due Youtuber»

Il consulente: «A 30 pianificano già il loro passaggio generazionale, mentre altri rinviando a oltranza»



«C

»



Chi è più fragile, rischia di più. Per questo, molte aziende aprono il capitale e inseriscono manager ad hoc

ome sempre avviene nelle grandi crisi, anche in questi anni recenti abbiamo avuto a che fare, da professionisti della consulenza, con aziende che hanno maturato significative opportunità per il loro business. C'è chi ha subito di più la congiuntura, e penso per esempio ai settori dell'abbigliamento o del turismo, ma il Veneto si è confermato terra di imprenditori autentici».

Franco Di Ciaula, dottore commercialista e partner di Cortellazzo&Soatto, racconta di essersi imbattuto proprio in epoca pre-pandemica nel prototipo dell'uomo d'impresa di nuova generazione: «Mi è capitato di affiancare due ragazzi under 30, di professione Youtuber ora tra i più noti in Italia, originari della Sardegna ma ormai trasferiti stabilmente in Veneto. I loro sono tipicamente contenuti per ragazzini e la cosa che colpisce è la loro nettissima consapevolezza imprenditoriale: sappiamo di essere in un business a invecchiamento rapidissimo, perciò dobbiamo diversificare il più possibile. Adesso, a 30 anni, pensano già al loro passaggio generazionale e hanno fondato una newco che si pone a supporto di nuovi Youtuber».

A differenza di più di qualche imprenditore di prima generazione...

«A volte da alcuni fondatori è rinviato nel tempo. È invece un passaggio cruciale nella vita dell'azienda, da pianificare accuratamente in anticipo. Si tratta quasi sempre di un processo delicato, che vede intrecciarsi componenti psicologiche e relazionali e va gestito con strumenti tecnici adeguati al singolo caso, in cui è importante la capacità di ascolto del professionista».

Ma come è cambiato in questi anni l'atteggiamento degli imprenditori nostrani?

«La risposta è multipla. C'è stata una prima fase post-Covid che ha alimentato un periodo di speranza e attesa, come testimoniano anche le numerose operazioni straordinarie impostate fino allo scorso dicembre. Poi, la guerra in Europa ha raffreddato notevolmente il clima generale. Ma l'evoluzione è continua, parliamo pur sempre di un'area geografica dove lavorare è con-

siderato un privilegio e che fornisce uno stimolo costante a noi professionisti».

È cambiato anche il vostro modo di approcciare la consulenza d'impresa, perciò?

«Senza dubbio, sì. Come abbiamo sperimentato tutti, in qualsiasi professione, sono cambiate radicalmente le modalità: oggi si è affermato come del tutto normale contattare il cliente a distanza, in videochiamata, il che ci permette di ampliare il raggio d'azione teoricamente all'infinito. Poi, sul piano tecnico, ci stiamo confrontando continuamente con modelli di business che cambiano e con esigenze di pianificazione finanziaria sempre più strutturate. Gli shock continui degli ultimi anni hanno acceso una nuova e diversa consapevolezza in capo agli imprenditori: chi è più fragile, rischia di più. Per questo, molte aziende stanno sperimentando operazioni di apertura del capitale e di inserimento di manager ad hoc».

Un tema di grande impatto sta diventando quello del rispetto dei criteri ESG (ambiente, sociale e governance), che va sotto l'etichetta imprescindibile della sostenibilità: le nostre aziende sono al passo?

«Una cosa possiamo considerarla come sicura: a breve, il tema dei criteri ESG andrà a impattare in modo molto importante sui criteri di finanziabilità delle imprese. C'è da dire che, prima del Covid, questo aspetto in Italia praticamente non esisteva, ed è entrato prepotentemente all'ordine del giorno in contemporanea con la crisi energetica e il problema della nostra dipendenza dall'estero per gli approvvigionamenti. Oltretutto, il tema ESG porta con sé anche un necessario adeguamento della governance aziendale, soprattutto in termini di deleghe, di punti di controllo, oltre a portare in primo piano le tematiche di gender».

Cosa significa tutto questo?

«Significa che siamo di fronte alla necessità di assicurare la durabilità dell'azienda, che richiede anche una continua crescita culturale da parte di chi fa impresa. Il DNA da imprenditore, che da queste parti di sicuro non manca, oggi più che mai ha bisogno di essere sostenuto da organizzazione e cultura aziendale, in un contesto di competitività mondiale che si fa sempre più duro ma proprio per questo stimolante».