

**OGGI EVENTO DEI GIOVANI COMMERCIALISTI.** I berici Cecchetto, Marana e Rasia interpellano il presidente dei Giovani di Confindustria Veneto

# «Non c'è scelta: l'azienda oggi deve crescere»

Calearo Ciman: «Per il post-covid la dimensione di una impresa conta, anche per ingaggiare i manager giusti»

Tappa bellunese, oggi a Cortina, per il progetto annuale regionale "Generazioni professionali a confronto", organizzato da Confprofessioni Veneto, Proservizi, Unione giovani commercialisti Ugdcec di Vicenza e Venezia. Si parla di strumenti a disposizione delle pmi per innovare (tecnologie e temporary management su tutti) e hanno aderito

tra gli altri Confindustria Veneto e Cuoa business school. Andrea Cecchetto, Monica Marana e Luca Antonio Rasia della Commissione formazione dell'Ugdcec Vicenza anticipano i temi in una chiacchierata con il presidente dei Giovani di Confindustria Veneto, il vicentino Eugenio Calearo Ciman che partecipa all'evento.

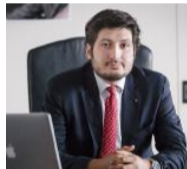
Il primo tema posto dai tre giovani commercialisti a Calearo riprende la prospettiva indicata da Aidaf (associazione primaria di imprese familiari italiane) per le imprese:

«L'accrescimento della dimensione anche attraverso operazioni di acquisizione, che nasce dalla consapevolezza che "quando c'è mare grosso, le imbarcazioni più grandi sono quelle che resistono"». La crescita di dimensione d'azienda è indispensabile per superare la crisi? «Per essere competitivi a livello globale - risponde Calearo - crescere di dimensione è senza alcun dubbio uno dei fattori determinanti. A chi non può o non vuole crescere pongo una semplice domanda: siamo sicuri che piccolo è bello

sia ancora vero? A mio parere nuovo è bello; unico è bello; inimitabile è bello; ma piccolo non è più sempre bello. L'ambizione a crescere dovrebbe essere insita nella mentalità dell'imprenditore. Spero che ciascuno di noi ponga tra le proprie riflessioni e priorità la questione "crescita", specie in un momento così complesso e delicato come la ripartenza post covid».

Secondo tema: l'innovazione. «Per Sergio Marchionne - osservano Cecchetto, Marana e Rasia - innovare significava rompere gli schemi, ave-

re il coraggio di cambiare con rapidità. Ma spesso si incontrano ostacoli. Come eliminare le cattive abitudini nelle organizzazioni e preparare la strada a una innovazione di organizzazione e metodo?». «La risposta - osserva Calearo - è legata a quella precedente. La dimensione ridotta delle imprese italiane ha fatto sì che negli ultimi decenni non si sia sfruttato il cambiamento tecnologico al pari di quanto è accaduto in altri Paesi e nelle regioni d'Europa più sviluppate. Per due motivi: nelle imprese di pic-



Eugenio Calearo Ciman

cole dimensioni non si possono stipendiare manager esterni più competenti su questi temi della proprietà; si fatica a dare fiducia ai gio-

vani, non rendendosi conto che non sempre esperienza è sinonimo di competenza».

Terzo tema: quale è il profilo di consulente ideale per una Pmi? «È oggettivamente difficile individuare un profilo di consulente adatto a tutte le Pmi in quanto ciascuna azienda ha delle specificità legate a settore, mercati, prodotto, dimensione. Ritengo sia importante che vi sia un buon feeling tra imprenditore e consulente e che entrambi abbiano la consapevolezza che le competenze sono importanti quanto la personalità. E poi ritengo comunque necessari la voglia e la curiosità di conoscere l'impresa e la disponibilità all'ascolto». •

