



Managerinimpresa, l'iniziativa affidata a Cfmt da Manageritalia e Confcommercio, sta dando i suoi buoni frutti. Ecco la testimonianza di alcuni manager e imprenditori che hanno aderito al progetto

Simona Silvestri

COME DARE NUOVO IMPULSO alla propria azienda in uno scenario sempre più competitivo? Sono ormai 27 i progetti avviati in altrettante piccole e medie imprese italiane da Managerinimpresa. L'iniziativa è affidata a Cfmt da Manageritalia e Confcommercio nell'ambito di Managerattivo (managerattivo.cfmt.it), programma che ha l'obiettivo di valorizzare e sostenere il riposizionamento professionale dei dirigenti non occupati e favorirne l'incontro con le imprese, soprattutto medie e piccole, che intendano cogliere opportunità di crescita. Managerinimpresa nasce per supportare le pmi nella realizzazione di progetti di sviluppo del loro business ed è promosso attraverso le realtà locali di Manageritalia e Confcommercio. Mettendo a fuoco le esigenze specifiche dell'imprenditore, Cfmt favorisce l'incontro con un manager, al momento non occupato, che abbia un profilo in linea con gli obiettivi dell'azienda, selezionandolo tra coloro che hanno partecipato ai percorsi formativi Managerattivo. L'inserimento del manager in azienda è correlato alle specifiche esigenze del progetto per un periodo massimo di sei mesi, indicativamente due giorni alla settimana fino al completamento dell'obiettivo, con l'affiancamento di un team di professionisti Cfmt. Manager e imprenditori ci spiegano cosa ha trasformato un progetto di consulenza in una connessione virtuosa.

Croce Azzurra Padova

«L'affiatamento tra l'imprenditore e il manager è fondamentale», afferma **Marco Verona**, manager e consulente di Croce Azzurra Padova, azienda che opera nel settore pet food. «Nella mia esperienza professionale ho sempre vissuto l'azienda a fianco dell'imprenditore. Ci vuole empatia per portare organizzazione e managerialità senza stravolgere l'anima dell'azienda». Verona ha svolto la sua attività in ambito organizzativo e commerciale per imprese italiane di medie dimensioni, prevalentemente nel settore degli integratori alimentari e dei prodotti farmaceutici, ma anche in quello dei servizi.

Il presidente di Croce Azzurra Padova, **Lorenzo Borgato**, ci racconta la sua storia. Lavora in questo mondo dal 1971 e l'azienda aveva allora una configurazione societaria

«Ci vuole empatia per portare organizzazione e managerialità senza stravolgere l'anima dell'azienda»

(Marco Verona)

«Cercavamo un "integratore" di tutti i ruoli dell'azienda, che ci aiutasse a rivedere l'organizzazione dei vari rami d'impresa»

(Lorenzo Borgato)



MARCO VERONA
manager e consulente di Croce Azzurra Padova



LORENZO BORGATO
presidente di Croce Azzurra Padova

completamente diversa: «L'ultima variazione è avvenuta nel 1985, quando da un ramo dell'azienda è nata questa srl per iniziativa di tre soci che già vi lavoravano. Avevamo un unico punto vendita e dal settore della zootecnia rurale l'attività si è estesa a quella industriale, associando poco alla volta il prodotto pet. Oggi abbiamo un fatturato di circa 7 milioni e mezzo di euro, equamente suddivisi tra dettaglio e ingrosso, dieci punti vendita e una quarantina di collaboratori».

Un manager come integratore di ruoli

Alla domanda del perché l'azienda ha scelto di avvalersi di una competenza manageriale specifica esterna Borgato risponde: «All'inizio del 2013 Croce Azzurra Padova stava attraversando un momento di difficoltà. Eravamo stati vittime di un ingente furto di prodotti e avevamo visto la fuoriuscita di tre figure commerciali passate ai competitor. Dovevamo contrastare la concorrenza e rilanciarci e cercavamo un "integratore" di tutti i ruoli dell'azienda, che

ci aiutasse a rivedere l'organizzazione dei vari rami d'impresa. Marco Verona si è rivelato capace di capire e mediare tra le diverse realtà umane che compongono l'azienda, creando sinergie che stanno dando frutti inaspettati».

«È importante che la nuova figura che si inserisce all'interno dell'azienda – commenta Verona – riesca a ottenere l'approvazione e l'appoggio anche dei collaboratori dell'imprenditore. Saper far giocare una persona nel proprio ruolo è fondamentale per far vincere una squadra. Applicando questo stile vedo che i risultati arrivano. I margini sono più ridotti di un tempo, la competizione è molto forte. A un'azienda serve una squadra unita che sappia lavorare bene insieme».

La collaborazione tra manager e imprenditore ha funzionato, tanto che il progetto, iniziato nell'ambito dell'iniziativa Managerinimpresa, prosegue. E in Croce Azzurra Padova già si profila il cambio generazionale con la prospettiva di guardare al futuro, valorizzando le risorse umane già attive in azienda.

Multiradio

Multiradio è una concessionaria di pubblicità di Carpi (Modena) che opera su diversi mezzi. La radio, prevalentemente, ma anche carta stampata, internet e tv. **Gianni Prandi**, presidente di questa azienda, diciottenne nel 1975 fonda per hobby Radio Bruno.

«Credo che riuscire a tradurre una passione in un lavoro, che faresti anche gratis, sia una discreta fortuna. Nei primi anni il business non c'era. La concessionaria nasce nel 1978, quando abbiamo preso la decisione di venderci» ricorda Prandi. «L'attività è cresciuta e oggi in Multiradio, con i dipendenti e gli agenti, siamo in 30. Il fatturato vale circa 7 milioni di euro. Nelle radio lavorano 70 persone tra dipendenti e collaboratori».

Una visione più strutturata per l'impresa

«Avevamo bisogno di irrobustire il settore marketing e commerciale. Multiradio ha una ventina di agen-

ti monomandatari e si serve di 5-6 agenzie esterne. La nostra è una realtà abituata da anni a lavorare senza avere all'interno un sistema crm. Serviva una figura in grado di portare una competenza specifica e una visione più strutturata» continua Prandi.

Questa figura è **Sabina De Pieri**, manager con 15 anni di esperienza in marketing e comunicazione presso centri media al servizio di diversi brand e poi direttore marketing per una concessionaria radio e web: «In passato ho svolto la mia attività in startup importanti per cui era decisivo strutturare processi e flussi di lavoro. Il progetto di Multiradio prevede l'implementazione di un crm per ottimizzare i risultati della forza vendita e fornire alla direzione commerciale dei kpi di immediata consultazione. Gli aspetti di maggior valore sono il monitoraggio delle attività e dell'andamento dei fatturati, l'ottimizzazione dei flussi di lavoro e la condivisione

di competenze e informazioni».

«Sabina De Pieri – aggiunge Prandi – si è inserita nella nostra struttura con attenzione e professionalità, sapendo relazionarsi in modo appropriato con il personale. Il progetto sta entrando nella fase operativa, che prevede anche la formazione della rete vendita».

«Per lavorare bene con un imprenditore è importante riconoscersi sui valori» continua De Pieri. «Credo nello scambio e nell'aggiornamento professionale: occorre continuare a imparare per rinnovare il pro-

«Credo nello scambio e nell'aggiornamento professionale: occorre continuare a imparare per rinnovare il proprio bagaglio di conoscenze»
(Sabina De Pieri)

«Serviva una figura in grado di portare una competenza specifica e una visione più strutturata»
(Gianni Prandi)



SABINA DE PIERI
manager e consulente di Multiradio



GIANNI PRANDI
presidente di Multiradio

prio bagaglio di conoscenze. Vogliamo che il crm di Multiradio non sia soltanto uno strumento tattico per la rete di agenti e per questo la formazione sarà anche di tipo motivazionale. I venditori danno già ottimi risultati ma è fondamentale che riescano a esprimere anche un'anima consulenziale. C'è sempre la possibilità di arricchirsi».

Nabla Quadro

«I maker definiscono quelli come me i talker, quelli che chiacchierano» dice **Giovanni DeCarli**, manager e consulente di Nabla Quadro, azienda romana specializzata nello sviluppo di sistemi a supporto della mobilità, dei trasporti e della logistica sia in ambito pubblico (Smart City) sia privato. DeCarli è laureato in fisica con un'esperienza ventennale e diversificata nell'Ict per aziende multinazionali e italiane, con focus sui modelli di business, strategie go-to-market e vendita.

«Io invece sono un maker» commenta **Ruggero Rosati**, ingegnere, esperto in tecnologie per l'ambiente e il territorio, che di Nabla Quadro è uno dei fondatori. «L'azienda è stata creata nel 2010 all'interno dell'Incubatore ITech - Bic Lazio e con due soci e altrettanti collaboratori è stata finora un labora-

«Dove i soci vedono delle difficoltà, io vedo delle opportunità e sto cercando di trasferire la mia convinzione»
(Giovanni DeCarli)

«Serviva un esperto che potesse aiutarci a impostare il posizionamento, la strategia di marketing e la distribuzione»
(Ruggero Rosati)



GIOVANNI DECARLI
manager e consulente di Nabla Quadro



RUGGERO ROSATI
fondatore di Nabla Quadro

torio di ricerca e sviluppo. La produzione è esternalizzata. Siamo arrivati a una linea di prodotti commercializzabili che coprono tutti gli aspetti della mobilità urbana. A questo punto dobbiamo costruire il nostro mercato. La struttura è ampiamente sottodimensionata e serviva un esperto che potesse aiutarci a impostare il posizionamento, la strategia di marketing e la distribuzione».

Le difficoltà come opportunità

Abbiamo chiesto a DeCarli che valore sta portando in azienda: «Per cinque anni sono stato socio di una startup dell'hi tech. Anche allora la sfida era quella della crescita.

Per Nabla Quadro l'idea di fondo è quella di fare rete con altre aziende e proporre un modello di servizio. Le sollecitazioni per questa piccola impresa sono enormi, c'è molto interesse da parte di interlocutori importanti ed esigenti. Con le pubbliche amministrazioni si tratta di fare cultura prima ancora di una trattativa economica. Bisogna far capire che l'uso di queste tecnologie innovative può migliorare enormemente la vita dei cittadini. Dove i soci vedono delle dif-

ficoltà, io vedo delle opportunità e sto cercando di trasferire la mia convinzione».

«Per noi il fattore tempo è fondamentale – continua Rosati – mentre nelle grandi realtà le tempistiche sono del tutto differenti. Ed è proprio la differenza di velocità che a volte provoca frustrazione, anche in termini di cash flow: pochi mesi di ritardo possono essere vitali. A questo è dovuto il mio disincanto in certe occasioni. Non è facile, ma oggi c'è più movimento e ottimismo. Se ci si impegna nel voler portare innovazione si hanno ottime prospettive».

Gli asset dei manager, un valore per le aziende

C'è spazio nella consulenza a supporto delle pmi e delle startup? «Sono convinto che il mercato delle pmi sia ricchissimo di potenzialità, di talenti e di capacità» risponde DeCarli. «La visione non sempre riesce a essere tradotta in modelli e processi. Gli asset dei manager, con il loro network di relazioni, possono essere di grande valore per le imprese. Chi guarda lontano ed è flessibile ha anche la possibilità di divertirsi».