

# e-KONomy

RACCONTARE L'IMPRESA PER CRESCERE



## *L'ideatore di fragranze che incantano l'olfatto e i mercati internazionali\_*

*Antica Officina del Farmacista S.r.l.*

Pag. 4



*Dr. Paolo Vranjes*



### **Editoriale**

*Il passaggio  
generazionale: cos'è e  
come pianificarlo  
(Parte 2)*

pagina 2

### **Notizie**

*News dalle imprese*

Pagina 7

### **Prossimi appuntamenti**

*Convegni, conferenze e  
seminari nel mese di  
Maggio 2015*

Pagina 8

## REDAZIONE

Via Masaccio, 191

50132 Firenze

Tel. 055 5535405


Fax. 055 4089908

info@kon.eu

I dati relativi ai destinatari della Newsletter vengono utilizzati esclusivamente per l'invio della pubblicazione e non vengono ceduti a terzi per nessun motivo. Resta ferma la possibilità per l'interessato di esercitare i diritti di cui all'articolo 13 della legge 675/96.


 @kongroup

 linkedin.com/company/kon-spa

 www.kon.eu  
www.lamerchant.it


## Editoriale\_

## Il passaggio generazionale: cos'è e come pianificarlo (Parte 2)\_

Di Vincenzo Ferragina\_

Nel precedente editoriale abbiamo focalizzato l'attenzione sulle attività propedeutiche alle scelte relative al passaggio generazionale; in questo focalizzeremo l'attenzione seppur in modo sintetico su alcuni elementi sinottici che in relazione alla situazione in cui si trova l'impresa/la famiglia offrono delle possibili soluzioni da implementare.

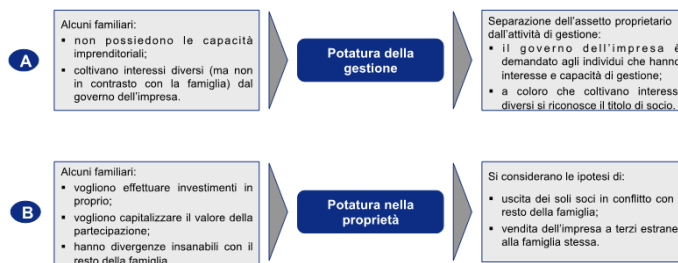
Sono strumenti presentati sotto forma di matrice doppia che si pongono l'obiettivo di semplificare le alternative presenti dando un'indicazione di massima di quella più ragionevole da sviluppare.

Il governo della transizione imprenditoriale è influenzato in modo determinante dal contesto familiare, ed in particolare da una serie di fattori, quali:

- 1) Dal numero di familiari e dal loro grado di interesse al governo e alla proprietà dell'impresa;
- 2) dal grado di conflittualità familiare;
- 3) dall'entità del patrimonio familiare extra aziendale.

Un'attenta analisi dei fattori sopra citati e delle relazioni che tra loro intercorrono, permette di identificare la strategia da seguire e lo strumento più idoneo da utilizzare per la gestione del passaggio generazionale.

Con riferimento al primo dei tre punti ovvero al numero dei familiari ed al loro grado di interesse o competenza nella gestione si articolano due possibili soluzioni: la potatura della gestione oppure la potatura della proprietà. Di seguito un dettaglio sintetico di queste due alternative:



L'altra variabile fondamentale è il grado di conflittualità degli eredi, che se non opportunamente considerato in sede di pianificazione, può portare alla separazione delle attività dell'impresa o, nei casi più gravi, alla sua estinzione.

L'estinzione si rischia anche se il grado di conflittualità non è gestito ed il genitore non interviene prendendo una decisione, in tempo, rispetto alla *governance*.

Difatti il riflesso della situazione di conflittualità, amplificato nel caso di familiari che rivestono ruoli operativi di responsabilità funzionale, è un clima negativo in azienda avvertito dai collaboratori e che spesso demotiva chi lavora nell'impresa ma soprattutto si crea ritardo nelle decisioni aziendali, il personale non capisce il futuro e non vede una linea chiara, non si crea un percorso strategico lineare ed il normale grado di confronto tra funzioni aziendali a causa dei contrasti tra familiari.



Uno strumento utile per orientarsi in situazioni del genere è la matrice di seguito presentata che da una parte considera la tipologia dei rapporti tra i familiari (in merito al livello di conflittualità) e dall'altra il grado di formalizzazione del processo successorio; si possono individuare, così, diverse tipologie di successione:

		Grado di conflittualità tra gli eredi	
		Bassa	Alta
Grado di formalizzazione del processo di successione	Alto	<i>Successione nella continuità</i>	<i>Successione potenzialmente consensuale</i>
	Basso	<i>Successione legata al carisma del successore</i>	<i>Successione ad alto rischio</i>

Laddove la conflittualità è bassa, in presenza di un processo adeguatamente pianificato, la successione non si trasformerà in un evento traumatico per l'impresa (successione nella continuità); viceversa la contemporanea assenza di regole e un elevato grado di competizione comportano un elevato rischio di continuità per l'impresa e una difficile governabilità (successione ad alto rischio). Nelle restanti situazioni la continuità dell'impresa dipende dalla capacità di programmare efficacemente la transizione in modo da dirimere la conflittualità (successione potenzialmente consensuale) ovvero dal carisma esercitato dal successore designato (successione legata al carisma del successore).

Laddove è impossibile risolvere le dispute familiari, o se la controversia è talmente complessa da rendere un confronto del tutto improduttivo, i familiari possono altresì raggiungere un accordo con una mediazione, non strettamente vincolante, che coinvolga il giudizio imparziale di un terzo del quale entrambe le parti si fidano.

I vantaggi di un tale approccio sono:

- preservare o migliorare le relazioni interpersonali della famiglia;
- trovare una soluzione consensuale che ciascuna parte si impegna a rispettare;
- risolvere controversie familiari pericolose, evitando che la famiglia subisca forti traumi emotivi o consistenti perdite economiche.

Al fine di prevenire una pericolosa degenerazione dei rapporti familiari, può essere utile la costituzione di Comitati e Consigli composti esclusivamente da familiari, ovvero aperti alla partecipazione di membri esterni generalmente individuati tra i dirigenti dell'impresa. Sia che tali Comitati e Consigli abbiano un vero e proprio potere decisionale, sia che venga loro riconosciuta solo un ruolo consultivo, questi strumenti sono di fatto in grado di garantire un certo equilibrio tra i diversi interessi dei membri della famiglia e dei dirigenti dell'impresa.

I Comitati rappresentano la sede istituzionale in cui i conflitti interni possono trovare la risoluzione per mezzo di un confronto diretto tra i soggetti coinvolti.

Nel successivo intervento approfondiremo la terza situazione ovvero le possibili alternative in presenza anche di un patrimonio extra-aziendale o solo di quello aziendale al fine di risolvere i rapporti tra futuri eredi in situazione conflittuale.

@kongroup

[linkedin.com/company/kon-spa](https://www.linkedin.com/company/kon-spa)

[www.kon.eu](http://www.kon.eu)  
[www.lamerchant.it](http://www.lamerchant.it)





Antica Officina del Farmacista: Dr. Vranjes\_

L'ideatore di fragranze che incantano  
l'olfatto e i mercati internazionali\_

Di Vincenzo Ferragina\_

Nata nel 1983, l'Antica Officina del Farmacista è la storia di un "naso" che ha fiutato, in una città d'arte unica al mondo, gli elementi essenziali per dare vita ad un manufatto di pregio che arriva dritto al cuore, passando attraverso la sensibilità dell'olfatto.

Il "naso" è quello del Dr. Paolo Vranjes, farmacista, chimico e cosmetologo ma, soprattutto, traduttore di emozioni in creazioni olfattive.

La città d'arte non poteva che essere Firenze, con le sue botteghe raffinate, antiche, capaci di offrire suggestioni uniche per i cinque sensi.

Entrare nell'Antica Officina del Farmacista equivale a regalarsi un momento di assoluto piacere.

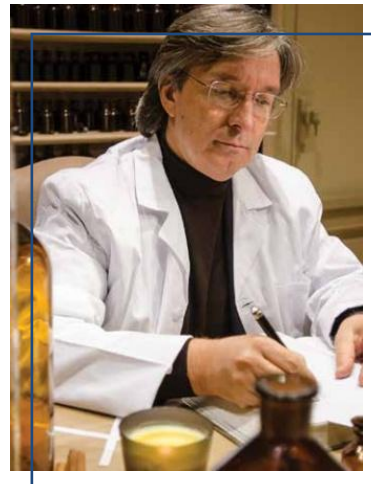
L'atmosfera accogliente e raffinata che si respira, si unisce al design dei prodotti, finemente ispirato alle architetture fiorentine e all'essenzialità di un sofisticato packaging, quale scrigno per fragranze che invitano a scoprire il proprio odore; quello che alberga nei ricordi e che aspetta solo di essere ridestato.

“ Entrare nell'Antica Officina del Farmacista equivale a regalarsi un momento di assoluto piacere. ”

Muoversi all'interno dell'Antica Officina del Farmacista, allora, significa percorrere seducenti sentieri alla scoperta di armoniose alchimie di emozioni, ricerche, ispirazioni, tutti ingredienti che sono alla base della sapiente arte di creare fragranze.

Firenze ha una tradizione unica nella distillazione di essenze, grazie anche al contributo della raffinata Caterina de' Medici, sposa del Re di Francia e nota ambasciatrice dell'arte profumiera. Era solita, Caterina, portarsi alle narici un melograno odoroso, successivamente detto *pomander*, preziosa sfera all'interno della quale erano racchiuse pomate ed erbe profumate. Il loro scopo era quello di rendere più gradevoli gli incontri sociali.

Paolo Vranjes già da bambino andava a spiare suo nonno, commerciante di stoffe pregiate con la passione per le essenze, nella stanza dove conservava i profumi che ricercava meticolosamente nei suoi viaggi in tutto il mondo.



*Paolo Vranjes. Nasce nel 1955 e fin da bambino coltiva la passione per le essenze nella stanza dove suo nonno, commerciante di stoffe pregiate, conservava i profumi che ricercava nei suoi viaggi in tutto il mondo. Letteralmente rapito da quell'universo di bottiglie preziose contenenti odori rari, fonda, nel 1983, l'Antica Officina del Farmacista, azienda che in pochi anni assume una posizione di market leader all'interno del settore.*

FOCUS

“... Poi, un giorno suo nonno si accorse di lui e, con un sorriso benevolo, lo invitò ad entrare, raccomandandosi di fare molta attenzione a non toccare nulla. A quel giorno ne seguirono molti altri.”



Era letteralmente rapito da quell'universo fatto di bottiglie preziose e trasparenti, contenenti odori rari, stimolanti e dei quali avrebbe tanto voluto conoscere i segreti.

Da dove venivano? Cosa li rendeva così speciali? E perché miscelandoli si compiva, ogni volta, una nuova magia?

Poi, un giorno suo nonno si accorse

di lui e, con un sorriso benevolo, lo invitò ad entrare, raccomandandosi di fare molta attenzione a non toccare nulla. A quel giorno ne seguirono molti altri. La passione e la cultura per le essenze del Dr. Vranjes è nata in quello studio.

Nel 1996 viene aperto in centro a Firenze, vicino al Duomo, il punto vendita di Via San Gallo, punto vendita con annesso laboratorio di produzione (visibile al pubblico) che è servito ad evidenziare ancora di più lo stretto legame fra la figura del Dr. Vranjes, tecnico e ideatore vulcanico di nuovi prodotti, ed il mondo delle essenze e dei cosmetici.

La possibilità di testare direttamente sul mercato la validità dei prodotti e delle idee commerciali tramite il punto vendita di Via San Gallo è stato il trampolino di lancio che ha portato nel 1999 alla ideazione di una linea innovativa per quei tempi chiamata "Fragranze Ambiente" Dr. Vranjes Firenze, linea che riprende i concetti della Aromaterapia, della Aromacologia e dell'importanza della memoria olfattiva già testati nel mondo delle Beauty Farm e li traduce in una vasta gamma di profumi creati per arredare ogni ambiente a seconda della sua funzione e del suo arredamento.

In seguito al successo di questa linea nel 2001 è stato aperto un secondo punto vendita monomarca a Firenze in Borgo La Croce con una grande sala dedicata alla "degustazione dei profumi" che è stata concepita per essere il polo di richiamo, di attrazione e di introduzione al mondo profumato del Dr. Vranjes.



Dal 2001 si è poi sviluppata la rete commerciale in Italia che ora vanta 7 agenti diretti che coprono tutto il territorio nazionale con un patrimonio di 500 clienti Dr.Vranjes; dal 2004 la richiesta dei prodotti Dr.Vranjes si estende anche all'estero dove ad oggi è presente in più di 60 paesi tramite una rete di distributori.

Nel 2010 è stata aperta la nuova sede dell'Antica Officina del Farmacista nei pressi di Firenze, all'Antella (Bagno a Ripoli), che ha tracciato la nuova strada dell'immagine Dr. Vranjes e del suo messaggio commerciale: nella nuova sede è presente uno showroom a disposizione dei clienti. Qui si possono toccare con mano tutti i prodotti del mondo profumato Dr. Vranjes ed è possibile partecipare ai corsi di formazione sul mondo dei profumi e dell'arredo olfattivo che vengono organizzati dall'azienda. Nel dicembre 2010 è stato aperto, con la stessa immagine Dr. Vranjes, il punto vendita in via della Spada posizionato al centro del quadrilatero commerciale di Firenze vicino alle griffe più prestigiose della moda, punto vendita che è divenuto in breve la vetrina Dr. Vranjes in cui si affacciano e si riconoscono i clienti provenienti da tutto il mondo.

Nel settembre 2011 è stato completamente rinnovato il primo punto vendita di Via San Gallo in cui il look Dr. Vranjes ed i contenuti di presentazione commerciale e di marketing sono stati testati per essere un modello di successo da proporre nel mondo del franchising.

A settembre 2012, anche il Flagship store di Firenze in Borgo la Croce è stato completamente rinnovato e a Novembre 2013 è arrivato quello che oggi è il fiore all'occhiello per l'azienda: il Flagship store di Milano, via Fiori Chiari, zona Brera. Infine negli ultimi mesi Dr. Vranjes ha rafforzato la sua presenza sul territorio italiano, aprendo a Dicembre 2014 il flagship store Dr. Vranjes nel cuore del centro di Roma, in via Vittoria 64, a due passi da Piazza di Spagna e, a Marzo 2015, il monobrand in Ca' Frezzeria a Venezia, vicino a marchi prestigiosi come Fendi, Zegna, Louis Vuitton ed Hermes.

Tutte le creazioni Dr. Vranjes sono rappresentate in un concetto espositivo semplice ed efficace che si è sviluppato ed è stato testato negli ultimi 15 anni per creare un modello vincente ed esportabile. Il concetto più innovativo è quello di **arredo olfattivo** orientato a creare e scegliere la fragranza giusta per accompagnare, non sovrastare, ogni singolo ambiente della vita quotidiana. Tutte queste essenze sono naturali, senza parabeni e mai sintetiche. Il Know-How Dr. Vranjes si esprime al meglio nel suo prodotto leader, le *Fragranze Ambiente*, disponibili in 34 differenti profumazioni, nella creazione di una bottiglia dalle forme distintive del brand, di design esclusivo (modello Dr. Vranjes marcato e depositato), nella ricerca della totale qualità nel prodotto, creazione interna dell'essenza, nella ricerca del packaging realizzato con i materiali più pregiati, e nell'utilizzo di fornitori

locali perché maestri dell'artigianato fiorentino. Tutte queste caratteristiche rendono il prodotto del Dr. Vranjes un prodotto unico, inimitabile dai propri concorrenti in quanto è il risultato di un perfetto connubio fra tecniche innovative e instancabile ricerca nella tradizione.

La filosofia aziendale è quella di consigliare la fragranza giusta per ogni ambiente in cui viviamo e riceviamo - che sia la cucina o il soggiorno, la camera da letto o lo studio, il bagno o l'ingresso, fino allo spazio dei bambini. E' importante per il piacere e il benessere di ognuno ricercare il profumo idoneo, valutando spazi, volumi, luce e arredamento dei luoghi in cui vive in armonia con le proprietà sprigionate dalle essenze naturali contenute nelle *Fragranze d'Ambiente* Dr.Vranjes. Questo è il concetto che desidera trasmettere: per stare e sentirsi bene bisogna circondarsi di tutto ciò che dà piacere alla vista, alla mente e all'olfatto, catturando le emozioni in preziose fragranze racchiuse in eleganti complementi d'arredo. Un piacere da condividere con le persone che ci stanno vicine.

L'azienda continua imperterrita il suo periodo di crescita esponenziale, basti pensare che tra il 2009 e il 2014 il fatturato si è più che quintuplicato passando da un valore poco superiore al milione di euro del 2009 a più di 8 milioni del 2014. Anche in termini di marginalità i risultati sono eccezionali, infatti anche nel 2014, in linea con i risultati storici, l'Ebitda incide in misura di oltre il 30% dei ricavi.

Dal 2009 al 2014 il fatturato è aumentato a livelli esponenziali



## News dalle imprese

**EL. EN.: ok assemblea a conti 2014 e cedola, Clementi confermato presidente\_**

**El.En.** – L'assemblea degli azionisti di El.En. ha approvato il bilancio 2014 che si chiude con un fatturato in crescita del 14,4% a 180 milioni e un utile netto di 16,5 milioni di euro, in aumento rispetto ai 6,1 milioni dell'anno precedente. L'assemblea ha inoltre approvato la proposta del cda di distribuire un dividendo di 1 euro per azione, con data di pagamento il 27 maggio e stacco della cedola numero 13 il 25 maggio, con record date alla data del 26 maggio. L'assemblea ha quindi nominato il cda per il triennio 2015-2017; ha ridotto da 7 a 6 il numero dei componenti il consiglio e ha confermato Gabriele Clementi come presidente e come consiglieri Barbara Bazzocchi, Andrea Cangioi, Alberto Pecci, Michele Legnaioli. Unico nuovo ingresso in cda e' quello di Fabia Romagnoli.



• Fonte: *Il Sole 24 Ore Radiocor, Roma, 28 Aprile 2015.*

**Estra chiude il 2014 con un utile consolidato di 10milioni di euro\_**



**Estra** – La multiutility Estra ha chiuso l'esercizio 2014 con un utile consolidato netto di 10,2 milioni di euro, raddoppiando quello del 2013 (5 milioni di euro), con ricavi totali per 745,6 milioni di euro, in crescita del 5% rispetto al 2013 (708,3 milioni). In netto miglioramento anche l'EBIT a 34,7 milioni (erano 26 nel 2013), mentre è sostanzialmente stabile il margine operativo lordo (58,2 milioni nel 2014, 59,4 nel 2013). Sono questi in sintesi i principali risultati consolidati nell'ultimo bilancio del gruppo attivo principalmente nel settore della distribuzione, vendita e trading del gas naturale, e vendita di energia elettrica. Positivo anche l'andamento del settore TLC con particolare riferimento ai servizi in banda ultra larga. In crescita il patrimonio netto che passa da 241,1 a 245,2 milioni di euro.

• Fonte: [www. http://iltirreno.gelocal.it/](http://iltirreno.gelocal.it/), 29 Aprile 2015.

**Pro-Gest acquisisce due scatolifici della Mauro Benedetti e si espande al sud\_**

**Pro-Gest** – Pro-Gest e Mauro Benedetti Spa completano la cessione delle unità operative di Modugno (Bari) e di Carnate (Monza) della Mauro Benedetti. Un'operazione che non fa che rafforzare la presenza del gruppo veneto nella parte finale della filiera, ovvero la produzione di scatole finite e che rappresenta per il gruppo Pro-Gest l'acquisizione della prima unità operativa nel sud Italia (Modugno).

Il Gruppo Pro-Gest, che ha chiuso il 2014 con oltre 350 milioni di euro di fatturato, leader in Italia nel settore della produzione di carta, cartone e imballaggi, dal 2012 ha portato il fatturato su del 25%, mentre l'Ebitda è passato da 33 a 50 milioni di euro. "Siamo convinti che l'acquisizione di queste due unità operative rappresenti un passaggio importante nel consolidamento e nello sviluppo di Pro-Gest" – commenta Bruno Zago – "L'unità di Carnate rafforza ulteriormente la nostra presenza in Lombardia, uno dei nostri mercati di riferimento principali. L'unità di Modugno, invece, ci avvicina a clienti che prima servivamo da unità produttive più lontane e ci permette di guardare al Sud Italia come a un'area di potenziale espansione".



• Fonte: <http://www.trevisotoday.it/>, 1 Aprile 2015.

## Prossimi appuntamenti

### Rating di legalità - Caratteristiche, Opportunità' ed Implicazioni per Le Imprese



13 Maggio 2015 – Unione Confcommercio Milano, Corso Venezia, 47, Milano.

#### CONVEGNO RATING DI LEGALITA'

Il convegno si incardina nell'ambito del progetto di promozione del Rating di Legalità e della Responsabilità Sociale sul territorio italiano, istituito dal Ministero dello Sviluppo Economico – Direzione Generale Politica Industriale e Competitività, Ufficio PCN Italia – Punto di Contatto Nazionale per la diffusione delle linee guida OCSE sulle responsabilità sociali delle imprese.

### Il crowdfunding

13 Maggio 2015 – Università degli Studi di Parma – Dipartimento di Economia, Palazzo Soragna, Via Ponte Caprazucca 6/A

#### IL CROWDFUNDING

La giornata di studio intende approfondire le problematiche giuridiche, regolamentari ed economico-finanziarie del crowdfunding, soprattutto in relazione alle potenzialità di diffusione e alle opportunità per le aziende dello strumento in Italia.

Saranno presenti esponenti di Banca d'Italia, Consob, Università degli Studi di Parma e dell'Unione Parmense Industriale.



### Banche e Sicurezza 2015 : le nuove sfide di oggi e di domani

4 e 5 Giugno 2015 – Palazzo Altieri, Piazza del Gesù, 49, Roma.



#### BANCHE E SICUREZZA 2015: LE NUOVE SFIDE DI OGGI E DI DOMANI

ABI, in collaborazione con OSSIF e ABI Lab, organizza Banche e Sicurezza, il convegno annuale sulla Sicurezza in banca: un evento unico in Italia per la visione privilegiata sul settore bancario e per il coinvolgimento istituzionale e operativo, che ne fanno un punto di riferimento fondamentale per tutti gli attori coinvolti che all'evento si incontrano e si confrontano.