



Palazzo Soragna Un momento del seminario dedicato alle pmi.

Imprese, se si vende o si acquista serve una visione strategica

Caterina Zanirato

«In tempi di crisi molti imprenditori si sono trovati davanti a un bivio: lasciare e vendere la propria impresa, sacrificando la tradizione per una rapida liquidità monetaria, o mantenere in piedi l'azienda, con sforzo e rinunce? Hanno cercato di analizzare questa complessa situazione gli esperti del Gruppo Kon, che ieri pomeriggio sono stati protagonisti dell'incontro organizzato dall'Unione parmense degli industriali: un momento di riflessione su pro e contro a una scelta che può cambiare non solo la vita dell'imprenditore, ma dell'intera famiglia.

Dopo il saluto di Stefano Girasole, caposervizio area economica dell'Upi, che ha introdotto i lavori, sono intervenuti Fabrizio Bencini, amministratore Kon, Enrico Gresta, manager di Kon e Francesco Ferragina, ammini-

stratore del gruppo. «Pressati dalle spese e dai debiti, spesso si sceglie di vendere la propria azienda per cercare semplicità e sicurezza di reddito - spiega Bencini -. Ma nell'arco di 2-3 anni i dati dimostrano che molti imprenditori non sono soddisfatti della scelta effettuata e tornano sui loro passi, reinvestendo in un'impresa o ricomprando addirittura la stessa». Cosa determina il dietro front? «Il Dna dell'imprenditore, che cerca il rischio per il guadagno - interviene Gresta -. Senza contare il potere aggregante di un'impresa, soprattutto a livello familiare: l'azienda unisce, perché si lavora per un obiettivo. Il capitale divide, perché ognuno si sente libero di farne ciò che gli pare». Anche nel caso di chi vuole acquistare un'impresa: «Bisogna avere una visione strategica dell'operazione - conclude Ferragina - con obiettivi a medio lungo termine». ♦

11011
DEL 4-10-2011

DI PARMIA

GAZZETTA