

GRUPPI DI FAMIGLIA LA DIVERSIFICAZIONE NELL'INDUSTRIA, NELL'ENERGIA E NEL PRIVATE EQUITY DEI LUNELLI

Ferrari oltre le bollicine

Il più vecchio, Marcello, enologo della maison, ha 44 anni. Il più giovane, Alessandro, capo dell'area tecnica, ne ha 35: uno di meno della sorella Camilla, responsabile della comunicazione, e due di meno del cugino Matteo, neo presidente delle Cantine Ferrari. È la terza generazione dei Lunelli in campo. Il recente passaggio di tutte le deleghe operative dallo zio Gino al nipote bocconiano, con esperienze da banchiere d'affari in giro per il mondo, ha concluso un percorso avviato nel 2005 dai tre fratelli Gino, Mauro e Franco Lunelli, i quali, passo dopo passo, hanno trasferito a figli e nipoti il comando di tutte le attività della famiglia trentina proprietaria della casa spumantistica Ferrari. E non solo, come appare per la prima volta dalla mappa degli interessi (grafico in basso) che fanno capo alla Lunelli spa, la holding in-

La mappa delle partecipazioni della holding vinicola trentina al passaggio di generazione. Con un nuovo presidente che...

teramente in mano ai cinque gruppi familiari (oltre ai tre fratelli operativi, il fratello Giorgio e la sorella Carla). In particolare, le attività Lunelli si dividono in due comparti: da un lato le partecipazioni nel core business, vale a dire le aziende controllate al 100% nel settore delle bevande di alta gamma e della ristorazione, sul quale si concentrano le maggiori energie. Dall'altro le partecipazioni diversificate in vari settori. Per un giro d'affari totale di 70 milioni, di cui Cantine Ferrari si aggiudicano la maggiore fetta, pari a 54 milioni nell'ul-

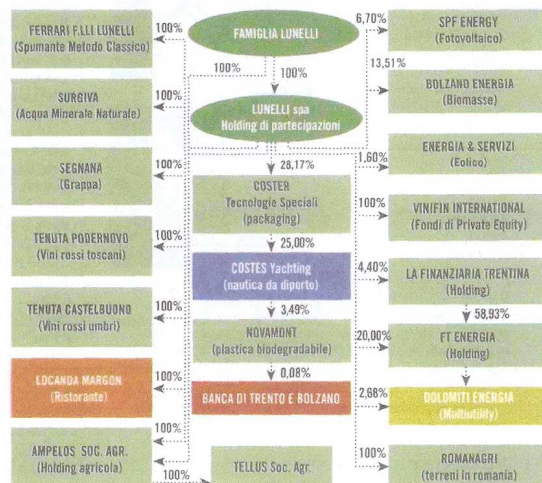
timo esercizio. Morale: sfida da brividi per il poker di cugini, alla luce dei risultati conseguiti dai vecchi della casa che hanno fatto il passo indietro dopo aver conquistato la leadership nella produzione italiana di bollicine classiche. Ma la grinta c'è. «Adesso tocca a noi», dice Matteo. «Il nostro motto sarà innovare nel rispetto della tradizione. E questo vuol dire fedeltà a quanto ci è stato trasmesso, ma anche cambiamento. La sfida sarà di consolidare la quota di mercato nel nostro Paese e allo stesso tempo portare Ferrari nel mondo per farne un brand internazionale, simbolo dell'arte di vivere italiano».

CORE BUSINESS ALL'ESTERO

Tutto meno che retorica nei progetti della nuova squadra al comando che ha già deciso di investire, da subito, 1 milione di euro



CI SONO ANCHE BANCHE E MOTOSCAFI



Marcello, Camilla, Matteo e Alessandro Lunelli: i quattro cugini che hanno preso le redini del gruppo di famiglia

in due anni per campagne pubblicitarie in Russia («Un mercato che ha una storica attitudine al consumo di bollicine di qualità», sottolinea Matteo) e in Paesi chiave come Stati Uniti, Germania e Giappone. Con mosse inedite nelle piazze più importanti, a cominciare dall'assunzione di resident manager che affiancheranno gli importatori come ambasciatori del marchio Ferrari. Ed è solo un tassello del puzzle che il nuovo vertice vuole comporre per il potenziamento del core business. Concreto e asciutto, Matteo riassume: «Entrata diretta nel retail, al pari dei grandi marchi della moda, con spazi dedicati a tempo; contatti con il consumatore anche via web e social network; sviluppo delle due tenute dei vini fermi, Podernovo in Toscana e Castelbuono in Umbria, cura della stellata Locanda Margon; crescita anche per linee esterne, come già avvenuto in passato con l'acquisto della distilleria Segnana e dell'acqua Surgiva». Il fatto è che per lanciare un brand occorrono tanti anni, da qui la voglia di

ri fondi di private equity attraverso la Vinifin International, braccio del gruppo dedicato, operativo da 20 anni. Tra questi, Investitori Associati e di 21 Partners, oltre ad alcuni fondi che investono nei mercati Bric, come il Mandarin per la Cina e l'Indvision per l'India.

PATTO DI SUCCESSIONE

accelerare i tempi: «Cerchiamo marchi di grande qualità, legati al loro territorio, con i quali creare un polo dell'eccellenza del bere italiano, impostato su quei valori di qualità e attenzione al dettaglio che sono nel dna delle Cantine Ferrari», anticipa il presidente che promette di «aumentare gli sforzi anche in campagna per essere leader in Trentino nel campo di un'agricoltura integrata e sostenibile».

Tecnologie, energie rinnovabili, finanza, immobiliare, nautica: mentre le Cantine Ferrari si preparano a festeggiare i 110 anni di attività, da più di 20 i Lunelli hanno cominciato a investire anche su altri tavoli. Tra le varie partecipazioni, la principale in termini di valore e quella di più vecchia data è la Coster tecnologie, di cui la holding detiene oggi circa il 30% del capitale. «La maggioranza è in mano a Rolando Segatta, imprenditore di grande esperienza che ha gestito con capacità e ha sempre goduto della nostra fiducia», dice Matteo, sottolineando le qualità del «piccolo gruppo multinazionale, leader nella produzione di componenti per il packaging di prodotti aerosol, spray e dispenser e di macchine per il riempimento di bombolette, con un fatturato consolidato di 167,6 milioni e una forte propensione internazionale».

È invece più recente la focalizzazione degli investimenti nel settore delle energie rinnovabili, che spaziano dall'idroelettrico al fotovoltaico, dall'eolico alle biomasse. Il principale impegno è nella Dolomiti Energia, la multutility pubblico-privata del Trentino, grande produttrice di energia idroelettrica, controllata dalla provincia di Trento, di cui la Lunelli è il primo azionista privato con una quota indiretta di circa il 2,5%, attraverso la partecipazione in Ft Energia e Finanziaria Trentina.

Tra gli investimenti a carattere finanziario si fa notare, invece, la sottoscrizione di va-

Insomma, uno scacchiere articolato e prezioso quello della famiglia trentina che, di fronte alle dimensioni sempre maggiori del gruppo e ai futuri passaggi generazionali, ha deciso di affidarsi a un patto di famiglia, messo a punto con l'ausilio dello studio Ambrosetti. «Si tratta di un sistema di regole e di meccanismi condivisi attraverso il quale tutti i membri della famiglia hanno deciso di autovincolare i propri comportamenti nei rapporti con il gruppo», spiega Matteo. «È importante definire i valori e chiarire le regole del gioco, al fine di tutelare la continuità dell'impegno imprenditoriale, anche a beneficio delle successive generazioni». Ed è più facile farlo quando non c'è la necessità. In sostanza, il patto disciplina il rapporto famiglia-impresa, «per evitare il rischio che quest'ultima sia al servizio della famiglia e costruire, piuttosto, un rapporto equilibrato in cui si rafforzino reciprocamente», sostiene Matteo, con l'assoluta convinzione che la famiglia, favorendo una logica manageriale e mantenendo un ruolo di garante dei valori dell'azienda, possa rappresentare un vantaggio competitivo, perché permette di perseguire quegli obiettivi di lunghissimo periodo, indispensabili quando si investe in agricoltura.

«Il gruppo ha ancora molti spazi di crescita, ma la competizione è sempre più accesa: per vincere dovremo avere una squadra forte e coesa, valorizzare i talenti che abbiamo nel gruppo e attrarne altri», sottolinea ancora Lunelli, sfidando il suo asso dalla manica, ovvero «la squadra di manager, tecnici e collaboratori che ho al mio fianco», a cominciare dall'amministratore delegato Guido Pianorelli, presente nel consiglio della holding a fianco dei cugini, ma anche a uomini di esperienza, come Innocenzo Ci-pollera, ex presidente delle Fs e l'ex banchiere Lino Benassi.

Anna Di Martino

