

<https://www.quotidiano.net/economia/ecco-come-affrontare-al-meglio-il-passaggio-generazionale-il-metodo-di-nexumstp-per-le-pmi> **1/2**

«Ecco come affrontare al meglio il passaggio generazionale» Il metodo di NexumStp per le Pmi

di Luigi Manfredi

Ultimo aggiornamento il 7 ottobre 2019 alle 14:16

[f Condividi](#)
[Tweet](#)
[Invia tramite email](#)



ROMA

IL PASSAGGIO generazionale in una Pmi è un momento cruciale per l'imprenditore, gli eredi, l'azienda stessa. Nel caso poi l'imprenditore sia anche il fondatore si tratta del cambiamento più importante e impegnativo da affrontare, spesso con fortissime resistenze. Ne parliamo con Fabrizio Ciciani, commercialista e amministratore delegato di NexumStp, società tra professionisti al servizio delle imprese.

«Il solo fatto di dover prendere in considerazione il passaggio generazionale – premette Ciciani – spinge l'imprenditore a doversi assumere una responsabilità nuova e difficile, che mai vorrebbe prendersi, cioè quella di domandarsi quale futuro dare alla sua 'creatura' senza esserne più la guida e il protagonista. Si tratta di un percorso complesso da vivere e da gestire. Il passaggio può complicarsi in presenza di conflitti o contenziosi, oppure in assenza di figure idonee o gradite all'imprenditore, così come può risultare più fluido, soprattutto quando i figli, o i successori, si appassionano realmente all'impresa e tutti gli aspetti vengono curati con chiarezza, condivisione e competenza».

Quali sono dunque i principali aspetti da tenere in considerazione?

«Di fatto, gli elementi da considerare sono molteplici e ognuno di grande importanza ai fini della buona riuscita dell'operazione. Aspetti patrimoniali, societari, finanziari, organizzativi, commerciali, gestionali vanno analizzati prima e poi lavorati nel giusto ordine, all'interno di una strategia che al contempo garantisca il raggiungimento degli obiettivi aziendali».

La prima cosa da fare?

«La strategia aziendale che include il passaggio generazionale non potrà esistere, tanto meno funzionare, se prima non si costruisce il fondamento sul quale essa poggerà, la fiducia dell'imprenditore e di tutte le persone che dovranno essere coinvolte, in special modo se si tratta di familiari, e se ci fossero dei conflitti in essere o di lungo periodo».



POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



ECONOMIA
Ferrovie dello Stato, i conti sfrecciano



ECONOMIA
Cybersicurezza, 4mila attacchi hacker al giorno a strutture critiche dello Stato



ECONOMIA
Bonus verde, come cambia. L'ultima bozza del 'decreto clima'

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



ECONOMIA
Fisco, Istat: "Evasione alta, pesa

Quando affiancate l'impresa che tipo di strategia attuate?

2/2

«Il modello che utilizziamo per conquistare, mantenere e premiare la fiducia del cliente consiste di tre macro-fasi ciascuna dedicata a garantire il successo del percorso e la crescita aziendale in continuità».

La prima fase?

«La chiamiamo diagnostica e assicura che tutto ciò che deve essere conosciuto, analizzato e poi deciso per il presente e per il futuro dell'azienda, avvenga nel pieno coinvolgimento e con la piena assunzione di responsabilità da parte dei protagonisti. Lo facciamo attraverso un programma di incontri individuali e collettivi con i diretti interessati, avvalendoci di know-how di profilazione, valutazione di abilità e competenze delle risorse per i ruoli che si vanno a ricoprire, analisi dello scenario aziendale esistente, mappatura del contesto di mercato e dell'offerta, definizione di scopi, obiettivi e risultati da raggiungere, e identificazione delle figure professionali da coinvolgere».

Poi cosa succede?

«Una seconda fase che chiamiamo strutturale, ovvero di elaborazione della strategia di attuazione delle decisioni prese, attraverso incontri individuali e collettivi, riunioni di cda, riunioni di project management, calendari formativi per lo sviluppo di competenze e abilità, misurazione di kpi, inserimento nuove risorse, e qualsiasi attività finalizzata alla messa a terra dei vari cambiamenti previsti».

La terza fase in cosa consiste?

«I cambiamenti ai quali accennavo vengono imparati, integrati e allenati dai protagonisti del passaggio generazionale, e in modo organico da tutta l'azienda, durante la terza fase gestionale, in cui le persone vengono accompagnate, affiancate nel praticare le nuove identità, i nuovi ruoli, la riorganizzazione, un nuovo modello di comunicazione con la nuova proprietà».

© Riproduzione riservata