



► 30 marzo 2021

NEXTA: IMPRESE FAMILIARI

Innovazione per competere

La società tra avvocati e commercialisti: «È essenziale anticipare i cambiamenti del mercato in cui si opera»

Nexta - imprese familiari è il progetto rivolto ad imprese caratterizzate da una governance o proprietà di tipo familiare. Promosso da Nexta Società tra avvocati e commercialisti e holding professionale - che a Cremona ha uno dei suoi principali nuclei operativi - il progetto prevede momenti di incontro con importanti personalità dell'imprenditoria italiana, accademici e consulenti, attraverso una rassegna di Incontri tematici sul web. Nel secondo appuntamento, trasmesso nei giorni scorsi, Marco Palamidessi (presidente e Ad di Dedagroup Spa e vicepresidente di MD Spa) e Alessandro Santini (vice direttore di Confindustria Trento) hanno parlato di innovazione delle imprese familiari. Ad approfondire il tema per Nexta sono **Marco Palamidessi** e **Monica Rota**, entrambi commercialisti e Senior Partner di Nexta.

Dottor Palamidessi, come si fa innovazione nelle imprese familiari? Da quali esperienze parte? Quali sono le leve per innovare?

«L'innovazione ha molte declinazioni: quella di prodotto o di processo; quella commerciale collegata alla vendita o alla distribuzione; l'innovazione digitale; l'innovazione della comunicazione; l'innovazione della governance. L'attitudine all'innovazione nelle sue varie decli-

nazioni può essere molto eterogenea all'interno della stessa impresa. Normalmente le nostre imprese hanno ormai maturato una grandissima attitudine all'innovazione di prodotto o processo e spesso l'unico limite che trovano in questo tipo di innovazione è di natura finanziaria. La situazione per gli altri tipi di innovazione è piuttosto variegata, ma normalmente caratterizzata da un'attitudine più contenuta. Un'impresa diventa e resta vincente se è in grado di portare al suo interno e in modo continuativo l'innovazione in tutte le sue declinazioni. Senza dubbio l'innovazione parte dalla capacità dell'imprenditore di essere sensibile al rinnovamento che richiede il mercato in cui opera. Negli ultimi 15 mesi questa capacità sta portando ad una selezione ancor più naturale delle imprese, facendo emergere coloro che anticipano gli eventi e coloro che subiranno un forte rallentamento, anche per motivi strettamente finanziari. Ci sono molte aziende che tendono a non innovare anche per non assumersi rischi. Questo è il momento di provare ad andare oltre l'ostacolo. Ovviamente l'innovazione non è mai im-

provvisata ma legata all'esperienza e alla capacità di anticipare ciò che il mercato richiede.

Dottor Rota, in che modo Nexta aiuta le imprese familiari

cremasche ad innovare?

«Nexta affianca le aziende con un supporto operativo in tutte le forme di innovazione, ma in particolare in quelle che abbiamo riscontrato essere meno dinamiche e che rappresentano il punto di debolezza delle nostre imprese familiari. Il supporto di Nexta è ovviamente diverso a seconda dell'area di interesse, ma sicuramente si caratterizza per la sua completezza. Dalla condivisione con la proprietà (management delle esigenze e strategie di innovazione, alla progettazione dell'intervento fino alla sua attuazione e, eventualmente, alla successiva gestione. Nexta, in qualità di socie-

tà professionale ad alto valore aggiunto, ha al proprio interno risorse che possono affiancare e assistere le imprese nel loro processo di innovazione e sviluppo anche attraverso politiche finanziarie ad hoc, tutele giuridiche specifiche ed elaborazioni di nuovi modelli di business, sempre e comunque con l'intervento dell'imprenditore che non può esser lasciato solo, specialmente in questo difficile momento storico. Nexta ha da sempre focalizzato la sua mission nel voler soddisfare un bisogno latente che le imprese in generale, ma specialmente quelle di fascia piccola e media, percepivano una marcata as-

senza di accompagnamento con professionisti di alta esperienza in quel target. Per le aziende cremasche, come per le altre, occorre procedere con un'analisi delle specifiche aree per comprendere le singole marginalità e valutare quando e come procedere con l'innovazione come sopra descritta. Il timing è, oggi più che mai, elemento che fa la differenza in un mondo sempre più diversificato. Non ultima la soddisfazione del cliente: la cliententricità sarà l'elemento più importante che le aziende, sia B2B che B2C, dovranno positivamente stressare per i prossimi anni. A parità di qualità del prodotto è la soddisfazione del

cliente che rende un'impresa vincente rispetto alle altre».

Che tipo di innovazione è fatta, ad esempio, nelle imprese del settore della cosmesi?

«Grande attenzione è quella sul prodotto: essere riconosciuti e avere un settore filiera leader in

tutto il mondo fa sì che le aziende si confrontino quotidianamente con il tema dell'innovazione. Grandi passi avanti rispetto al passato sono stati compiuti anche nel campo dell'automazione dei processi produttivi. Anche l'industria della produzione di macchinari oggi propone soluzioni sempre più innovative e automatizzate e l'industria cosmetica si è trasformata radicalmente in questi anni e dovrà continuare ad innovarsi».

Nella vostra esperienza, a che punto è il percorso della digitalizzazione nelle imprese del territorio?

«Sulla digitalizzazione sono stati fatti grossi passi in questi anni, ma molta strada dovrà essere ancora percorsa. Pensiamo ad industria 4.0 che sta contribuendo ad una integrazione degli apparati, dei macchinari in interconnessione attiva e passiva con i sistemi gestionali, al fine di migliorarne la gestione operativa anche permettendo analisi dettagliate di controllo di gestione e di ottimizzazione produttiva».



Monica Rota



Marco Palamidessi

