



les

# Hénokiens

## UNA LOBBY PER RESTARE GIOVANI

FIORINA CAPOZZI

Per loro la globalizzazione è un incidente di percorso, così come è un male da cui difendersi la razzia di aziende di nicchia da parte delle multinazionali. Un evento puntuale come una guerra o una carestia del passato. Capace di selezionare solo chi sa adattarsi al nuovo mondo. Les Hénokiens, le imprese con alle spalle almeno 200 anni di storia, riunite in un'associazione nata poco più di un quarto di secolo fa in Francia, finora ci sono riuscite. Sono sopravvissute a due Grandi Guerre, hanno visto cadere il muro di Berlino, hanno assistito alla nascita della nuova Europa. E, soprattutto, hanno difeso i loro mercati dall'avvento di nuovi protagonisti. Ogni volta hanno saputo adattarsi al nuovo scenario e hanno colto le opportunità offerte da un preciso momento storico.

C'è chi come la Brovier&Toso, nata nel lontano 1295, è riuscita a trasformare l'antica arte della lavorazione del vetro di Murano in una moderna e innovativa azienda di design della luce. O chi, come Pictet, ha attraversato indenne l'ondata di fusioni e aggregazioni bancarie per restare un picco-

lo gioiello finanziario di famiglia. E ancora chi, come la Daciano Colbachini e Figli, antiche fonderie pontificie, dal 1745 non cessa di produrre campane da esportare in tutto il mondo, forgiate con la stessa lega di 250 anni fa. E infine chi, come la belga Dieteren, 5,3

miliardi di fatturato e oltre 26 mila dipendenti, ha scelto di tenersi al passo con i tempi, trasformandosi da impresa artigiana di ruote per carrozze, quale era nel 1805, a multinazionale quotata delle quattroruote, forte del controllo della società di autonoleggio Avis

e di una capillare rete di distribuzione di auto nei Paesi Bassi.

Le storie degli Hénokiens, che prendono il nome da Enoch, personaggio biblico che al 365esimo anno di vita ascese al cielo senza morire, sono tutte incredibilmente diverse fra loro. E nei meeting organ-

nizzati dall'associazione, creata da Gérard Glotin, patron dell'azienda francese Marie Brizard, ognuno fa tesoro dell'esperienza altrui. Negli incontri ci si confronta sulle problematiche del proprio business e sui cambiamenti del mercato. Da qualche anno ormai la globalizzazione è diventato il tema più scottante di cui discutere. Gli Hénokiens si sono chiesti qualisiano gli effetti, le opportunità, ma anche quali possano essere le cure per evitare di essere trovati, e costretti a passare la mano. Chi opera in segmenti di nicchia, come la giapponese Hoshi, più antica azienda familiare di ospitalità,

**Stretto controllo familiare e almeno due secoli di vita. Queste le credenziali societarie per fare parte dell'elitaria associazione. Che in tempi di globalizzazione vuole riaffermare i valori dell'industria e del localismo anteposti alla finanza**



Foto di gruppo per i membri dell'associazione Les Hénokiens presso la sede della Bortolo Nardini di Bassano del Grappa. La celebre distilleria aprì i battenti nel 1779, quando ancora la provincia vicentina era sotto il dominio della Serenissima Repubblica di Venezia.



### I maestri del sakè

Gekkeikan, brand mondiale del sakè, fu fondata nel 1637 a Fushimi, quartiere dell'allora capitale del Giappone Kyoto. Oggi l'azienda ha due succursali (in Usa e Corea), fattura più di due miliardi di euro l'anno e ha allargato il suo business anche all'import-export di vino e birra.

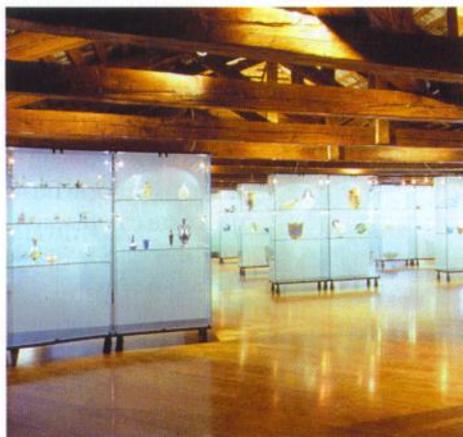


non teme grandi cambiamenti. Ma altri, soprattutto in segmenti come il tessile, hanno già accusato il colpo di forti pressioni provenienti dai Paesi emergenti e stanno soffrendo di più la concorrenza internazionale. «Le aziende familiari centenarie hanno un tratto comune importante - spie-

gano a *Monthly* dal quartier generale de Les Hénokiens - la proprietà, che ha in mano il controllo del gruppo, si scervella per trovare nuove soluzioni di lungo periodo. Nelle imprese gestite da manager invece c'è sempre un'ottica di breve periodo, condizionata spesso dal mercato e dai risultati

attesi dai diversi soci. In sostanza, una visione più speculativa». Ma di fronte all'incalzante, e per certi versi inedito, fenomeno della globalizzazione, quali strategie hanno deciso di portare avanti gli Hénokiens? «Abbiamo scelto di avviare un'opera di sensibilizzazione delle istituzioni al mon-

do di queste aziende, che sono fortemente legate al territorio in cui nascono», spiegano. Un'attività di *lobbying* che, iniziando dalla conoscenza delle imprese centenarie, dovrebbe portare fino all'obiettivo ultimo di una legislazione più favorevole agli Hénokiens. Di qui la decisione di fare rotta su Bru-



### L'arte rinascimentale del vetro

È un atto del 982 il primo documento ufficiale che menziona l'azienda vetraria che poi sarebbe diventata la Barovier&Toso di Murano. Il più antico rappresentante della famiglia Barovier di cui si abbia notizia è però Jacobello (1295). Sarà poi Angelo, in pieno Rinascimento, a regalare l'immortalità all'arte vetraria dell'isola veneziana. Primo polo industriale della storia.



## Confetti da podio

Tra le peculiarità della confetteria Marco Pelino di Sulmona (L'Aquila), la ricca bacheca colma di 66 riconoscimenti internazionali per la produzione artigianale di confetti, dolci e liquori, che oggi è distribuita in tutto il mondo, dalla Cina agli Usa. La fondazione risale all'anno 1783.

xelles, a metà ottobre, per raccontare la realtà di società che, con i loro bilanci in attivo, sono la dimostrazione di come un'impresa di famiglia possa prosperare a dispetto degli incidenti storici. E, soprattutto, di come possa incidere sul territorio su cui insiste. «È un primo passo verso una politica economica e sociale che permetta alle imprese nazionali, più radicate nella cultura locale, di preservare il patrimonio industriale e sociale delle regioni in cui le aziende sono nate. Se si considera che le imprese familiari possono rappresentare fino all'80% del tessuto economico dei grandi Paesi industrializzati, è facile anche immaginare a quale punto la loro continuità costituisca un fattore centrale per l'economia globa-



le», sottolineano dall'associazione. Il passo successivo sarà poi la realizzazione di uno studio che dovrà dare una consistenza numerica della realtà europea delle imprese familiari, definendone il peso in termini di impatto sul territorio. «Partendo infatti dalle cifre, con un intensa attività di *lobby-*

*ing*, siamo convinti di poter arrivare a un'armonizzazione della legislazione europea. Questo consentirà di superare l'attuale fase di cambiamento con maggiore serenità e permetterà alle imprese centenarie di continuare a prosperare. Senza contare che dell'eventuale vittoria di questa batta-

glia beneficeranno anche tutte le imprese familiari più recenti, meno blasonate sul piano della longevità, che potranno un giorno anch'esse aspirare a entrare nel circolo delle aziende centenarie», conclude l'associazione. E a giudicare dai risultati degli ultimi 200 anni, forse gli Hénokiens hanno ragione.



## Il nonno degli Hénokiens

Si perde nel mito la storia di questo albergo giapponese. Fu la divinità dei monti a indicare al monaco Taicho Daishi il luogo della sorgente termale nei cui pressi fu eretto. Era il 717, data che è valsa all'Hoshi l'inserimento nel Guinness dei primati alla voce «Albergo più antico del mondo».