

# Credibilità che nasce dall'etica



**//** Un consiglio da dare ai giovani è quello di saper ascoltare

## LA ROLLS ROYCE DELLE GRANDI CUCINE

IL GRUPPO FAMILIARE E MANAGERIALE DELLA ANGELO PO DI CARPI RACCONTA IL PROPRIO MODELLO AZIENDALE, CONDITO CON UMILTÀ E TRASPARENZA VERSO I COLLABORATORI

di ALBERTO FELICE DE TONI



Al centro dell'attenzione questa volta è l'ingegner **Livio Gialdini**, già per lunghi anni Ad e oggi socio e componente del Cda della **Angelo Po** di Carpi in provincia di Modena, fondata nel 1922; impresa che conduce unitamente ai nipoti del fondatore: **Alessandro** e **Rossella Po**. Oggi l'azienda è leader nella produzione di grandi impianti per comunità con oltre 400 addetti, tre stabilimenti produttivi, una capillare rete di vendita con 90 agenzie in Italia e oltre 600 distributori in tutto il mondo.

### I VALORI FONDATIVI

**L'orgoglio di non essere pensionati.** Mio nonno era molto attivo e orgoglioso del proprio lavoro al punto che rifiutò due pensioni: quella di guerra e quella di una associazione di fabbri. Era fiero di lavorare e di non aver bisogno di una pensione (*Rossella Po*).

**Il privilegio di dare il buon esempio.** Mio padre diceva che proprio perché ci chiamavamo Po non dovevamo essere

privilegiati, semmai lavorare di più e dare il buon esempio agli altri (*Rossella Po*).

**L'appartenenza come status sociale.** Nel paese, quando al bar uno dice: Io lavoro all'Angelo Po, gli altri dicono: Ah, caspita! Questo senso di appartenenza è motivo d'orgoglio, quasi una sorta di status sociale (*Livio Gialdini*).

### CLIMA E MOTIVAZIONE

**La forza della motivazione.** L'azienda non è fatta di macchine utensili, è fatta di persone, quindi avere gente motivata conta molto; e qui c'è gente che è felice di venire a lavorare (*Livio Gialdini*).

**Fai quello che devi fare e fallo bene.** Qui c'è un clima molto positivo. Nessuno dice niente se ti fermi alla macchina del caffè due o dieci minuti, perché quello che ti è richiesto è un risultato qualitativo. Quindi, fai quello che devi fare e fallo bene, il tempo non è l'unico parametro (*Livio Gialdini*).

**Trasparenza per coinvolgere.** Il tenere il personale all'oscuro dei risultati è la cosa più sballata che possa esiste-

re, perché così la gente non la coinvolgi (*Livio Gialdini*).

### CREDIBILITÀ ED ETICA

**Essere d'esempio.** Devi sempre ricordarti che tu sei d'esempio: se arrivi in fabbrica la mattina alle sette e vai via la sera alle otto, oppure se fai quello che ti pare la gente se ne accorge (*Livio Gialdini*).

**Il valore della credibilità.** Questa Angelo Po è un'azienda credibile. Credibilità è una parola che ho appreso in Honeywell e che mi piace perché riassume bene un concetto fondamentale: tu devi essere credibile come uomo, imprenditore, manager e azienda. E quando sei credibile? Quando sei onesto, serio e mantieni le promesse (*Livio Gialdini*).

**Un Bignami aziendale per l'etica.** Ci sono aziende guidate da persone che non si preoccupano dell'etica, ma sono concentrate sul ritorno immediato di risultati. Tra i ricordi più positivi che ho di quando lavoravo alla Honeywell, c'è il fatto che il management americano insisteva moltissimo sull'etica: esistevano dei decaloghi di comportamento (*Livio Gialdini*).

Il presidente Rossella Po e il manager Livio Gialdini

**In panchina per imparare.** Sono entrata in azienda solo dopo la scomparsa di mio padre e credo di poter dire, per utilizzare un termine calcistico, di essere andata 'in panchina', con modestia, come mi ha insegnato mio padre e perché credo che ci sia sempre da imparare qualcosa da tutti (*Rossella Po*).

**Ascoltare per imparare.** Un consiglio che mi sento di poter dare ai giovani per imparare è 'sappiate ascoltare'. Quando sono venuto qui non sapevo niente dell'azienda: ci ho messo quasi un anno a capire come andavano le cose. Come ho fatto? Ascoltavo attentamente (*Livio Gialdini*).

**Non sedersi sugli allori.** Ricordo un episodio emblematico dei primi Anni '90; a una fiera, due visitatori, davanti allo stand della Angelo Po, dissero: "Questa è la Rolls Royce delle grandi cucine!" Per certi versi questa percezione è certamente positiva; mi sono permesso, tuttavia, in varie occasioni di ricordare ai miei collaboratori che la Rolls Royce è stata venduta alla Bmw (*Livio Gialdini*).

[detoni@uniud.it](mailto:detoni@uniud.it)