

Una giovane professionista al servizio delle ristrutturazioni aziendali

TANIA STEFANUTTO È UNA GIOVANE COMMERCIALISTA DI ORIGINE FRIULANA ATTIVA DA OLTRE VENT'ANNI IN LOMBARDIA. OLTRE ALLA NORMALE ATTIVITÀ, OFFRE SERVIZI PROFESSIONALI RELATIVI A TRE AREE DI SPECIALIZZAZIONE FALLIMENTARE, RISTRUTTURAZIONE D'AZIENDA E INTERNAZIONALIZZAZIONE. ECCO LA SUA STORIA PROFESSIONALE

www.studiostefanutto.it



Come ha iniziato la sua attività?

"Mi sono laureata molti anni fa a Ca Foscari, con una tesi in diritto tributario, e ho iniziato subito a fare questo mestiere. In verità già a 14 anni passavo le estati in

Studio. Ho scelto la libera professione per potermi mettermi in gioco".

Perché si dedica in particolare a ristrutturazione d'azienda e internazionalizzazione?

Per l'internazionalizzazione ho una notevole passione e sono membro di Commissioni nazionali di studio. Mi occupo di pianificazione e assistenza al cliente nell'effettuazione di un investimento all'estero, sia commerciale che produttivo. In parecchi anni ho maturato una solida rete di contatti: specialmente in Europa e nei Paesi di lingua araba, nonché in Sudafrica e nelle Americhe.

E per quanto riguarda la ristrutturazione aziendale?

Mi occupo di ristrutturazione a 360 gradi: analisi di funzione, di costo, di politiche commerciali e assistenza alla ristrutturazione finanziaria. Le maggiori soddisfazioni nascono nell'evitare gli attuali escamotage concorsuali, ma nel gestire al meglio la rinascita delle imprese: individuare le sacche improduttive, valorizzare le risorse e aprire nuovi business in termini di processo e prodotto, qui è la chiave. Le ristrutturazioni, però, non sempre si possono fare: ci sono situazioni in cui ci vuole anche il coraggio di chiudere. Questa è la differenza tra il professionista e l'imprenditore: la lucidità di decidere per il meglio.

Attraverso le ristrutturazioni si riesce a salvaguardare la forza lavoro e i suoi diritti?

Sì. Ma solo combinando ristrutturazione e progetti di investimento internazionale è possibile spesso di salvaguardare anche i posti di lavoro di buona parte della manodopera specializzata in Italia.

Qual è secondo lei il modo per risolvere molti destini aziendali oggi?

Dobbiamo puntare alla produzione globale, integrando le diverse componenti: costo del lavoro, qualità della manodopera, penetrazione e logistica nei nuovi mercati. Con questa filosofia affronto ogni sfida: creare valore qui e all'estero, nessuno deve uscire impoverito, ma tutti arricchiti. Così, per esempio, ho conosciuto Parema srl e con loro abbiamo iniziato un duro, ma necessario, piano di ristrutturazione.

Parema e la sua coraggiosa sfida alla crisi

TANIA STEFANUTTO, COMMERCIALISTA. PAOLA E MANUELA PADOVANI, DUE SORELLE OGGI AL TIMONE DI PAREMA SRL, AZIENDA ORGOGLIO DEL MADE IN ITALY CHE DA 30 ANNI STUDIO PROGETTA ACCESSORI NAUTICI E COMPLEMENTI D'ARREDO. LA LORO È UNA PICCOLA GRANDE STORIA DI SFIDA.

Parema srl è passata in pochi anni da oltre 15 milioni di fatturato a meno della metà, e da una struttura di quasi 150 dipendenti a una di circa 70, con un ramo d'azienda in totale perdita e con un mercato di riferimento distrutto dalla crisi prima e dalle politiche fiscali poi: la nautica. La storia di questa azienda è l'esempio di come gli imprenditori che sono leader nella qualità lo devono essere anche nella capacità di risorgere dalle proprie ceneri, senza trucchetti. Parema è leader europeo nella costruzione di parabrezza, box doccia e finestre per barche. Il settore nel 2008 è entrato in crisi, ma nessuno in azienda ha riorganizzato produzione e costi: l'allora direttore generale non aveva sotto controllo nulla. "Nel 2012 ci siamo incontrate grazie a un imprenditore con cui avevo collaborato" racconta Tania Stefanutto, commercialista dell'azienda. "Visti i bilanci dei due rami d'azienda dissi in Consiglio d'amministrazione che la prima cosa da fare era "regalare" il ramo in perdita. La decisione fu dolorosa, ma oggi quel ramo ha mantenuto l'organico e ha iniziato a fare business. L'azienda si è concentrata su se stessa, sul core business e su nuove linee di prodotto. Abbiamo intrapreso insieme una strada molto dura, ci sono state decisioni pesanti da prendere, Parema ha iniziato



una politica di riduzione dell'organico trovando il sostegno dei suoi dipendenti, che hanno sostenuto l'imprenditore facendosi parte attiva per le sottoscrizioni degli accordi osteggiati da parte del sindacato. Si è deciso di diversificare la produzione utilizzando risorse interne, sfruttando macchinari fermi, creando una nuova linea di design in plexiglass per il luxuryhome. È iniziato un serio piano di riduzione delle esposizioni bancarie, con un'integrale politica di rimodulazione delle scadenze. In più, Parema si è aperta sempre di più verso i mercati esteri, in particolare americano. A breve è in previsione l'apertura di un uff-

cio in USA e l'introduzione di un servizio postvendita in loco. Infine, la decisione di orientarsi ai mercati esteri ha avvicinato per la parte design e lusso il nuovo brand ai mercati mediorientali, al punto che Manuela, il direttore commerciale, oggi è membro del Consiglio di amministrazione della CCAA ItaloAraba. Devo dire che queste sono le più grandi soddisfazioni di questo lavoro: riuscire a sostenere l'imprenditore nei momenti più difficili e sentirsi dire, a denti stretti, da alcune parti sociali, "Grazie per aver salvato tutti i posti di lavoro". Sarà per questo che si lavora anche 20 ore al giorno, sabati e domeniche comprese.

