

Il periodico che racconta le esperienze
delle famiglie imprenditoriali che fanno grande l'Italia

LUGLIO | AGOSTO | SETTEMBRE 2025

familybiz®



FEDERIGO FEDERIGHI
AD

Farmigea Spa

*Allineare la vision nella
governance semplificata
del family business*



NICCOLÒ MARZICHI LENZI

AD

Tenuta di Biserno Soc. Agrl. arl

*Strategie di crescita,
governance e sfide
per il family business*



MARCO CECCHETTO

RESPONSABILE PRODUZIONE

Cecchetto Società benefit

*Un sistema
di governance
familiare*



MIRIAM ARESTIA

RESPONSABILE MARKETING

Agromonte Srl

*Far prosperare il
family business con
unione e allineamento*



LUGLIO | AGOSTO | SETTEMBRE 2025

Registrata presso il Tribunale di Bologna
n. 8590 il 21/07/2022

DIRETTORE EDITORIALE

Davide Mondaini



CAPOREDATTORE

Sofia Tarana



EDITORE

Mondaini Partners Group Srl
via Monte Napoleone, 8
20121 Milano
redazione@familybiz.it

STAMPA

Micropress Srl
via Alfonso Morini, 12 A
63900 Fermo
info@micropresssrl.com

È vietata la riproduzione, anche parziale, in qualsiasi forma e con qualsiasi mezzo, dei contenuti senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Tutte le foto pubblicate sono state inviate dagli stessi imprenditori e aziende intervistate. Tuttavia, essendo stato impossibile rintracciare tutti gli autori del materiale fotografico pubblicato, l'Editore si rende disponibile a riconoscerli eventuali diritti di pubblicazione.

Chiuso in tipografia: luglio 2025

COLLANA IMPRENDITORE

Libri scritti con linguaggio diretto e non tecnico



Disponibili a richiesta su
www.mondainipartners.com 
- sezione libri -

indice dei CONTENUTI

5

BENVENUTI
Editoriale

6

**ALLINEARE LA VISION NELLA
GOVERNANCE SEMPLIFICATA
DEL FAMILY BUSINESS**
Il caso Farmigea Spa

10

**STRATEGIE DI CRESCITA,
GOVERNANCE E SFIDE
PER IL FAMILY BUSINESS**
Il caso Tenuta di Biserno Soc. Agrl. arl

13

MONDAINI PARTNERS
Il profilo dell'editore

14

**UN SISTEMA DI
GOVERNANCE FAMILIARE**
Il caso di Cecchetto – Società benefit

17

**FAR PROSPERARE IL FAMILY BUSINESS
CON UNIONE E ALLINEAMENTO**
Il caso Agromonte Srl





DAVIDE MONDAINI
Direttore editoriale
dmondaini@mondainipartners.com

LinkedIn **davidemondaini**

YouTube **davidemondaini**

Amazon.it/Libri **DAVIDE-MONDAINI**



{ introduzione }

In questo
numero:

Cara Imprenditrice, caro Imprenditore,

con piacere introduco il **numero di luglio-agosto-settembre** del periodico di FamilyBiz, il magazine dedicato alle imprese di famiglia che fanno grande l'Italia.



Federigo Federighi
AD
Farmigea Spa

Farmigea è un family business con sede a Pisa, prossimo al traguardo degli 80 anni e punto di riferimento internazionale nei prodotti oftalmici.

> PAG. 6



Niccolò Marzichi Lenzi
AD
Tenuta di Biserno
Soc. Agrl. arl

Family business nato nel 2001, Tenuta di Biserno parte dal progetto di Lodovico e Piero Antinori e del nipote Niccolò Marzichi Lenzi. L'azienda vinicola si trova nel

> PAG. 10



Marco Cecchetto
Responsabile Produzione
Cecchetto Società benefit

L'azienda vinicola trevigiana Cecchetto rappresenta un bell'esempio di family business, in cui la gestione familiare ha saputo coniugare tradizione e innovazione. Fon-

> PAG. 16



Miriam Arestia
Responsabile Marketing
Agromonte Srl

È il 1970 quando Carmelo Arestia avvia la propria attività imprenditoriale: Agromonte è un'azienda siciliana con sede a Chiaramonte Gulfi (RG) leader nella produzione e

> PAG. 20



Tante altre avvincenti e stimolanti storie di famiglie imprenditoriali sono disponibili su www.familybiz.it.

Impresa forte, Famiglia di successo.

Davide Mondaini

Allineare la vision nella governance semplificata del family business

Il caso Farmigea Spa

Intervista di **Alessandro Carlorosi**



Farmigea è un family business con sede a Pisa, prossimo al traguardo degli 80 anni e punto di riferimento internazionale nei prodotti oftalmici.

La famiglia Federighi da sempre guida l'azienda fondata da Antonio che, nel 1949, rileva le quote della società Farmigea – Laboratori Prodotti Farmaceutici Igienici e Affini, fondata nel 1946 insieme a Giuseppe Rossini, Gino Mannocci e Aldo Cerri.

Negli anni 2000 un family buy-out semplifica la governance e apre nuove prospettive per l'azienda: Farmigea Spa da anni è il sito produttivo più completo in Europa per la produzione di ungenti e altri prodotti sterili in camera bianca.

La crescita del family business prosegue con l'ampliamento del sito produttivo e nuovi investimenti nel settore ricerca e sviluppo di prodotti a marchio proprio e su licenza. Il 2025 è l'anno del passaggio di consegne da Mario Federighi (al timone dal 2001) al figlio Federigo, attuale AD, che entra con in mano una nuova vision frutto di un intenso lavoro di condivisione e allineamento tra generazioni e dove elementi fondanti e innovazioni trovano sintesi.

Federigo quali sono le tappe nella storia di Farmigea?

Il mio bisnonno Antonio era proprietario agricolo, ma nel 1946 decise di fondare l'azienda Farmigea con una precisa visione di futuro. Lui, infatti, **voleva lasciare ai 3 figli una cosa** moderna, al passo con i tempi dell'epoca e **che in futuro po-**



Federigo Federighi

AD

Farmigea Spa

tesse offrire loro un'opportunità in più oltre quella agricola. Per Farmigea gli anni '70 e '80 si caratterizzano per importanti investimenti e alcuni brevetti come i colliri monodose, successivamente le salviette per la deterzione perioculare e il primo integratore oftalmico sul mercato. Prodotti sempre apprezzati per le caratteristiche naturali e il basso utilizzo di conservanti. **Nel 2001 entra alla guida dell'azienda di famiglia mio padre Mario a seguito di una particolare semplificazione della governance di famiglia**, che ha permesso di mantenere l'azienda e aprire una nuova stagione. Ad aprile 2025 **sono stato nominato Amministratore Delegato di Farmigea Spa al termine di un passaggio generazionale programmato per trovare allineamento sulla vision tra me e mio padre.**

Un passaggio generazionale veloce e pianificato?

In 4 anni e qualche mese **il passaggio di consegne è avvenuto dopo una preparazione che ha previsto 2 fasi:**

Nel 2021 c'è stato il mio ingresso affiancato

da figure già presenti nelle attività e partendo dall'area commerciale, dove all'epoca c'erano le condizioni ideali per inserirmi. Poi ho seguito la produzione e in ultimo lo sviluppo prodotti. **L'altra fase ha previsto un lavoro fondamentale che ha coinvolto me e mio padre nel trovare una sintesi sulla visione dell'azienda.** La volontà di mio padre è stata sempre quella di realizzare il passaggio con lui ancora in forze per sostenerlo e "dare ancora qualcosa" all'azienda ma nella veste di mentore. Per libera scelta mia sorella ha deciso di non entrare in azienda e questo sicuramente ha reso il passaggio generazionale dell'azienda più snello.

Come avete allineato la vision?

Io e mio padre abbiamo parlato molto delle nostre visioni dell'azienda di famiglia. Il confronto è stato lungo e intenso, ma alla fine abbiamo visto che le due non erano così distanti e occorreva solo un allineamento che abbiamo trovato.

Soprattutto per questioni generazionali i nostri approcci sono differenti, ma i valori su cui è stata fondata l'azienda 80 anni fa sono condivisi e questo è stato un punto di partenza comune molto im-





portante. Mio padre aveva già in mente una visione nuova dell'azienda: il nostro confronto per il passaggio generazionale è stato il momento per riscrivere una nuova vision che con me è stata affinata.

Questa nuova vision condivisa è stata presentata a tutta l'azienda affinché sia di tutti e rappresenti il nuovo timone con il debutto della nuova guida.

In che modo la governance è stata utile al passaggio?

Il passaggio generazionale è stato accompagnato anche grazie ad una pianificazione, che mio padre ha pensato anni prima del mio ingresso, **e riguarda proprio la governance.**

Dal 2018 nel CDA di Farmigea Spa è stato inserito un membro indipendente per poter iniziare a vedere con uno sguardo esterno e meno autoreferenziale l'azienda. Oggi la governance ha al vertice un **Consiglio di Amministrazione** composto da me con il ruolo di CEO, mio padre Mario, un manager CFO e il membro indipendente.

Un Comitato direttivo si occupa delle decisioni più operative, infatti coinvolge i manager delle 4 aree (R&D - Business Development - Produzione - Staff) e vede la presenza mia e di mio padre.

Quali sono gli asset su cui intendi lavorare per il futuro?

Sono entrato in azienda con l'idea di dare una forte spinta su alcune aree affinché Farmigea Spa possa proseguire il suo lungo cammino restando al passo con i tempi.

Gli obiettivi da raggiungere riguardano **l'internazionalizzazione** con un processo di export, che si fonde con la conoscenza dei nostri prodotti attraverso un lavoro a lungo termine, ma che ci permette di ampliare e rafforzare i mercati dove vediamo reali potenzialità. Da anni siamo pionieri su mercati anche meno maturi per i prodotti della salute degli occhi e stiamo analizzando nuovi paesi dove vediamo spazi.

L'altro obiettivo è l'ambito della Ricerca e Sviluppo al quale è necessario dare forza e velocità. In questo caso stiamo già facendo un grande lavoro di collaborazione con enti come le Università e i centri di ricerca in Italia e all'estero per creare nuovi prodotti capaci di risolvere i problemi presenti in determinati paesi del mondo.

Vogliamo quindi aumentare il capitale di ricerca e non solo quello sociale.

Digitalizzazione dei processi aziendali, per restare competitivi e per

lavorare meglio, e infine **il tema della sostenibilità** sono altri due pilastri che ho deciso di portare in azienda per il suo futuro.

Come sono stati risolti i family buy out?

Nella storia di Farmigea troviamo anche un episodio di family buy out intorno agli anni 2000. Con l'uscita dall'azienda a soli 60 anni del fratello di mio padre, che era senza figli, si aprì la questione con gli altri componenti della famiglia con i quali non c'era una visione condivisa del futuro dell'azienda.

Mio padre gestì l'uscita dell'altro ramo della famiglia non comparando direttamente nell'acquisto di Farmigea da parte di un fondo che poi venne liquidato attraverso l'ingresso del gruppo Alfa Wassermann (oggi Alfasigma) che a sua volta venne liquidata al 100% da mio padre.

Dopo questo passaggio l'azienda è stata praticamente rifondata da mio padre che ha ripreso lo spirito di suo nonno Alberto. **L'acquisizione al 100% da parte di mio padre Mario** ha comportato non pochi sacrifici, ma l'affetto per l'impresa di famiglia e conoscerne bene il potenziale sono stati gli elementi che hanno mosso questa azione, che **ha naturalmente semplificato la governance.**

Avete pensato o ricevuto richieste ad aperture di capitale?

Ci sono e ci sono state richieste di aprire il capitale di Farmigea Spa, **ma analizzandole abbiamo visto che manca una visione condivisa e quindi non sono mai state portate avanti.** Il cambio generazionale che abbiamo affrontato dimostra quanto per noi è centrale la visione dell'azienda.



I 12 Check-Up *Governance*

Le diagnosi nascono dalla professionalità e dai metodi consolidati degli specialisti di **Mondaini Partners**.

- 1** STATUTI SOCIETARI
- 2** PATTI PARASOCIALI
- 3** EXIT DI SOCI
- 4** APERTURA DEL CAPITALE
- 5** ASSEMBLEA SOCI
- 6** ORGANO AMMINISTRATIVO
- 7** COMITATO DI DIREZIONE
- 8** ADVISORY BOARD
- 9** FAMILY PLAN
- 10** CONSIGLI DI FAMIGLIA
- 11** ACCORDI TRA FAMILIARI
- 12** PATTI DI FAMIGLIA

Per informazioni prendere contatto con la redazione:
 alombardo@mondainipartners.com - tel. 339 4061532

Strategie di crescita, governance e sfide per il family business

Il caso Tenuta di Biserno Soc. Agrl. arl

Intervista di **Camilla Rocca**



Family business nato nel 2001, Tenuta di Biserno parte dal progetto di Lodovico e Piero Antinori e del nipote Niccolò Marzichi Lenzi. L'azienda vinicola si trova nel comune di Bibbona, in Alta Maremma, in provincia di Livorno, impiega 27 dipendenti a cui se ne aggiungono 60 stagionali con un fatturato di 12 Mln/€ nel 2024. Niccolò Marzichi Lenzi, amministratore delegato dell'azienda, qui intervistato per FamilyBiz, ci parla di strategie di crescita, governance e sfide per il suo family business.

Quali sono le tappe più importanti che hanno segnato il vostro family business?

La nostra famiglia è coinvolta nel settore wine da diverse generazioni, in particolare in questa zona della Toscana. L'origine del progetto **Tenuta di Biserno nasce dalla volontà dei tre rami della famiglia, che per anni hanno condotto le proprie attività separatamente, di riunirsi nuovamente in un progetto comune**, con una visione chiara: creare insieme un'azienda vinicola dedicata alla produzione di vini di altissimo livello, senza compromessi. Con questi valori come fondamenta, i nostri vini si sono affermati nel tempo per la loro qualità e personalità distintiva, diventando veri e propri ambasciatori di sé stessi. Dopo circa dieci anni di impegno per farli conoscere, abbiamo ottenuto grandi riconoscimenti dal mercato, ma mancava un equilibrio finanziario. Successivamente, **con il passaggio di consegne, ho potuto dare attraverso il mio ruolo di AD il mio contributo, applicando semplici principi manageriali** per ottimizzare tutti i processi, mantenendo sempre saldi i valori fondamentali: mai scendere a compro-



**Niccolò
Marzichi Lenzi**

AD

Tenuta di Biserno Soc. Agrl. arl

messi sulla qualità. In breve tempo questa gestione più efficiente delle risorse ci ha permesso di tornare a investire, acquisendo, inoltre, nuovi terreni per rispondere alle esigenze dei mercati emergenti.

A che punto siete oggi come impresa?

Oggi siamo un'azienda che ha superato la fase adolescenziale e ha trovato la propria identità. Tuttavia, **restiamo sempre orientati al miglioramento continuo**, cercando di perfezionare ogni aspetto del nostro lavoro. Oltre a puntare sul miglioramento della qualità, abbiamo investito nell'aumento della visibilità del prodotto, che oggi vanta una distribuzione in quasi cento Paesi nel mondo.

C'è stato un cambio generazionale? Come gestite internamente i ruoli di potere in famiglia?

Che brutta parola “potere” soprattutto di questi tempi. **Parliamo di responsabilità! Per quanto mi riguarda c'è stato un passaggio di consegne graduale** nelle responsabilità. Personalmente, non

mi piace il termine “potere”, perché non si addice né alla nostra famiglia né alla nostra azienda. Preferisco parlare di responsabilità, poiché **il nostro lavoro di custodi consiste nel preparare il terreno per la prossima generazione.**

Come gestite la convivenza interna per favorire l'unione familiare?

Al giorno d'oggi **sono l'unico familiare con un ruolo operativo in Tenuta di Biserno e riporto direttamente e indirettamente a degli azionisti di famiglia.** Nel nostro caso, comunque, **c'è una cultura del rispetto reciproco delle responsabilità** di ognuno. Se si tratta di un argomento importante, per esempio, **abbiamo momenti e sedi opportune in cui ciascuno può esprimere le proprie idee. Se invece è solo un consiglio, la comunicazione avviene in modo rapido**, tramite telefonata o WhatsApp. So sempre a chi rivolgermi in base alla necessità ed, essendo solo, questo per me è una grande fortuna. In particolare, tra familiari, nei casi in cui possano emergere opinioni diverse,



**Niccolò
Marzichi Lenzi**

AD

Tenuta di Biserno Soc. Agrl. arl

tutto diventa relativamente semplice quando c'è la certezza, come nel nostro caso, di un obiettivo comune, mettendo da parte interessi personali ed ego.

Qual è la sfida più grande che avete affrontato finora?

Tendo a non guardarmi indietro, quindi non ricordo momenti particolari, ma guardo sempre avanti.

Le sfide sono molteplici, più che singoli eventi straordinari, si tratta di sfide quotidiane.

Viviamo in un mondo che evolve rapidamente, rendendo difficile prevedere il futuro, con attacchi continui al giorno d'oggi al nostro settore, al nostro modo di vivere e alle nostre tradizioni. Per non lasciarmi influenzare troppo, mi ispiro molto ai racconti di mio zio Piero, che, grazie alla sua lunga esperienza, ha affrontato situazioni di ogni tipo, e alle biografie di grandi imprenditori dell'inizio del secolo, che trovo sempre molto stimolanti.

Forse la sfida più grande è personale: avere l'audacia di mantenere i nervi saldi, restare sulla rotta e non farsi trascinare dai cambiamenti esterni.

Avete seguito delle strategie di crescita aziendale negli ultimi anni?

Sì, abbiamo sviluppato progetti mirati per migliorare ulteriormente la qualità, partendo da: investimenti nella formazione del personale, fondamentali per garantire continuità aziendale e qualità; ottimizzazione dei vigneti, per adattarci ai cambiamenti climatici e alle nuove sfide agronomiche, con l'obiettivo di allungare la vita delle piante e ridurre al minimo gli interventi; miglioramento del reparto produzione, con il progetto di costruire una piccola cantina dedicata ai vini più importanti, ovvero Biserno e ColleMezzano, per poterli curare nei minimi dettagli; espansione della notorietà nei mercati meno conosciuti, un processo lungo che richiede risorse finanziarie e tanto tempo, per raccontare non solo i vini, ma anche la nostra filosofia di eccellenza.

Perché, secondo voi, in Italia si realizzano ancora poche semplificazioni proprietarie?

Si tratta di una questione complessa, che non ha una risposta univoca. Le cause sono molteplici e interconnesse. Tuttavia, **con l'evoluzione dei mercati**



e la crescente necessità di competitività internazionale, è probabile che, in tempi brevi, si assista a una maggiore razionalizzazione delle strutture proprietarie, soprattutto tra le aziende più dinamiche e orientate alla crescita.

Se avete già ridefinito la vostra governance, che modello avete adottato?

Nel mio caso, sono l'unico membro della famiglia con un ruolo operativo in Tenuta di Biserno.

Riporto direttamente agli azionisti familiari, i quali, **avendo alle spalle una grande azienda di proprietà, conoscono bene le dinamiche aziendali e sanno come gestire il rapporto tra proprietà e operatività. Questo approccio consente di mantenere una chiara distinzione tra gestione e proprietà, garantendo da un lato continuità e visione strategica, e dall'altro efficienza manageriale.**

Chi ha un ruolo operativo sa che le aspettative sono doppie: ottenere risultati a breve termine e salvaguardare gli interessi aziendali nel lungo periodo.

Quali sono state le innovazioni rispetto al business familiare tramandato?

Il nostro settore è molto tradizionale. Le poche innovazioni sono arrivate in modo naturale e progressivo: abbiamo inserito giovani con una visione più contemporanea, che hanno ringiovanito un'azienda con una forte tradizione; abbiamo ripensato i processi per renderli più semplici, creando figure più intercambiabili e flessibili; abbiamo riformulato la strategia commerciale per la distribuzione del prodotto, adattandola alle esigenze del mercato.

I piani futuri per il family business prevedono l'apertura del capitale?

Non credo che sia all'ordine del giorno, anche perché abbiamo una gestione molto conservativa del debito. Essendo nel settore agricolo, siamo sempre esposti a stagionalità oltre che ai mercati; quindi, cerchiamo di fare un passo alla volta con le nostre risorse.

E poi, come disse il mio primo datore di lavoro: "Vendere è impoverirsi!"



www.mondainipartners.com



**Consulenza strategica
per family business
lungimiranti**

Le nostre aree di attività

RIORGANIZZAZIONE
E **SVILUPPO**

RISTRUTTURAZIONE
E **RILANCIO**

FAMIGLIA, IMPRESA
E **GOVERNANCE**

EXIT
CRESCITA

La nostra Mission

Scoprire asset dormienti, sbloccare valore nascosto e spingere l'impresa di famiglia verso più alti livelli competitivi. E questo per i nostri clienti significa: **Impresa forte, Famiglia di successo.**

SEGUICI SU:



Mondaini Partners



Davide Mondaini



Un sistema di governance familiare

Il caso di Cecchetto – Società benefit

Intervista di **Annarita Cacciamani**



L'azienda vinicola trevigiana Cecchetto rappresenta un bell'esempio di family business, in cui la gestione familiare ha saputo coniugare tradizione e innovazione. Fondata nel 1985 dai nonni di Marco Cecchetto, attuale responsabile dell'azienda insieme ai fratelli Sara e Alberto e alla madre Cristina Garetto, l'impresa ha visto un'evoluzione significativa con la successione. Oggi, la terza generazione, composta appunto dai tre fratelli, ha raccolto il testimone portando una gestione più strutturata. La governance dell'azienda è rimasta familiare, con una suddivisione chiara dei ruoli e una visione condivisa. Marco Cecchetto racconta come la famiglia gestisce l'azienda e quali sono le prospettive future per il loro business.

Marco, ci può riassumere brevemente la storia di Cecchetto?

In Veneto, nelle pianure attraversate dal fiume Piave, la nostra famiglia porta avanti con orgoglio una lunga tradizione legata alla coltivazione della vite e alla produzione del vino. **La storia della nostra azienda inizia nel 1985**, quando i miei nonni, Sante e Bruna, acquistano il fondo e iniziano il commercio del vino al pubblico. **Mio padre Giorgio**, dopo essersi diplomato alla Scuola Enologica di Conegliano **nel 1982**, acquisisce esperienza in una cantina locale e, nel 1986, **prende in mano le redini dell'azienda agricola di famiglia**. Da subito, lega il suo nome al Raboso del Piave, vitigno autoctono per eccellenza della Marca Trevigiana. **Insieme a mia madre Cristina, amplia l'azienda** acquisendo altri terreni e costruendo una cantina



Marco Cecchetto

Responsabile Produzione
Cecchetto Società benefit

moderna e attrezzata. **Io, insieme a mia sorella Sara e mio fratello Alberto, rappresentiamo la terza generazione.** Grazie agli studi e alle esperienze che abbiamo acquisito anche all'estero, ognuno nel proprio ambito, sta apportando **miglioramenti tecnici, etici e sociali** al fine di realizzare la nostra vision di azienda leader nel territorio per la produzione di vini di qualità legati al territorio, distinguendoci per un modello di business più sostenibile. Abbiamo scelto di certificare l'azienda per la sostenibilità nel 2017 e di diventare una Società Benefit nel 2023, aggiungendo così un valore concreto alla nostra tradizione. Oggi, l'azienda si estende su circa 255 ettari vitati distribuiti tra i comuni di Motta di Livenza, Cornuda e Tezze di Piave, dove si trova la nostra sede principale.

Oggi l'azienda è gestita da tre fratelli insieme alla madre. Come avete suddiviso i compiti?

Oggi, insieme a mia madre Cristina, porto avanti l'azienda con i miei fratelli Sara e Alberto. Io, Marco, 35 anni, laureato in Viticoltura ed Enologia presso l'Università degli Studi di Udine, sono il **responsabile della produzione viticola**

ed enologica e dell'identità dei vini che nascono dai terreni aziendali. **Sara,** 32 anni, laureata in Relazioni Pubbliche e comunicazione d'impresa alla IULM di Milano, si occupa **della sostenibilità** e affianca la **comunicazione aziendale. Alberto,** 30 anni, con studi in Economia presso l'Università Cattolica di Milano, gestisce le **strategie commerciali, la rete di vendita e le opportunità di crescita del mercato.** Nostro padre Giorgio ha dato un impulso decisivo all'azienda, mentre noi tre stiamo portando una visione più moderna e sostenibile, integrando innovazioni nei processi produttivi e commerciali. Il nostro obiettivo è mantenere il legame con la tradizione, ma allo stesso tempo investire in tecnologie avanzate e pratiche sostenibili.

Come è strutturata la governance dell'azienda? Ci sono accordi scritti tra i familiari?

La governance dell'azienda è mantenuta all'interno della famiglia per garantire una gestione coerente con i valori tramandati. La direzione è affidata a me e a mia madre Cristina, mentre il Consiglio di amministrazione è composto da mia madre Cristina, me, Sara e Alberto. Ogni settimana ci riuniamo



per discutere le strategie aziendali e prendere decisioni in modo condiviso, rimanendo sempre allineati sugli sviluppi di ciascun settore. Questa struttura ci permette di mantenere un equilibrio tra tradizione e innovazione, assicurando continuità e crescita. Grazie a questa organizzazione, possiamo affrontare le sfide del mercato con maggiore consapevolezza e rapidità, garantendo che le scelte strategiche siano sempre in linea con la nostra visione aziendale. Nel 2023, abbiamo adottato la forma giuridica di Società Benefit per rafforzare il nostro impegno verso un modello di business responsabile, attento all'impatto sociale e ambientale. La governance familiare è quindi affiancata da un approccio strutturato e trasparente, che ci permette di consolidare il nostro ruolo nel settore vitivinicolo e di sviluppare nuovi progetti con maggiore sicurezza.

Avete mai pensato di aprire la società a membri esterni alla vostra famiglia?

Al momento, l'azienda non è aperta a membri esterni, poiché la volontà di mantenere una gestione familiare è considerata essenziale per garantire la continuità e il rispetto dei principi fondanti. La gestione diretta ci permette di preservare i valori e la missione dell'azienda senza compromessi. Tuttavia, il contributo dei nostri collaboratori è fondamentale per la crescita dell'azienda. Pur mantenendo una gestione familiare, valorizziamo il lavoro del nostro team, che supporta le varie attività produttive

e commerciali con competenza e passione. Il loro coinvolgimento ci consente di affrontare le sfide quotidiane con un approccio dinamico e proiettato verso il futuro.

Come vedete la vostra azienda di famiglia da qui a 10 anni?

Da qui a 10 anni, immaginiamo un'azienda sempre più radicata nel territorio e attenta alla sostenibilità. **L'evoluzione della gestione familiare ci ha permesso di passare da un modello più tradizionale a una struttura organizzata e aperta all'innovazione.** I nostri genitori hanno lavorato per espandere e modernizzare l'azienda, mentre noi **stiamo introducendo una gestione più flessibile** e orientata alla crescita sostenibile. Siamo convinti che il successo dell'azienda dipenda anche dal coinvolgimento dei nostri collaboratori. Lavoriamo per creare un ambiente di lavoro stimolante e partecipativo, rafforzando il senso di appartenenza e promuovendo la condivisione degli obiettivi. Questo ci permetterà di affrontare le sfide future mantenendo saldi i valori che ci contraddistinguono, con uno sguardo sempre rivolto all'innovazione e alla qualità. La digitalizzazione dei processi aziendali, il miglioramento delle pratiche agronomiche e la promozione di nuovi mercati saranno al centro della nostra strategia. Il nostro sogno è far conoscere ancora di più i vini del nostro territorio nel panorama internazionale, consolidando la reputazione della nostra azienda come sinonimo di qualità e sostenibilità.



Far prosperare il family business con unione e allineamento

Il caso Agromonte Srl

Intervista di **Camilla Rocca**



È il 1970 quando Carmelo Arestia avvia la propria attività imprenditoriale: Agromonte è un'azienda siciliana con sede a Chiaramonte Gulfi (RG) leader nella produzione e trasformazione di pomodoro ciliegino. "Prima di essere un'azienda è una famiglia" è lo slogan di questa realtà che non ha mai abbandonato i propri valori fondanti, forte della propria unione familiare. Miriam Arestia, seconda generazione e Responsabile Marketing, qui intervistata per FamilyBiz, ci parla di crescita, ruoli, governance e sfide per il suo family business.

Quali sono le tappe più importanti che hanno segnato il vostro family business?

Nel nostro Family Business **i momenti chiave sono stati diversi**, ma senza dubbio significativo è stato il **2008** con il lancio della salsa pronta di ciliegino: è l'anno in cui **l'azienda comincia a farsi conoscere e a crescere in maniera importante**. Nel **2018** invece, **siamo entrati nelle case di tutti gli italiani, grazie al lancio della nostra campagna televisiva "Agromonte, o venite in Sicilia"**, andata in onda in tutte le emittenti nazionali. **Questo ha permesso** di ingaggiare nuovi consumatori e **accelerare in maniera esponenziale il processo di crescita in Italia e all'estero**. Oltre alla presenza nel mercato USA con Casa Agromonte USA, da poco abbiamo inaugurato anche Agromonte France.

A che punto siete, oggi, come impresa?

Oggi **siamo in una fase di crescita ed innovazione continua** e gli obiettivi prefissati sono stati raggiunti. In Italia, nel mondo rosso (salse pomodoro, N.d.R.) abbiamo le referenze "salsa pronta di



Miriam Arestia

Responsabile Marketing
Agromonte Srl

ciliegino" nella top ten. Nel segmento salse pronte, quattro delle nostre referenze rientrano, invece, nella top ten. **Ora l'azienda vuole raddoppiare nuovamente la propria dimensione nel medio periodo**, attraverso il consolidamento del business in Italia, la crescita in maniera significativa all'estero e il presidio del food service.

Vi è stato un cambio generazionale: come gestite internamente i ruoli di potere in famiglia?

Mio padre, che è il fondatore, oggi ha un ruolo presidenziale e ognuno di noi fratelli ha un ruolo ben preciso in azienda. La gestione è affidata al **primogenito Giorgio**, che ricopre il ruolo di **Amministratore Delegato**. **Io sono la responsabile Marketing, mio fratello Marco**

è il responsabile della produzione e degli stabilimenti e mia sorella Giusy è la responsabile degli acquisti. Siamo una famiglia molto unita, prima che un'azienda e questo gioca a favore del benessere della nostra realtà.

Come gestite la convivenza interna per favorire l'unione familiare?

Sulle decisioni importanti c'è sempre un confronto, perché la nostra azienda e la nostra famiglia sono un'unica cosa. Sul day by day ognuno ha il proprio ruolo e porta avanti in autonomia il business. **Chi entra in azienda entra a far parte della famiglia Agromonte.**

Qual è la sfida più grande finora affrontata?

Sicuramente essere riusciti a portare un prodotto della nostra tradizione familiare nelle case degli Italiani. È motivo per noi di orgoglio vedere come il nostro impegno e la nostra dedizione abbia trovato eco nelle tavole di tante famiglie. Siamo felici di contribuire a momenti di convivialità e gusto, portando avanti un'eredità che ci unisce e ci ispira sempre a fare meglio.

Avete seguito delle strategie di crescita aziendale in questi ultimi anni?

Sì, abbiamo seguito delle strategie di crescita prefissandoci degli obiettivi sia in Italia che all'Estero. Abbiamo inaugurato un nuovo segmento nel mondo dei rossi, quello delle salse pronte e lo abbiamo esportato nel mondo. Poi ci siamo estesi agli altri segmenti, portando sempre la nostra sicilianità in ogni cosa che facciamo.

Perché, secondo voi, in Italia si realizzano ancora poche semplificazioni proprietarie?

Perché **non sempre l'imprenditore è capace di guardare con visione prospettica, scegliendo nuovi leader per la sua azienda**, in famiglia e/o fuori, anche strutturando operazioni precedentemente non considerate e, perché no, eventualmente anche aprendosi al mercato dei capitali.

Se avete già ridefinito la vostra governance, che modello avete adottato?

Sicuramente un modello tradizionale, essendo un'azienda a conduzione familiare, garantendo una forte continuità con i valori e le tradizioni aziendali. Negli ultimi anni, abbiamo cercato di integrare il meglio della tradizione con la necessità di una gestione moderna e professionale. Questo

modello ci permette di adattarci all'evoluzione del mercato, mantenendo comunque forte ed intatto il legame con il passato.

Quali sono state le innovazioni rispetto al business familiare tramandato?

La nostra parola d'ordine è **innovazione**. Nella produzione, dove adottiamo tecnologie avanzate che migliorano ulteriormente l'efficienza e la qualità del prodotto. Nei processi, implementando **pratiche sostenibili** che riducono l'impatto ambientale e ottimizzano l'uso di risorse, e **nella comunicazione, sfruttando i canali digitali** per raccontare la nostra storia e connetterci direttamente con i consumatori, creando una relazione autentica e trasparente. Utilizziamo pomodori selezionati da filiera corta e più della metà sono a chilometro zero, coltivati in modo responsabile, rispondendo alle esigenze dei consumatori più attenti. Infine, non per importanza, parliamo anche di innovazione di **prodotto**; siamo infatti attenti ai **nuovi trend** e consumatori lanciando nuovi prodotti in linea con i nostri valori e coerenti con la nostra identità. Abbiamo quindi cercato di **coniugare la tradizione e l'autenticità dei nostri prodotti con l'innovazione necessaria** per rimanere competitivi in un mercato in continua evoluzione.



Miriam Arestia

Responsabile Marketing
Agromonte Srl



La nostra redazione è formata da professionisti, specialisti in materie economiche e aziendali, tutti iscritti all'albo dei giornalisti. Si tratta di **una rete diffusa su tutto il territorio nazionale** che intercetta esperienze significative di Famiglie imprenditoriali e, tramite intervista diretta agli imprenditori, realizza articoli sartoriali e completamente focalizzati sulle principali sfide dei Family business italiani.

REDAZIONE

Direttore editoriale



Davide Mondaini

Docente di Economia e Organizzazione Aziendale



Linkedin **davidemondaini**



YouTube **davidemondaini**



Amazon.it/Libri **DAVIDE-MONDAINI**

Caporedattore



Sofia Tarana
Giornalista

Responsabile redazione



Anna Lombardo
Family Business Specialist

familybiz
IL MAGAZINE
delle imprese di famiglia

FamilyStories l'estratto periodico di FamilyBiz

Marzo | Aprile 2025

Maggio | Giugno 2025



familybiz®
IL MAGAZINE
delle imprese di famiglia

Leggila sul sito

familybiz.it/familystory/

sede di Milano
via Monte Napoleone, 8
20121 Milano

www.familybiz.it
redazione@familybiz.it

sede di Bologna
via Santo Stefano, 30
40125 Bologna