

La testimonianza al corso di family business

Nonino: la ricetta è stata trasformare l'intuito in strategie di marketing

UDINE. Cosa rende competitiva l'impresa familiare? La capacità di trasformare l'intuito personale dell'imprenditore in strategie di marketing che segnano lo sviluppo dell'azienda. Ecco il fulcro della testimonianza che Giannola Nonino, amministratore delegato della Nonino Distillatori Spa, ha trasmesso ieri pomeriggio agli allievi del corso di family business e strategie competitive coordinato da Cristiana Compagno e organizzato dall'Università di Udine. Un insegnamento vivificato dalla storia di un'azienda che, in trentacinque anni si è trasformata da piccolissima distilleria, come l'ha definita la stessa Nonino, a Spa con 17,5 milioni di euro di fatturato. Un successo basato su due elementi determinanti: la ricerca e l'evoluzione costante del prodotto, possibile attraverso una sua conoscenza totale, e lo sviluppo paradigmatico del marketing intuitivo. «La fortuna aiuta gli inco-

scienti» ha sottolineato Giannola Nonino. Affermazione che può sembrare perentoria se non si aggiunge che senza una conoscenza compiuta del prodotto, del mercato e anche delle relazioni internazionali con la fortuna si raggiungono pochi risultati. Dopo queste considerazioni l'amministratore delegato dell'azienda di Percoto ha rivelato le future scelte strategiche della Nonino Distillatori Spa: «In Borsa mai - ha dichiarato Giannola - e neppure la conquista di più ampi spazi di mercato, che porterebbe con sé un inevitabile abbassamento della qualità. Preferiamo puntare alla differenziazione del prodotto conservando il suo rigore qualitativo». L'esposizione di Giannola Nonino è stata preceduta dall'intervento di Guido Corbetta dell'Università Bocconi di Milano sulle caratteristiche peculiari del family business.

Alessandro Montello