

## SPECIALE SANA

LARGO AI GIOVANI

# Internazionalizzazione e qualità nelle imprese guidate da under 40

Così le nuove leve lanciano la sfida sui mercati globali

I passaggi generazionali sono punti cruciali nella vita di un'azienda. Non è infatti scontato che la nuova generazione voglia, o sappia, raccogliere il testimone da quella precedente. Anche nel biologico, molte aziende a conduzione familiare che hanno segnato la storia del settore stanno passando di mano. Dopo la fase pionieristica, dopo l'affermazione sul mercato, la sfida per le seconde generazioni è tracciare il futuro del bio.

Ecco tre storie di giovani che hanno raccolto questa sfida.

Partiamo dalla provincia di Verona, dove Pradiip Tonello, 33 anni, dirige un'azienda storica del biologico: Food For All. Fondata dai genitori nel 1977, quando ancora non si parlava di biologico, ma di naturale, macrobiotico, integrale, l'azienda produce e distribuisce prodotti da forno e per la colazione, pasta e cereali, creme e condimenti, proteine vegetali e bevande.

«Nel 2006 – ricorda Pradiip – dopo la laurea in fisica ho deciso di lasciare il lavoro di ricerca, appena iniziato, per l'azienda di famiglia: mi piaceva il progetto, il lavoro, la filosofia. Il passaggio non è stato netto, è iniziato con un affiancamento. C'è voluto circa un anno per capire la dinamica aziendale. Poi siamo partiti secondo le priorità. Per prima cosa abbiamo ampliato il catalogo, passando da 200 a 400 prodotti. Poi abbiamo riorganizzato il lavoro e, di conseguenza, investito in nuovi macchinari e attrezzature. E infine rinnovato il software gestionale e rafforzato il reparto commerciale. In sette

anni il fatturato è triplicato, passando dai 400mila euro del 2006 a 1,2 milioni nel 2012, con una decina di addetti. Vendiamo soprattutto in Italia a negozi bio, erboristerie, distributori e gruppi d'acquisto. Il fatturato è in crescita, quindi siamo soddisfatti e continuiamo a investire. Ma con prudenza, vista la crisi globale con cui dobbiamo fare i conti».

Nel piacentino Francesco Consoli, 34 anni, è amministratore delegato della Gtc. L'azienda, fondata dal padre negli anni '70, nasce con la «scoperta» e l'importazione dello zucchero di canna in panetti «Panela» dal Sudamerica.

«Dopo la laurea in economia alla Bocconi – racconta Francesco – ho lavorato per sette anni nel mondo della consulenza finanziaria alle imprese. Poi pensavo di avviare una mia attività. Ma che senso aveva, quando c'era quella di famiglia da far crescere? Sono entrato in azienda nel 2010, condividendo il lavoro e le strategie, in un confronto costante e in uno scenario che stava cambiando. Il biologico non era più una nicchia, si diversificava a livello qualitativo, si incrociava con i prodotti salutistici e funzionali. Abbiamo deciso di puntare su alimenti bio di alta qualità, selezionando quelli con un forte legame con le culture di origine. Oggi abbiamo in catalogo circa 150 referenze: dolcificanti, prodotti da forno, pasta, alghe, condimenti, marmellate e composte, miele, succhi. Ultimo arrivato, lo zucchero dei fiori di cocco. Distribuiamo nei negozi specializzati, nelle erboristerie e nelle gastronomie. In azienda siamo in sei, con un fatturato 2012 di un milione di euro, per il 70% sul mercato italiano.

Siamo una piccola multinazionale del gusto nell'importazione, ma il futuro è nell'internazionalizzazione».

Nelle terre modenesi Lorenzo Guerzoni, 35 anni, guida l'acetaia Guerzoni. Sono stati i suoi genitori, nei primi anni '80, a convertire le vigne all'agricoltura biodinamica, iniziando la produzione dell'aceto balsamico tradizionale di Modena.

«Nell'azienda di famiglia – spiega Lorenzo – ho sempre lavorato fin da bambino, aiutando nella vendemmia. Per conciliare studi e lavoro, ho scelto chimica organica analitica all'Università di Modena. Mio fratello, invece, non aveva questa passione e ha scelto un altro mestiere. L'impegno è diventato a tempo pieno dopo la laurea, nel 2004, con un passaggio di consegne graduale. Il fatturato era sui 200mila euro. Un passo dopo l'altro siamo arrivati a 800mila, per il 50% con l'export. Abbiamo partecipato a fiere, allacciato rapporti con l'estero, riorganizzato e diversificato la produzione, rinnovato l'immagine dei prodotti e il sito Internet. In azienda lavoriamo in sette, in gran parte giovani diplomati o laureati. I primi clienti sono stati i tedeschi che cercavano l'aceto balsamico biodinamico. Ora stanno arrivando i giapponesi, i canadesi e i russi, grazie alla collaborazione con i nostri consulenti per l'export. Ma è la Cina il Paese con le maggiori potenzialità. Vedo il mercato bio in crescita, ma avrà un futuro solo se punterà sulla qualità». •

PAGINA A CURA DI  
ROSA MARIA BERTINO

© RIPRODUZIONE RISERVATA