

LE NUOVE SFIDE

Aziende familiari
traino della moda

La Missoni ha riunito gli
imprenditori italiani nella
fabbrica di Sumirago

Ceresa a pagina 8

Moda, l'azienda sana si costruisce in famiglia

*Presentata in casa Missoni una ricerca sul settore
Quattro imprese su cinque non hanno soci esterni*

SUMIRAGO - Chi più di Missoni. Chi meglio di Missoni può raccontare la sfida delle aziende familiari del Sistema Moda. Da **Ottavio** alla figlia **Angela**, attuale presidente della maison di Sumirago partita negli Anni Cinquanta da uno scantinato in viale Lombardia a Gallarate, fino ad arrivare a conquistare le più prestigiose passerelle del mondo: Milano, Parigi, New York. Ecco perché l'Osservatorio AUB (AIdAF, UniCredit e Bocconi) ha scelto proprio il quartier generale Missoni di via Rossi a Sumirago per presentare ieri i risultati delle aziende familiari che operano nella produzione e commercializzazione di abbigliamento, borse ed accessori, calzature, orologeria e gioielleria.

I NUMERI

La ricerca ha analizzato 746 aziende del Sistema Moda (di cui 230 lombarde), con fatturato superiore a 20 milioni di euro, che generano 52,6 miliardi di euro di fatturato e impiegano circa 200mila addetti. I risultati evidenziano una elevata incidenza delle aziende a controllo familiare: circa quattro aziende su cinque (78%)

sono controllate da una, massimo due, famiglie proprietarie. Una incidenza ancora più elevata nelle aziende di minori dimensioni, ovvero un con fatturato compreso tra 20 e 50 milioni di euro (82,6%) rispetto alle aziende con ricavi superiori a 50 milioni di Euro (71,8%).

In pratica il sistema moda italiano si distingue per una forte gestione patriarcale che si tramanda di generazione in generazione. Un modello - secondo lo studio presentato ieri a Sumirago da **Guido Corbetta**, Professore AIdAF-EY di Strategia delle imprese familiari alla Bocconi - caratterizzato da cinque elementi: una lunga tradizione legata al territorio (circa il 60% delle imprese familiari del Sistema Moda ha più di 25 anni), un forte legame con la famiglia (circa 7 aziende su 10 di medie e grandi dimensioni sono guidate da un leader familiare), una scarsa propensione alle acquisizioni, l'internazionalizzazione come leva strategica (il 37,4% ha effettuato almeno un investimento diretto all'estero contro il 28% della media nazionale) e una crescita che è lenta, ma in atto. Do-



po il ridimensionamento delle aziende attive nel comparto tessile tra il 2011 e il 2014 (-16%), l'inversione di tendenza del 2015 ha portato a una crescita potenziale del 6,5% registrata nel primo semestre del 2016.

LA FAMIGLIA

«Il posto in cui ci troviamo oggi vi dà l'esatta misura di quanto la qualità della vita sia stata da sempre primaria nelle scelte

imprenditoriali di mio papà», ha detto **Angela Missoni** dando il benvenuto agli ospiti nello stabilimento di via Rossi (tra i relatori anche **Paolo Zegna**, presidente di Ermenegildo Zegna Holditalia, il presidente della Camera nazionale della moda italiana **Carlo Capasa**, **Giovanni Solaroli** di UniCredit, **Elena Zambon** di AIdAF e **Barbara Lunghi** di Borsa Italiana). Il Tai negli Anni Sessanta deci-

se di dare vita al suo impero in campagna quando tutti si costruivano l'azienda a Milano. «Gli davano del matto – ricordava ieri la figlia – ma lui e mia mamma hanno voluto costruire l'azienda nel posto in cui avrebbero voluto trascorrere il fine settimana con i loro figli. Papà diceva sempre: a Milano, semmai, ci vado nel weekend».

Gabriele Ceresa

PARLA GIACOMO

Sarebbe stato molto bello essere allievo del nonno

SUMIRAGO - (g.c.) «In famiglia ci sentiamo tutti uniti da questa azienda». **Giacomo Missoni**, 28 anni, fa parte della terza generazione della maison sumiraghese. Tra fratelli e cugini, sono in nove. Lui, dopo aver studiato e lavorato lontano da casa, facendo la spola tra l'Olanda e l'Italia, da tre anni siede nel consiglio d'amministrazione. Avrebbe potuto andare ovunque, prendere altre strade, e invece ha scelto di tornare a Sumirago. Dove da bambino giocava a lanciarsi nei sacchi pieni di tessuto («e magari ogni tanto c'era qualche ago») insieme agli altri nipoti di **Ottavio** durante i ritrovi di famiglia nei weekend e nelle feste. «E' stata una fortuna che i nonni abitarono qui dentro. E così noi tutti, qui dentro, ci siamo cresciuti. E più diventi grande e più ti senti attaccato a questa realtà. Io da sempre sono legato a Sumirago e a questo territorio, ma la cosa più bella è che nessuno, in famiglia, ci ha mai obbligati a entrare in azienda». In effetti il destino di Giacomo, figlio di **Vittorio**, sembrava dovesse scriversi altrove. Partecipava alle sfilate dei nonni, era sempre presente nei momenti istituzionali, ma un suo coinvolgimento diretto nella gestione della maison fino a qualche anno fa sembrava da escludere. Poi è successo qualcosa. E lui ricorda esattamente cosa: «Quando ho perso mio papà ho sentito qualcosa dentro di me, una sorta di dovere di venire qui a capire che cosa facciamo e da dove viene tutto il bene che possediamo. E così ho chiesto una mano ai miei zii, e loro sono stati felicissimi di aiutarmi». Giacomo si è gettato a capofitto nell'azienda, partendo dalle basi. Dall'atelier al magazzino, ha osservato per mesi ogni singolo ingranaggio della complessa macchina Missoni. La sera invece correva a Milano alla Naba (la Nuova accademia di belle arti), dove si è specializzato in Merchandising Management. E' l'anima commerciale dei Missoni: definisce il timing e le politiche di pricing, si occupa delle linee strategiche della distribuzione, dell'analisi dei competitor, delle tempistiche delle consegne. Con un solo rimpianto: «Mi sarebbe tanto piaciuto essere un allievo del nonno».



Dall'alto, un momento della presentazione della ricerca sulle imprese familiari della moda in casa Missoni. Poi alcuni momenti della produzione della maison dove il colore è assoluto protagonista (foto Blitz)