

**L'EVENTO.** Il volume è stato presentato nella sede dell'azienda a molti industriali veronesi

# Manni Group modello vincente «Ha il Dna delle imprese al top»

Nel libro di Markus Weishaupt «Family Business Model» la holding scaligera è tra le 200 promosse in Italia, Germania, Austria e Svizzera

**Valeria Zanetti**

Longevità, visione nella costruzione di un progetto plurigenerazionale, sana gestione, propensione all'internazionalizzazione, adattamento dei modelli di leadership con l'acquisizione di manager esterni.

**FAMIGLIE ECCELLENTI.** Sono queste alcune delle caratteristiche che accomunano le imprese familiari eccellenti secondo Markus Weishaupt, socio fondatore di Weissman Italia, Austria e Suisse e autore di *Family Business Model: la diversità radicale nel Dna delle imprese migliori*, edito da Franco Angeli, presentato l'altra sera nella sede di Manni Group, in via Righi, a Verona. La holding scaligera risulta conforme al modello elaborato a seguito di un'indagine qualitativa condotta su oltre 200 imprese familiari di Germania, Austria, Svizzera ed Italia.

**TRA TORINO E VENEZIA.** «Soprattutto al Nord, lungo l'asse Torino-Venezia», evidenzia l'autore, che si è laureato in Economia e commer-

cio all'Università di Verona nel 1996, «esistono molte realtà che rispecchiano lo standard; la provincia scaligera spicca per la sua ricchezza».

**INDUSTRIALI IN PLATEA.** Ad ascoltare Weishaupt, nell'incontro organizzato da Weissman & Cie Italia, e di seguito le testimonianze di Francesco Manni ed Enrico Frizzera, rispettivamente vicepresidente e amministratore delegato di Manni Group, alcuni imprenditori locali: da Alberto Bauli, presidente dell'omonimo gruppo dolciario a Franco Zanardi, alla guida di Confindustria Verona. Al presidente Giuseppe Manni il compito di fare gli onori di casa.

**LE AZIENDE E IL TERRITORIO.** «Dall'esperienza di analisi e consulenza di Weissman & Cie sulle imprese familiari siamo arrivati a definire il comun denominatore delle aziende top, capaci di misurarsi più volte con il ricambio generazionale, di internazionalizzare restando vicine al territorio, di investire senza perdere liquidità e redditività», illustra l'autore del libro.



Francesco Manni, Markus Weishaupt ed Enrico Frizzera

**PADRE E FIGLIO.** Frizzera esemplifica. «Il presidente Manni ha avuto visione: a 62 anni, con un figlio di 37, in grado di prendere in mano le redini, ha voluto avvalersi anche della mia collaborazione in veste di manager esterno per impostare l'internazionalizzazione del gruppo, passato così da nove a 26 aziende, da oltre 300 dipendenti a circa mille», dice. «Solo attrezzandosi per tempo, pur mantenendo, come nel nostro ca-

so, struttura e governance snella, è possibile modificare modello di business».

**SOLDI E BANCHE.** Un'altra caratteristica di Manni Group sottolineata nel libro di Weishaupt è l'esposizione finanziaria prudente, finalizzata agli investimenti. «Abbiamo un consolidato rapporto di collaborazione con le banche senza esserne dipendenti», ha precisato Frizzera. ●

© RIPRODUZIONE RISERVATA