

Il cambio di paradigma

«Noi imprese centenarie tra radici e innovazione»

I RICONOSCIMENTI

Nico Casale

Resistenza e resilienza perché, d'altra parte, non basta durare, ma serve durare bene. E, per farlo, non possono mancare visione, coraggio, memoria e capacità di trasformarsi, di adattarsi ai mutamenti, di evolvere. Sei aziende con oltre un secolo di storia della provincia di Salerno si sono incontrate ieri nella sede di Confindustria Salerno per «Le radici del futuro. L'intraprendenza nel Mezzogiorno tra storia e innovazione», incontro promosso con l'associazione Aziende Storiche Familiari Italiane I Centenari e che rientra nel palinsesto degli eventi per la XXIV settimana della cultura d'impresa di Confindustria.

LA SPINTA

Quello che viene fuori dal dialogo a più voci tra le sei aziende salernitane iscritte a I Centenari - Antonio Sada & Figli, Ceramica Pinto, Cianciullo Marmi, De Luca Cartaria, Magaldi Power e Michele Autuori - è che la longevità non è un caso, bensì il frutto di una cultura d'impresa che affonda le sue radici nella famiglia, nel territorio, nel lavoro fatto bene. Inoltre, la longevità funziona anche come potente leva di marketing. «Sicuramente - sottolinea Ugo Cilento, presidente de I Centenari - può essere un valore aggiunto, ma tutto questo deve essere coadiuvato da un enorme impegno da parte delle aziende. Ci deve essere un impegno costante, permanente, di grande amore verso la propria azienda». Per Cilento, «essere centenario è un segno importante perché portiamo avanti il valore culturale imprenditoriale italiano». «Non siamo delle semplici imprese - fa notare - ma portiamo avanti la storia imprenditoriale italiana con tutto il nostro know how, con tutte le nostre conoscenze e con i nostri musei, che sono un esempio nazionale e internazionale di cosa si è fatto, cosa si fa oggi e cosa si farà domani». Il presidente di Confindustria Salerno, Antonello Sada, evidenzia che «la provincia di Salerno esprime eccellenze centenarie che hanno fatto la storia del tessuto economico e produttivo locale». «Essere un'impresa familiare centenaria - aggiunge - significa aver trascorso, sicuramente, tem-

► A Confindustria omaggio a sei aziende ► Il presidente Sada: «Sono eccellenze che
«Longevità e insieme apertura ai giovani» hanno fatto la storia dell'economia locale»



pi tristi, tempi buoni, guerre. Però, siamo ancora tutti quanti qua e, soprattutto, se si è operato un buon passaggio generazionale, che è il vero nodo, allora si vede tranquillo il futuro».

I VALORI

Per il leader degli industriali salernitani, «oggi gestire un'impresa è complesso e gestire un'impresa familiare lo è ancor più. È necessaria una solida cultura d'impresa, basata su valori immortali, come importanza della famiglia, identità aziendale, solida reputazione, radicamento nel territorio, capacità relazionale, leadership, attenzione al cliente, rispetto e soddisfazione dei collaboratori, innovazione e insieme di principi

e valori etici». Ugo Cilento, guardando ai legami con la provincia di Salerno, racconta che «io, come Cilento, porto avanti un'azienda che nasce nel 1780. Le industrie tessili salernitane furono costituite da Cilento, Wenner, Von Viller e Zublin. Questo fa capire anche il legame storico e culturale della mia famiglia verso questo territorio». «Essere un'impresa centenaria: detta così, sembra soltanto di ripercorrere la storia», rileva Antonio Calabrò, presidente onorario de I Centenari ed è a capo del gruppo tecnico Cultura di Confindustria. «Proviamo a capovolgere il punto di vista: essere un'impresa centenaria e avere, quando c'è, un museo e un archivio storico d'impresa vuol dire raccontare delle cose che, quando succedevano, erano innovazione, trasformazione, cambiamento, novità, lavoro, processi produttivi che modificavano la storia». «Per un'impresa - prosegue - la storia non è soltanto l'orgoglio di quello che abbiamo fatto, è una scommessa sul futuro. La consapevolezza della storia vuol dire avere capacità di progettare dentro l'industria, dentro la manifattura e dentro i servizi un avvenire migliore, guardando non soltanto al ricordo, un po' malinconico talvolta, di quello che è stato fatto, ma soprattutto all'impegno per continuare a far stare nell'impresa le nuove generazioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**SONO CERAMICA PINTO
ANTONIO SADA & FIGLI
CIANCIULLO MARMI
DE LUCA CARTARIA
MAGALDI POWER
E MICHELE AUTUORI**

Confindustria premia le imprese centenarie «Radici e innovazione»

Nico Casale

Resistenza e resilienza perché non basta durare, ma serve durare bene. Confindustria premia sei aziende con oltre un secolo di vita. Sono i "centenari" dell'economia salernitana, quelli che per il presidente Sada «hanno fatto la storia del tessuto produttivo locale».

A pag. 22

«Noi imprese centenarie tra radici e innovazione»

SONO CERAMICA PINTO ANTONIO SADA & FIGLI CIANCIULLO MARMI DE LUCA CARTARIA MALGALDI POWER E MICHELE AUTUORI

I RICONOSCIMENTI

Nico Casale

Resistenza e resilienza perché, d'altra parte, non basta durare, ma serve durare bene. E, per farlo, non possono mancare visione, coraggio, memoria e capacità di trasformarsi, di adattarsi ai mutamenti, di evolvere. Sei aziende con oltre un secolo di storia della provincia di Salerno si sono incontrate ieri nella sede di Confindustria Salerno per «Le radici del futuro. L'intraprendenza nel Mezzogiorno tra storia e innovazione», incontro promosso con l'associazione Aziende Storiche Familiari Italiane I Centenari e che rientra nel palinsesto degli eventi per la XXIV settimana della cultura d'impresa di Confindustria.

LA SPINTA

Quello che viene fuori dal dialogo a più voci tra le sei aziende salernitane iscritte a I Centenari - Antonio Sada & Figli, Ceramica Pinto, Cianciullo Marmi, De Luca Cartaria, Magaldi Power e Michele Autuori - è che la longevità non è un caso, bensì il frutto di una cultura d'impresa che affonda le sue radici nella famiglia, nel territorio, nel lavoro fatto bene. Inoltre, la longevità funziona anche come potente leva di marketing. «Sicuramente - sottolinea Ugo Cilento, presidente de I Centenari - può essere un valore aggiunto, ma tutto questo deve essere coadiuvato da un enorme impegno da parte delle aziende. Ci deve essere un impegno costante, permanente, di grande amore verso la propria azienda». Per Cilento, «essere centenario è un segno importante perché portiamo avanti il valore culturale imprenditoriale italiano». «Non siamo delle semplici imprese - fa notare - ma portiamo avanti la storia imprenditoriale italiana con tutto il nostro know how, con tutte le nostre conoscenze e con i nostri musei, che sono un esempio nazionale e internazionale di cosa si è fatto, cosa si fa oggi e cosa si farà domani». Il presidente di Confindustria Salerno, Antonello Sada, evidenzia che «la provincia di Salerno esprime eccellenze centenarie che hanno fatto la storia del tessuto economico e produttivo locale». «Essere un'impresa familiare centenaria - aggiunge - significa aver trascorso, sicuramente, tempi tristi, tempi buoni, guerre. Però, siamo ancora tutti quanti qua e, soprattutto, se si è operato un buon passaggio generazionale, che è il vero nodo, allora si vede tranquillo il futuro».

I VALORI

Per il leader degli industriali salernitani, «oggi gestire un'impresa è complesso e gestire un'impresa familiare lo è ancor più. È necessaria una solida cultura d'impresa, basata su valori immortali, come importanza della famiglia, identità aziendale, solida reputazione, radicamento nel territorio, capacità relazionale, leadership, attenzione al cliente, rispetto e soddisfazione dei collaboratori, innovazione e insieme di principi e valori etici». Ugo Cilento, guardando ai legami con la provincia di Salerno, racconta che «io, come Cilento, porto avanti un'azienda che nasce nel 1780. Le industrie tessili salernitane furono costituite da Cilento, Wenner, Von Viller e Zublin. Questo fa capire anche il legame storico e culturale della mia famiglia verso questo territorio». «Essere un'impresa centenaria: detta così, sembra soltanto di ripercorrere la storia», rileva Antonio Calabrò, presidente onorario de I Centenari ed è a capo del gruppo tecnico Cultura di Confindustria. «Proviamo a capovolgere il punto di vista: essere un'impresa centenaria e avere, quando c'è, un museo e un archivio storico d'impresa vuol dire raccontare delle cose che, quando succedevano, erano innovazione, trasformazione, cambiamento, novità, lavoro, processi produttivi che modificavano la storia». «Per un'impresa - prosegue - la storia non è soltanto l'orgoglio di quello che abbiamo fatto, è una scommessa sul futuro. La consapevolezza della storia vuol dire avere capacità di progettare dentro l'industria, dentro la manifattura e dentro i servizi un avvenire migliore, guardando non soltanto al ricordo, un po' malinconico talvolta, di quello che è stato fatto, ma soprattutto all'impegno per continuare a far stare nell'impresa le nuove generazioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA