

SUCCESSIONI IN AZIENDA IL SEGRETO È NON RINVIARE

di **Isidoro Trovato**

In Italia solo l'8 per cento delle successioni avviene con l'apertura di un testamento. Il rimanente 92 per cento utilizza le regole del Codice civile. Un'abitudine del tutto diversa da quella adottata in altri Paesi europei dove preferiscono affidarsi ai testamenti o alle pianificazioni patrimoniali successorie. La tendenza degli italiani a rinviare le disposizioni *post mortem* è poco comprensibile alla luce del fatto che il nostro è un sistema economico di piccole e medie che trovano spesso nel passaggio generazionale l'ostacolo più insormontabile.

Gli ostacoli

«In effetti — concorda Stefano Loconte, avvocato da tempo esperto in pianificazioni patrimoniali successorie — in Italia il 14% delle imprese familiari non supera il secondo passaggio generazionale, mentre al terzo rimane in piedi solo il 5% delle aziende. Ma il passaggio generazionale non riguarda solo gli imprenditori, può creare problemi anche

Stefano Loconte: «occasione, a basso costo, per pianificare»
Eppure pochi lo sanno: in Italia il 92% si affida al Codice civile



Patrimoni
Stefano Loconte,
fondatore dello studio
legale e tributario
Loconte & partners

in una famiglia con molti figli e un normale patrimonio immobiliare».

Eppure gli italiani per cultura, scarsa mania o abitudine, fanno scarso affidamento agli strumenti di pianificazione. «Un errore — continua Loconte — al contrario di quanto si immagina, l'Italia, in termini di successione, rappresenta un paradiso fiscale: abbiamo le tasse più basse d'Europa per chi decide di fare pianificazione patrimoniale successorie. Con questi strumenti giuridici si disinnescano anche alcune remore che rendono gli italiani restii agli assetti pre morte».

Le opportunità

Per esempio? «Molti imprenditori, per esempio, non si muovono se non a tarda età perché vogliono mantenere il controllo della proprietà e dell'azienda. Ma la pianificazione patrimoniale non si fa in fin di vita. La stessa donazione è

uno strumento di pianificazione. Facciamo l'esempio dell'imprenditore con tre figli: può decidere di donare la sua impresa a uno dei figli o assegnare le quote ai suoi successori ma mantenendo il controllo dell'azienda. Nello specifico si tratta di diritto particolare del socio: permette al padre di governare l'azienda anche se tiene per sé l'1%».

Gli strumenti

L'obiettivo più frequente, per chi ha il controllo di un'impresa, è continuare a comandare. Questo spesso porta gli imprenditori a procrastinare il momento del passaggio generazionale magari pensando che lasciare un'azienda ai legittimi eredi sia l'operazione più equa. Quasi sempre questa si rivela un'operazione molto pericolosa che mette a rischio la sopravvivenza dell'azienda stessa. Ma esistono diversi strumenti. «Quando si pianifica — pre-

cisa Loconte — si applica una strategia che prevede l'utilizzo di diverse "armi": la donazione è quello più frequente, poi c'è il *trust* che permette di intestare un'intera azienda o dei beni patrimoniali a una società. In questo caso non è importante che un membro della società sia il proprietario ma il patrimonio o l'azienda sia al servizio di un membro della famiglia. Discorso più o meno simile anche per la fondazione che però ha alcune regole un po' più stringenti».

Strumenti come quello della pianificazione patrimoniale di successione hanno però cambiato l'approccio da parte degli italiani. «Indubbiamente negli ultimi cinque anni abbiamo fatto passi da gigante — ammette Loconte — è cresciuta la cultura di questi mezzi alternativi, si sa che da un notaio non si entra solo per un testamento, c'è maggiore consapevolezza che in uno studio legale si può pianificare la strategia di un passaggio di consegne molti anni prima di quando sarà necessario. Però c'è ancora tanta strada da fare per metterci in linea con i Paesi europei più evoluti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

NEWS DALLE AZIENDE

a cura di RCS PUBBLICITÀ

KEY CUCINE

Il marchio di Sbabo Cucine lancia **KUADRA**, un omaggio alle forme essenziali e irriducibili

Key Cucine è un marchio creato da Sbabo Cucine, realtà imprenditoriale nata nel 1978 e giunta ora alla sua seconda generazione. Sintesi fra capacità artigianale, cura del design e curiosità verso l'innovazione, fra saper fare e saper osare, l'azienda ha saputo negli anni ricavarsi un posizionamento nella fascia medio-alta del mercato: la cura nella scelta dei materiali, unita a una naturale capacità di personalizzazione, ha portato Key Cucine a essere scelta per dar vita a cucine pensate e studiate

e scuro, con una venatura fiammata molto signorile che ricorda la seta. Il top, così come la nicchia ricavata nella parete, è rivestito con uno scenografico marmo Collemantina, una pietra naturale della Garfagnana, dal caratteristico colore grigio che sfuma al rosa antico con venature chiare molto marcate. Il piano della cucina è attrezzato a filo top con pit cooking per una grande pulizia estetica; il lavello, sempre in marmo, è un ampio catino che rilegge in forma moderna e raffinata il classico lavatoio



in modo sartoriale. Ogni progetto è irripetibile perché ogni persona è unica. Sulla base di questo claim si sviluppa la filosofia dell'azienda: una sfida imprenditoriale e stilistica che ha l'obiettivo di creare cucine in grado di rispecchiare l'indole, il temperamento e la visione di ogni cliente. La più recente proposta di Key Cucine è Kuadra, un omaggio alle forme essenziali e irriducibili. La cucina, infatti, è costruita su elementi geometrici quadrati che formano le ante della grande isola centrale, lunga più di 4,5 metri. Il legno scelto per il rivestimento delle ante è un'essenza di eucalipto affumicato, dal tono caldo

di ispirazione rustica. Per incorniciare il blocco centrale, Key Cucine ha pensato a una parete imponente, ad angolo, dove nel lato lungo trovano spazio ante in alluminio a tutta altezza, di oltre 2,5 metri, con una laccatura dalla delicata superficie soft touch che riprende le nuances grigie del modulo cucina. Leggere e stabili, grazie alla durezza del materiale, diventano sia elementi di arredo sia ante a scorrimento che racchiudono nicchie e pareti attrezzate. Nel lato corto, Kuadra è completata da una boiserie con un pannello laccato come le ante e mensole in ottone spazzolato.

• www.keysbabo.com •

FELEPPA

Un progetto solidale a sostegno di **ADMO**



Il fashion system sposa la solidarietà grazie alle stiliste Francesca e Veronica Feleppa (terza e quarta da sinistra nella foto) che hanno lanciato il progetto Un abito per la vita per sostenere ADMO, Associazione Donatori di Midollo Osseo. La loro iniziativa prevede il pop up store Feleppa per ADMO all'interno del centro commerciale Il Cuore Adriatico di Civitanova Marche (Macerata) e una selezione di abiti speciali acquistabili nella loro boutique online feleppa.com: una parte del ricavato sarà devoluta alla raccolta fondi a favore dell'associazione.

Nel pop up store, un ampio corner è dedicato ad ADMO con i volontari sempre a disposizione per fornire tutte le informazioni utili. Giovani, di successo, seguitissime sui loro canali social, le due designer hanno voluto dare il proprio contributo perché il messaggio possa giungere soprattutto ai giovani. L'idea è stata subito supportata dall'agenzia di comunicazione MAP Communication, dal centro commerciale Il Cuore Adriatico, dallo studio di architettura Kubla e dalla falegnameria GM.

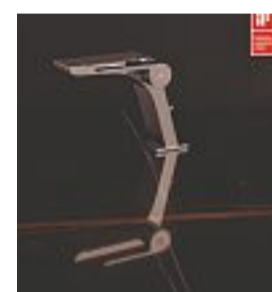
• www.feleppa.com •

PORCELANOSA

L'azienda conquista l'**IF DESIGN AWARD 2020** con l'eccellenza del design del rubinetto Oxo

Forte di una vasta gamma di prodotti che spaziano dalle attrezzature per la cucina e il bagno ai materiali tecnologici e alle soluzioni costruttive più avanzate per l'architettura contemporanea, Porcelanosa è protagonista oggi di un nuovo successo. La serie di rubinetti Oxo è stata premiata all'IF Design Award 2020, un'istituzione su scala mondiale che riconosce l'eccellenza del design da 67 anni. Oxo si trova all'interno della Signature Collection, la collezione Premium progettata esclusivamente

da Noken di Porcelanosa, marchio di punta dell'azienda. La sua estetica, energica e futuristica, si ispira al design aerodinamico. Concepito come un



pezzo scultoreo che promuove la sostenibilità, il rubinetto dispone di finiture metalliche all'avanguardia ed è progettato per promuovere la consapevolezza ecologica, limitando il consumo di acqua a un massimo di 5 l/min e, grazie all'apertura a

freddo, dando modo di controllare al meglio la temperatura.

• www.porcelanosa.com •

TESCOMA

Il leader nel comparto dei casalinghi lancia un concorso per individuare i suoi **BRAND AMBASSADOR**



Tescoma Italia, brand leader nel comparto dei casalinghi, inaugura per la prima volta un concorso per individuare dei Brand Ambassador per l'anno 2020. Ci sarà spazio non solo per il mondo legato alla cucina, da sempre cuore pulsante dell'azienda, ma anche per coloro che sono specializzati nella mise en place della tavola e nell'organizzazione della casa.

Partecipare è semplicissimo: ogni candidato potrà registrarsi fino al 30 aprile 2020 sul sito www.brandambassadorstescoma.it, selezionando il tema per il quale desidera candidarsi come Brand Ambassador tra cucina, tavola e ordine della casa; è necessario poi caricare uno scatto rappresentativo della propria creatività e un testo descrittivo. Entro il 15 maggio 2020 la giuria decreterà i vincitori, ai quali verrà consegnata una Gift Card del valore di € 100 e verrà riservata la possibilità di essere nominati Brand Ambassador Tescoma attraverso una collaborazione della durata di un anno.

• www.tescomaonline.com •