



DI PADRE IN FIGLIO - Il gusto di fare impresa  
11° EDIZIONE

# RASSEGNA STAMPA

## PREMIO DI PADRE IN FIGLIO

### ANNO 2021

Dal report di Fabula: le aziende che passano di padre in figlio hanno resistito alla pandemia

# Imprese, in famiglia si sta meglio

## Meno problemi di liquidità. Positivi i risultati economici attesi

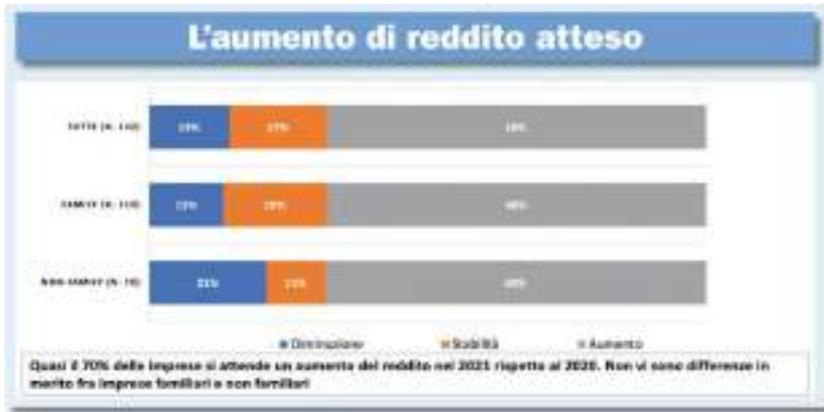
Pagina a cura

DI ANTONIO LONGO

**M**eno problemi di liquidità, soluzioni di smartworking rapide ed efficienti, maggiore coinvolgimento delle nuove generazioni, aumento del fatturato sul fronte estero. Le imprese a conduzione familiare italiane hanno manifestato maggiore resilienza e reattività rispetto alle imprese non familiari durante l'emergenza sanitaria più acuta causata dalla pandemia.

Sono alcuni dei tratti che caratterizzano lo scenario delineato nello studio realizzato da Fabula, il Family Business Lab della Liuc - Università Cattaneo, in collaborazione con KPMG, Credit Suisse e Mandarin Capital, presentato in occasione del lancio dell'undicesima edizione del premio «Di padre in figlio - Il gusto di fare impresa», che si rivolge agli imprenditori che abbiano avuto la capacità, l'attenzione e la dedizione nel proseguire e valorizzare il lavoro dei propri genitori subentrando alla guida operativa e strategica dell'impresa, garantendone il successo e la continuità. Alla competizione possono partecipare imprenditori di società, almeno alla seconda generazione, con sede legale in Italia e che abbiano un fatturato maggiore a 10 milioni di euro.

«Ci aspettiamo di rilevare



spunti di ripresa in molte delle imprese che andremo a intervistare nell'ambito della nuova edizione del premio», commentano **Salvatore Sciascia** e **Valentina Lazzarotti**, co-direttrici di Fabula che hanno curato la survey, «quando la sopravvivenza è a rischio, infatti, le famiglie imprenditoriali si mobilitano per preservare l'impresa, il cui valore non è soltanto economico, ma anche sociale e affettivo. Mediamente più efficienti e parsimoniose, nonché più solide, le imprese familiari sono potenzialmente più capaci di fronteggiare situazioni di crisi. In Italia, inoltre, stanno facendo progressi in termini di dimensioni, professionalizzazione e apertura della governance. Ciò ci fa

essere moderatamente ottimisti in merito alla loro capacità di affrontare questa tempesta meglio delle crisi precedenti».

**In famiglia è meglio.** Dalla lettura dei risultati della ricerca emerge che le aziende familiari hanno lamentato problemi di liquidità inferiori con il 35% delle aziende rispondenti rispetto al 56% delle non familiari nel corso del 2020. In prospettiva, tali percentuali si attestano sul 25% e sul 60%, rispettivamente per imprese familiari e per quelle non familiari, nelle previsioni per il 2021. Secondo le analisi degli esperti, inoltre, le imprese a carattere familiare meno frequentemente hanno messo in atto azioni di modifica della

clientela, in particolare nel 45% dei casi al cospetto della quota del 65% delle imprese non familiari nell'anno 2020. Nelle previsioni del 2021, le imprese familiari prevedono azioni di modifica nel 49% dei casi, quelle non familiari nel 76% del campione coinvolto. Sul fronte del prodotto, il 46% delle aziende familiari ha messo in atto azioni di modifica contro il 56% di quelle non familiari nel 2020, nel 2021 tali percentuali si attestano, rispettivamente, sul 50% e sul 76%. Inoltre, nel corso del 2020, le imprese a conduzione familiare hanno reagito prontamente agli effetti negativi della pandemia mettendo in atto pratiche di smartworking per oltre il 70% dei casi, anche se

la percentuale è prevista in riduzione nel 2021 (circa il 57%). E ancora, le imprese di famiglia hanno coinvolto maggiormente le nuove generazioni, per oltre il 50% dei rispondenti, e contano di farlo in misura ancora maggiore nel 2021 (59% circa). E hanno dato anche maggiore spazio a manager non familiari in circa il 30% dei casi, ma la percentuale prevista sale al 35% per l'anno in corso.

**Le prospettive.** La ricerca ha puntato i riflettori anche sulle prospettive nell'immediato futuro. In tal senso, le imprese a carattere familiare prevedono nel 2021 un aumento del fatturato estero per oltre il 60% dei rispondenti, in misura maggiore rispetto alle aziende non familiari che si fermano, invece, al 53%. In generale, per oltre l'80% dei casi si attende una ripresa del fatturato e per quasi il 70% una ripresa del reddito ante imposte, tali percentuali sono analoghe sia per le imprese familiari sia per quelle non familiari. Diversa è la visione della crisi e delle sue opportunità. Infatti, oltre il 75% delle imprese familiari non ritiene che la crisi attuale rappresenti una minaccia per la sopravvivenza, rispetto al 60% delle non familiari, e una percentuale ancora maggiore pari al 77% considera la crisi come un'opportunità di miglioramento.

© Riproduzione riservata

## Anche in Europa i valori hanno premiato le attività e l'occupazione

Le imprese familiari europee hanno riportato minori riduzioni di dipendenti, meno chiusure di attività e maggiori aumenti dei ricavi durante l'emergenza Coronavirus rispetto alle imprese non familiari. Nello specifico, solo il 15% delle imprese a carattere familiare ha chiuso temporaneamente le proprie attività, meno dell'1% ha chiuso definitivamente, la maggior parte ha visto diminuire i ricavi a breve termine, tuttavia l'11% ha registrato aumenti. Le imprese familiari, inoltre, sono state più propense a raccogliere capitali aggiuntivi e ad assumere più debiti per mantenere indipendenza e controllo. E quanto ha rilevato il rapporto «Taking the long view: Lessons in Endurance from European Family Businesses», basato su un sondaggio su 1.332 leader europei di aziende familiari e preparato attraverso una collaborazione tra Step Project Global Consortium,

European Family Businesses (Efb) e KPMG Private Enterprises. In base alle evidenze del report, le imprese familiari europee hanno intrapreso tre azioni immediate per affrontare l'impatto del calo dei ricavi sulla loro attività durante l'emergenza pandemica, ossia hanno stabilizzato l'attività attraverso cambiamenti nell'occupazione e riduzioni delle spese, hanno fatto accesso alle misure di sostegno approntate a livello governativo, hanno razionalizzato le operazioni e impostato un nuovo futuro. La conservazione del maggior numero possibile di dipendenti e le relazioni a lungo termine con fornitori, clienti e altre parti interessate importanti sono state considerate una priorità.

Dalla lettura del rapporto si evince che, a causa dell'imprevedibilità della pandemia, alcune imprese familiari hanno preso decisioni a breve termine per preservare parte del lo-

ro capitale, sospendendo o rinviando gli investimenti pianificati e ridistribuendo le proprie risorse finanziarie per trattenerne e sostenere i propri dipendenti. È stata, quindi, data priorità alla necessità di stabilizzare le proprie attività e mantenere i dipendenti impegnati per garantire una posizione forte per il futuro. Ciò deriva, secondo gli analisti, anche dai valori familiari di fondo che influenzano le decisioni delle imprese familiari. In tempi di crisi e sfide economiche, le motivazioni finanziarie a breve termine all'interno delle imprese familiari sono in genere secondarie rispetto alla redditività a lungo termine dell'azienda e al desiderio di rafforzare e mantenere le relazioni di lunga data con i dipendenti. Il rapporto evidenzia, infatti, l'importanza dello scopo e i valori della famiglia e il loro coinvolgimento nell'impresa con più generazioni che partecipano al pro-

cesso decisionale. Le aziende familiari hanno, quindi, reagito rapidamente per proteggere l'azienda e concordare la sua direzione strategica. L'analisi trova conferma nel rapporto sulle aziende a controllo familiare, denominato «CS Family 1000», che il Credit Suisse Research Institute pubblica periodicamente e che nell'ultima edizione evidenzia che le aziende familiari hanno migliori risultati in ogni area geografica e in ogni settore grazie a una crescita dei ricavi e una redditività più elevati. Sia nei mercati emergenti sia nelle economie mature, le aziende familiari danno un contributo sostanziale allo sviluppo economico e rappresentano un elemento fondamentale per la crescita di lungo termine e sostenibile. In 10 anni le società familiari hanno generato un ritorno cumulativo del 126%, superando il MSCIAC World Index del 55%.

© Riproduzione riservata

TESTATA: ILGIORNO.IT

DATA: 2 AGOSTO

CLIENTE: PDPF

---

<https://www.ilgiorno.it/varese/economia/castellanza-ricerca-fabula-imprese-familiari-1.6655682>

# IL GIORNO VARESE

---

## Castellanza, ricerca Fabula imprese familiari: più solide e portate allo smart working

L'indagine condotta nell'ambito del premio "Di padre in figlio"



Focus sulle aziende familiari (Archivio)

Castellanza - Le aziende familiari hanno una marcia in più. E' quello che emerge in una **ricerca realizzata da Fabula** (il Family Business Lab della LIUC - Università Cattaneo), in collaborazione con KPMG, Credit Suisse e Mandarin Capital, condotta in occasione dell'ultima edizione del premio "Di padre in figlio – Il gusto di fare impresa", che in questi giorni apre le iscrizioni alla nuova edizione, l'undicesima. **Fra le qualità delle imprese a conduzione familiare**, secondo la rilevazione, ci sono la minore possibilità di problemi di liquidità o con i clienti e prodotti, l'investimento su soluzioni di smartworking rapide ed efficienti, il coinvolgimento delle nuove generazioni e l'aumento del fatturato estero.

## **I risultati dell'indagine**

Dalla ricerca è emerso come le aziende familiari abbiano lamentato **problemi di liquidità inferiori** (35% delle aziende rispondenti rispetto al 56% delle non familiari nel 2020; 25% versus 60% nelle previsioni 2021). Meno frequentemente hanno messo in atto azioni di modifica della clientela (45% vs 65% nel 2020; 49% versus 76% nel 2021) e del prodotto (46% versus 56% nel 2020; 50% versus 76% nelle previsioni 2021). **Nel 2020 hanno reagito prontamente mettendo in atto pratiche di smartworking** per oltre il 70% dei casi, anche se la percentuale è prevista in riduzione nel 2021 (circa il 57%). Hanno coinvolto maggiormente le nuove generazioni, per oltre il 50% dei rispondenti, e contano di farlo in misura ancora maggiore nel 2021 (59% circa). Hanno dato maggior spazio a manager non familiari in circa il 30% dei casi, ma la percentuale prevista sale al 35% per questo anno.

**TESTATA: ILGIORNO.IT****DATA: 2 AGOSTO****CLIENTE: PDPF**

---

La ricerca si è però rivolta anche al futuro, costituendo quindi una buona base di partenza per l'undicesima edizione del Premio. **Si attende infatti nel 2021 un aumento del fatturato estero per oltre il 60%** dei rispondenti e in misura maggiore rispetto alle aziende non familiari (53%); per oltre l'80% dei casi ci si aspetta una ripresa del fatturato e per quasi il 70% una ripresa del reddito ante imposte (le percentuali sono analoghe per le imprese familiari e non familiari). **Oltre il 75% non ritiene che la crisi attuale rappresenti una minaccia per la sopravvivenza** (rispetto al 60% delle non familiari) e una percentuale ancora maggiore (77%) vede la crisi come un'opportunità di miglioramento.

"Ci aspettiamo di rilevare questi spunti di ripresa in molte delle imprese che andremo a intervistare nell'ambito della nuova edizione del Premio - commentano Salvatore Sciascia e Valentina Lazzarotti, co-direttori di Fabula, che hanno curato la survey - **Quando la sopravvivenza è a rischio, infatti, le famiglie imprenditoriali si mobilitano per preservare l'impresa**, il cui valore non è soltanto economico, ma anche sociale e affettivo. Mediamente più efficienti e parsimoniose, nonché più solide, le imprese familiari sono potenzialmente più capaci di fronteggiare situazioni di crisi. In Italia, inoltre, stanno facendo progressi in termini di dimensioni, professionalizzazione e apertura della governance: ciò ci fa essere moderatamente ottimisti in merito alla loro capacità di affrontare questa tempesta meglio delle crisi precedenti".

## Il premio: candidature e vincitori

Il "Premio Di padre in figlio" si rivolge a tutti quegli imprenditori che abbiano avuto la capacità, l'attenzione e la dedizione **nel proseguire e valorizzare il lavoro dei propri genitori** subentrando alla guida operativa e strategica dell'impresa, garantendone il successo e la continuità. Sono candidabili imprenditori di società, almeno alla seconda generazione, con sede legale in Italia e che abbiano un fatturato maggiore a 10 milioni di euro. Alla giuria, composta da esponenti del panorama economico – finanziario, accademico e istituzionale, spetterà il compito di valutare le candidature.

## I sostenitori

Credit Suisse ha scelto di sostenere il "Premio Di padre in figlio" perché da sempre è vicino agli imprenditori. Il **Credit Suisse Research Institute** pubblica periodicamente un rapporto sulle aziende a controllo familiare denominato "CS Family 1000". Nell'ultimo rapporto si conferma che le aziende familiari sovraperformano in ogni area geografica e in ogni settore grazie a una crescita dei ricavi e una redditività più elevati".

Anche secondo il rapporto "Taking the long view: Lessons in Endurance from European Family Businesses", basato su un sondaggio di 1.332 leader europei di aziende familiari e preparato attraverso una collaborazione tra Step Project Global Consortium, European Family Businesses (EFB) e **Kpmg Private Enterprise**, le imprese familiari europee hanno riportato minori riduzioni di dipendenti, meno chiusure di attività e maggiori aumenti dei ricavi.

TESTATA: ILGIORNO.IT

DATA: 2 AGOSTO

CLIENTE: PDPF

---

Nello specifico, per quanto riguarda le imprese familiari europee: **solo il 15% ha chiuso temporaneamente le proprie attività**, meno dell'1% ha chiuso definitivamente, la maggior parte ha visto diminuire i ricavi a breve termine, tuttavia l'11% ha registrato aumenti, sono state più propense a raccogliere capitali aggiuntivi e ad assumere più debiti per mantenere la propria indipendenza e controllo.

TESTATA: ANSA.IT

DATA: 23 LUGLIO

CLIENTE: PPIF

[https://www.ansa.it/sito/notizie/economia/2021/07/23/impresesstudio-quelle-familiari-piustabili-durante-covid\\_887824d3-9f7e-4c2f-b748-e2247249ec80.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/economia/2021/07/23/impresesstudio-quelle-familiari-piustabili-durante-covid_887824d3-9f7e-4c2f-b748-e2247249ec80.html)



## Imprese: studio, quelle familiari più stabili durante Covid

Ricerca Fabula-Kpmg e Credit Suisse, meno problemi liquidità



- RIPRODUZIONE RISERVATA

CLICCA PER  
INGRANDIRE 

(ANSA) - ROMA, 23 LUG - Meno problemi di liquidità o con i clienti e prodotti, soluzioni di smartworking rapide ed efficienti, coinvolgimento delle nuove generazioni e aumento del fatturato estero: questi sono solo alcuni dei punti messi in rilievo dalla ricerca realizzata da Fabula (il Family Business Lab della LIUC - Università Cattaneo), in collaborazione con KPMG, Credit Suisse e Mandarin Capital, condotta in occasione dell'ultima edizione del "Premio Di padre in figlio - Il gusto di fare impresa" che in questi giorni apre le iscrizioni alla nuova edizione, l'undicesima.

**TESTATA: ANSA.IT****DATA: 23 LUGLIO****CLIENTE: PPIF**

---

Dalla ricerca è emerso come le aziende familiari abbiano lamentato problemi di liquidità inferiori (35% delle aziende rispondenti rispetto al 56% delle non familiari nel 2020; 25% versus 60% nelle previsioni 2021).

Meno frequentemente hanno messo in atto azioni di modifica della clientela (45% vs 65% nel 2020; 49% versus 76% nel 2021) e del prodotto (46% versus 56% nel 2020; 50% versus 76% nelle previsioni 2021). Nel 2020 hanno reagito prontamente mettendo in atto pratiche di smartworking per oltre il 70% dei casi, anche se la percentuale è prevista in riduzione nel 2021 (circa il 57%). (ANSA).



TESTATA: ANSA  
DATA: 23 LUGLIO  
CLIENTE: PPIF

---

---

## Imprese: studio, quelle familiari più stabili durante Covid

---

(ANSA) - ROMA, 23 LUG - Meno problemi di liquidità o con i clienti e prodotti, soluzioni di smartworking rapide ed efficienti, coinvolgimento delle nuove generazioni e aumento del fatturato estero: questi sono solo alcuni dei punti messi in rilievo dalla ricerca realizzata da Fabula (il Family Business Lab della LIUC - Università Cattaneo), in collaborazione con KPMG, Credit Suisse e Mandarin Capital, condotta in occasione dell'ultima edizione del "Premio Di padre in figlio - Il gusto di fare impresa" che in questi giorni apre le iscrizioni alla nuova edizione, l'undicesima.

Dalla ricerca è emerso come le aziende familiari abbiano lamentato problemi di liquidità inferiori (35% delle aziende rispondenti rispetto al 56% delle non familiari nel 2020; 25% versus 60% nelle previsioni 2021).

Meno frequentemente hanno messo in atto azioni di modifica della clientela (45% vs 65% nel 2020; 49% versus 76% nel 2021) e del prodotto (46% versus 56% nel 2020; 50% versus 76% nelle previsioni 2021). Nel 2020 hanno reagito prontamente mettendo in atto pratiche di smartworking per oltre il 70% dei casi, anche se la percentuale è prevista in riduzione nel 2021 (circa il 57%). (ANSA).

<https://www.affaritaliani.it/economia/imprese-familiari-nel-2020-meno-1-ha-chiuso-i-battenti-per-la-crisi-751118.html>



ECONOMIA

A<sup>-</sup> A<sup>+</sup>

Giovedì, 22 luglio 2021

## Imprese familiari, nel 2020 meno dell'1% ha chiuso i battenti per la crisi

Una ricerca ha evidenziato come le aziende familiari siano più resilienti e riescano a resistere di più alla crisi, tra smart working e nuove generazioni



**Imprese familiari: una ricerca condotta da Fabula ha messo in evidenza come le imprese familiari siano, nella maggior parte dei casi, più resilienti alla pandemia di quelle non-familiari**

**Fabula** (il Family Business Lab della LIUC - Università Cattaneo) ha realizzato una ricerca in cui risulta che le **aziende familiari** abbiano lamentato problemi di liquidità inferiori rispetto a quelle **non-familiari** (35% delle aziende rispondenti rispetto al 56% delle non familiari nel 2020; 25% versus 60% nelle previsioni 2021). Meno frequentemente hanno messo in atto azioni di

modifica della clientela (45% vs 65% nel 2020; 49% versus 76% nel 2021) e del prodotto (46% versus 56% nel 2020; 50% versus 76% nelle previsioni 2021).

**TESTATA: AFFARITALIANI.IT****DATA: 22 LUGLIO****CLIENTE: PPIF**

---

Nel 2020 hanno reagito prontamente mettendo in atto pratiche di **smart working** per oltre il 70% dei casi, anche se la percentuale è prevista in riduzione nel 2021 (circa il 57%). Hanno coinvolto maggiormente le nuove generazioni, per oltre il 50% dei rispondenti, e contano di farlo in misura ancora maggiore nel 2021 (59% circa). Ancora, queste hanno dato maggior spazio a manager non familiari in circa il 30% dei casi, ma la percentuale prevista sale al 35% per questo anno.

Dunque, **meno problemi di liquidità con i clienti e prodotti**, soluzioni di smart working rapide ed efficienti, coinvolgimento delle nuove generazioni e aumento del fatturato estero: questi sono solo alcuni dei punti messi in rilievo dall'indagine realizzata in collaborazione con **KPMG, Credit Suisse e Mandarin Capital**, condotta in occasione dell'ultima edizione del "**Premio Di padre in figlio – Il gusto di fare impresa**", che in questi giorni apre le iscrizioni alla nuova edizione, l'undicesima. Lo studio si è rivolto anche al futuro: si attende nel 2021 un aumento del fatturato estero per oltre il 60% dei rispondenti e in misura maggiore rispetto alle aziende non familiari (53%); per oltre l'80% dei casi ci si aspetta una ripresa del fatturato e per quasi il 70% una ripresa del reddito ante imposte (le percentuali sono analoghe per le imprese familiari e non familiari). Oltre il 75% non ritiene che la crisi attuale rappresenti una minaccia per la sopravvivenza (rispetto al 60% delle non familiari) e una percentuale ancora maggiore (77%) vede la crisi come un'opportunità di miglioramento.

"Ci aspettiamo di rilevare questi spunti di ripresa in molte delle imprese che andremo a intervistare nell'ambito della nuova edizione del Premio", commentano **Salvatore Sciascia** e **Valentina Lazzarotti**, co-direttori di FABULA, che hanno curato la survey. "Quando la sopravvivenza è a rischio, infatti, le famiglie imprenditoriali si mobilitano per preservare l'impresa, il cui valore non è soltanto economico, ma anche sociale e affettivo", aggiungono Sciascia e Lazzarotti. "Mediamente più efficienti e parsimoniose, nonché più solide, le imprese familiari sono potenzialmente più capaci di fronteggiare situazioni di crisi. In Italia, inoltre, stanno facendo progressi in termini di dimensioni, professionalizzazione e apertura della governance: ciò ci fa essere moderatamente ottimisti in merito alla loro capacità di affrontare questa tempesta meglio delle crisi precedenti".

Ma non è tutto. Il **Credit Suisse Research Institute** pubblica periodicamente un rapporto sulle aziende a controllo familiare denominato "**CS Family 1000**". Nell'ultimo rapporto si conferma che le aziende familiari sovraperformano in ogni area geografica e in ogni settore grazie a una crescita dei ricavi e una redditività più elevati. Sia nei mercati emergenti che nelle economie mature, le aziende familiari danno un contributo sostanziale allo sviluppo economico e rappresentano un elemento fondamentale per la crescita di lungo termine e sostenibile. In 10 anni le società familiari hanno generato un ritorno cumulativo del 126%, superando il **MSCI AC World Index** del 55%. Le aziende a controllo familiare rappresentano una quota significativa delle società in molte parti del mondo, ma costituiscono al momento un segmento relativamente inesplorato in termini di area di ricerca e di analisi che può diventare un target ideale per gli investitori.

TESTATA: AFFARITALIANI.IT

DATA: 22 LUGLIO

CLIENTE: PPIF

---

Anche secondo il rapporto "**Taking the long view: Lessons in Endurance from European Family Businesses**", basato su un sondaggio di 1.332 leader europei di aziende familiari e preparato attraverso una collaborazione tra **STEP Project Global Consortium, European Family Businesses (EFB)** e **KPMG Private Enterprise**, le imprese familiari europee hanno riportato minori riduzioni di dipendenti, meno chiusure di attività e maggiori aumenti dei ricavi.

<https://inhousecommunity.it/impresе-familiari-piu-solide-la-pandemia/>



Impresе familiari più solide durante la pandemia

**TESTATA: INHOUSECOMMUNITY.IT****DATA: 27 LUGLIO****CLIENTE: PPIF**

---

Meno problemi di liquidità o con i clienti e prodotti, soluzioni di smart working rapide ed efficienti, coinvolgimento delle nuove generazioni e aumento del fatturato estero. Sono i trend che hanno interessato le imprese familiari durante la pandemia.

A evidenziarlo, la ricerca realizzata da Fabula (il Family Business Lab della LIUC – Università Cattaneo), in collaborazione con KPMG, Credit Suisse e Mandarin Capital, condotta in occasione dell'ultima edizione del "Premio Di padre in figlio – Il gusto di fare impresa".

### I dati

Dalla ricerca è infatti emerso come le aziende familiari abbiano lamentato problemi di liquidità inferiori (35% delle aziende rispondenti rispetto al 56% delle non familiari nel 2020; 25% versus 60% nelle previsioni 2021). Meno frequentemente hanno messo in atto azioni di modifica della clientela (45% vs 65% nel 2020; 49% versus 76% nel 2021) e del prodotto (46% versus 56% nel 2020; 50% versus 76% nelle previsioni 2021). Nel 2020 hanno reagito prontamente mettendo in atto pratiche di smart working per oltre il 70% dei casi, anche se la percentuale è prevista in riduzione nel 2021 (circa il 57%). Hanno coinvolto maggiormente le nuove generazioni, per oltre il 50% dei rispondenti, e contano di farlo in misura ancora maggiore nel 2021 (59% circa). Hanno dato maggior spazio a manager non familiari in circa il 30% dei casi, ma la percentuale prevista sale al 35% per questo anno.

La ricerca si è rivolta anche al futuro, costituendo una buona base di partenza per l'XI edizione del Premio. Si attende infatti nel 2021 un aumento del fatturato estero per oltre il 60% dei rispondenti e in misura maggiore rispetto alle aziende non familiari (53%); per oltre l'80% dei casi ci si aspetta una ripresa del fatturato e per quasi il 70% una ripresa del reddito ante imposte (le percentuali sono analoghe per le imprese familiari e non familiari). Oltre il 75% non ritiene che la crisi attuale rappresenti una minaccia per la sopravvivenza (rispetto al 60% delle non familiari) e una percentuale ancora maggiore (77%) vede la crisi come un'opportunità di miglioramento.

<https://www.tribuna.com/aas/it/2015-07-20-13-01-43/altre-notizie-m/72410-liuc-universit%C3%A0-cattaneo-le-imprese-familiari-sono-rimaste-solide-durante-la-pandemia.html>



## Liuc. Università Cattaneo: le imprese familiari sono rimaste solide durante la pandemia

Pubblicato: 28 Luglio 2021



Meno problemi di liquidità o con i clienti e prodotti, soluzioni di smartworking rapide ed efficienti, coinvolgimento delle nuove generazioni e aumento del fatturato estero: questi sono solo alcuni dei punti messi in rilievo dalla ricerca realizzata da Fabula (il Family Business Lab della LIUC - Università Cattaneo), in collaborazione con KPMG, Credit Suisse e Mandarin Capital, condotta in occasione dell'ultima edizione del "Premio Di padre in figlio – Il gusto di fare impresa" (<https://www.premiodipadreinfiglio.it/>), che in questi giorni apre le iscrizioni alla nuova edizione, l'undicesima. Dalla ricerca è emerso come le aziende familiari abbiano lamentato problemi di liquidità inferiori (35% delle aziende rispondenti rispetto al 56% delle non familiari nel 2020; 25% versus 60% nelle previsioni 2021). Meno frequentemente hanno messo in atto azioni di modifica della clientela (45% vs 65% nel 2020; 49% versus 76% nel 2021) e del prodotto (46% versus 56% nel 2020; 50% versus 76% nelle previsioni 2021). Nel 2020 hanno reagito prontamente mettendo in atto pratiche di smartworking per oltre il 70% dei casi, anche se la percentuale è prevista in riduzione nel 2021 (circa il 57%). Hanno coinvolto maggiormente le nuove generazioni, per oltre il 50% dei rispondenti, e contano di farlo in misura ancora maggiore nel 2021 (59% circa). Hanno dato maggior spazio a manager non familiari in circa il 30% dei casi, ma la percentuale prevista sale al 35% per questo anno. La ricerca si è però rivolta anche al futuro, costituendo quindi una buona base di partenza per l'XI edizione del Premio. Si attende infatti nel 2021 un aumento del fatturato estero per oltre il 60% dei rispondenti e in misura maggiore rispetto alle aziende non familiari (53%); per oltre l'80% dei casi ci si aspetta una ripresa del fatturato e per quasi il 70% una ripresa del reddito ante imposte (le percentuali sono analoghe per le imprese familiari e non familiari). Oltre il 75% non ritiene che la crisi attuale rappresenti una minaccia per la sopravvivenza (rispetto al 60% delle non familiari) e una percentuale ancora maggiore (77%) vede la crisi come un'opportunità di miglioramento.

**TESTATA: ETRIBUNA.COM****DATA: 27 LUGLIO****CLIENTE: PPIF**

---

"Ci aspettiamo di rilevare questi spunti di ripresa in molte delle imprese che andremo a intervistare nell'ambito della nuova edizione del Premio - commentano Salvatore Sciascia e Valentina Lazzarotti, co-direttori di FABULA, che hanno curato la survey - Quando la sopravvivenza è a rischio, infatti, le famiglie imprenditoriali si mobilitano per preservare l'impresa, il cui valore non è soltanto economico, ma anche sociale e affettivo. Mediamente più efficienti e parsimoniose, nonché più solide, le imprese familiari sono potenzialmente più capaci di fronteggiare situazioni di crisi. In Italia, inoltre, stanno facendo progressi in termini di dimensioni, professionalizzazione e apertura della governance: ciò ci fa essere moderatamente ottimisti in merito alla loro capacità di affrontare questa tempesta meglio delle crisi precedenti".

Il "Premio Di padre in figlio" si rivolge a tutti quegli imprenditori che abbiano avuto la capacità, l'attenzione e la dedizione nel proseguire e valorizzare il lavoro dei propri genitori subentrando alla guida operativa e strategica dell'impresa, garantendone il successo e la continuità. Sono candidabili imprenditori di società, almeno alla seconda generazione, con sede legale in Italia e che abbiano un fatturato maggiore a 10 milioni di euro. Alla giuria, composta da esponenti del panorama economico – finanziario, accademico e istituzionale, spetterà il compito di valutare le candidature. L'adesione all'iniziativa è libera e gratuita. Le candidature dovranno essere inoltrate entro il 15 settembre 2021. Per richiedere l'adesione occorre compilare il form di registrazione presente all'interno del sito ufficiale [www.premiodipadreinfiglio.it](http://www.premiodipadreinfiglio.it) o inviare una mail a [info@premioidipadreinfiglio.it](mailto:info@premioidipadreinfiglio.it) per ricevere la scheda di adesione in formato pdf. Lo scorso anno la Giuria ha proclamato Rummo, l'azienda di maestri pastai fondata a Benevento nel 1846, e Cantine Ferrari, realtà vitivinicola del Gruppo Lunelli di Trento, i vincitori assoluti dell'edizione. Menzione speciale anche per Pastificio Felicetti (Apertura del capitale), Spii (Donne al comando), Gruppo Davines (Fratelli al comando), Lucano 1894 (Giovani imprenditori), Friem (Innovazione), Lati (internazionalizzazione), Marinella (Piccole imprese), Marchesi Mazzei (Storia e tradizione).

**TESTATA: ETRIBUNA.COM****DATA: 27 LUGLIO****CLIENTE: PPIF**

---

**LA CONFERMA NEI NUMERI DI CREDIT SUISSE e KPMG**

Credit Suisse ha scelto di sostenere il "Premio Di padre in figlio" perché da sempre è vicino agli imprenditori. Il Credit Suisse Research Institute pubblica periodicamente un rapporto sulle aziende a controllo familiare denominato "CS Family 1000". Nell'ultimo rapporto si conferma che le aziende familiari sovraprendono in ogni area geografica e in ogni settore grazie a una crescita dei ricavi e una redditività più elevati. Sia nei mercati emergenti che nelle economie mature, le aziende familiari danno un contributo sostanziale allo sviluppo economico e rappresentano un elemento fondamentale per la crescita di lungo termine e sostenibile. In 10 anni le società familiari hanno generato un ritorno cumulativo del 126%, superando il MSCI AC World Index del 55%. Le aziende a controllo familiare rappresentano una quota significativa delle società in molte parti del mondo, ma costituiscono al momento un segmento relativamente inesplorato in termini di area di ricerca e di analisi che può diventare un target ideale per gli investitori. Anche secondo il rapporto "Taking the long view: Lessons in Endurance from European Family Businesses", basato su un sondaggio di 1.332 leader europei di aziende familiari e preparato attraverso una collaborazione tra STEP Project Global Consortium, European Family Businesses (EFB) e KPMG Private Enterprise, le imprese familiari europee hanno riportato minori riduzioni di dipendenti, meno chiusure di attività e maggiori aumenti dei ricavi.

Nello specifico, per quanto riguarda le imprese familiari europee: Solo il 15% ha chiuso temporaneamente le proprie attività. Meno dell'1% ha chiuso definitivamente. La maggior parte ha visto diminuire i ricavi a breve termine, tuttavia l'11% ha registrato aumenti. Sono state più propense a raccogliere capitali aggiuntivi e ad assumere più debiti per mantenere la propria indipendenza e controllo.

Le famiglie hanno intrapreso tre azioni immediate per affrontare l'impatto del calo dei ricavi sulla loro attività: stabilizzare l'attività attraverso cambiamenti nell'occupazione e riduzioni delle spese; accedere al sostegno del governo; razionalizzare le operazioni e impostare un nuovo futuro. La conservazione del maggior numero possibile di dipendenti e le relazioni a lungo termine con fornitori, clienti e altre parti interessate importanti sono state considerate una priorità.

**TESTATA: ETRIBUNA.COM****DATA: 27 LUGLIO****CLIENTE: PPIF**

---

Il rapporto suggerisce infatti che, a causa dell'imprevedibilità della pandemia, alcune imprese familiari hanno probabilmente preso decisioni a breve termine per preservare parte del loro capitale sospendendo o rinviando gli investimenti pianificati e ridistribuendo le proprie risorse finanziarie per trattenere e sostenere i propri dipendenti. Questo non significa che stiano abbandonando i loro piani a lungo termine. Piuttosto, è più probabile che abbiano dato la priorità alla necessità di stabilizzare le proprie attività e mantenere i dipendenti impegnati per garantire una posizione forte per il futuro. Ciò può essere spiegato, in parte, dai valori familiari di fondo che influenzano le decisioni delle imprese familiari. In tempi di crisi e sfide economiche, le motivazioni finanziarie a breve termine all'interno delle imprese familiari sono in genere secondarie rispetto alla redditività a lungo termine dell'azienda e al desiderio di rafforzare e mantenere le relazioni di lunga data con i dipendenti. Il rapporto evidenzia una fonte unica di vantaggio competitivo tra le imprese familiari rispetto ad altri tipi di imprese, che è lo scopo e i valori della famiglia e il loro coinvolgimento nell'impresa. Con più generazioni che partecipano al processo decisionale, le aziende familiari hanno reagito rapidamente per proteggere l'azienda e concordare la sua direzione strategica.

Potremmo quindi dire che: Le imprese familiari hanno stabilizzato con successo le proprie attività a breve termine in risposta all'impatto diretto del COVID-19, sfruttando al contempo la loro mentalità imprenditoriale per mantenere una forte attenzione alle prospettive a lungo termine. Le conoscenze e le competenze di più generazioni di membri della famiglia sono state raccolte per impostare una nuova direzione strategica dell'impresa, aumentando al contempo la consapevolezza della necessità di affrontare le questioni ambientali, sociali e di governance (ESG) come priorità strategiche. I valori familiari, che sono alla base di queste aziende, si sono riflessi nel modo in cui le famiglie hanno dato priorità ai propri dipendenti nell'affrontare l'impatto della pandemia.

<https://www.malpensanews.it/2021/07/con-la-pandemia-le-imprese-famigliari-piu-solide-rispetto-alle-altre-lo-studio-della-liuc/864640/>

# MalpensaNews

GALLARATE

## Con la pandemia le imprese familiari più solide rispetto alle altre: lo studio della Liuc

Uno studio realizzato da Fabula della Liuc - condotto in occasione del lancio dell'undicesima edizione del "Premio Di padre in figlio – Il gusto di fare impresa" – evidenzia la forte resilienza delle imprese familiari, rispetto a quelle non, nei periodi di crisi come quello appena trascorso

Meno problemi di liquidità o con i clienti e prodotti, soluzioni di smartworking rapide ed efficienti, coinvolgimento delle nuove generazioni e aumento del fatturato estero: questi sono solo alcuni dei punti messi in rilievo dalla ricerca realizzata da Fabula (il Family Business Lab della LIUC – Università Cattaneo), in collaborazione con KPMG, Credit Suisse e Mandarin Capital, condotta in occasione dell'ultima edizione del "**Premio Di padre in figlio – Il gusto di fare impresa**", che in questi giorni apre le iscrizioni alla nuova edizione (l'undicesima).

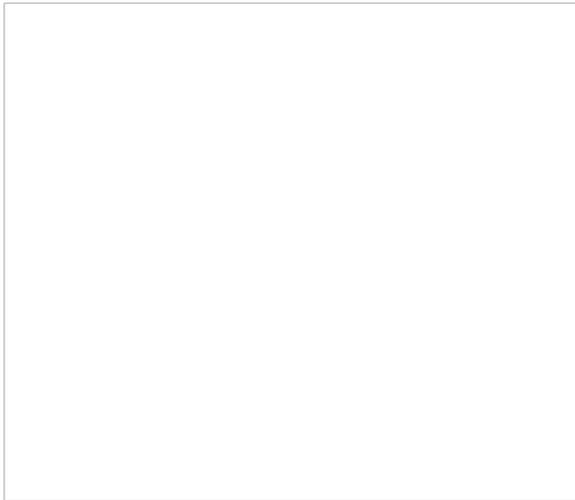
Dalla ricerca è emerso come le aziende familiari abbiano lamentato problemi di liquidità inferiori (35% delle aziende rispondenti rispetto al 56% delle non familiari nel 2020; 25% versus 60% nelle previsioni 2021). Meno frequentemente hanno messo in atto azioni di modifica della clientela (45% vs 65% nel 2020; 49% rispetto 76% nel 2021) e del prodotto (46% contro 56% nel 2020; 50% rispetto 76% nelle previsioni 2021).

TESTATA: MALPENSANEWS.IT

DATA: 27 LUGLIO

CLIENTE: PPIF

---



Nel 2020 hanno reagito prontamente mettendo in atto pratiche di smartworking per oltre il 70% dei casi, anche se la percentuale è prevista in riduzione nel 2021 (circa il 57%). Hanno coinvolto maggiormente le nuove generazioni, per oltre il 50% dei rispondenti, e contano di farlo in

misura ancora maggiore nel 2021 (59% circa). Hanno dato maggior spazio a manager non familiari in circa il 30% dei casi, ma la percentuale prevista sale al 35% per questo anno.

La ricerca si è però rivolta anche al futuro, costituendo quindi una buona base di partenza per l'XI edizione del Premio. Si attende infatti nel 2021 un aumento del fatturato estero per oltre il 60% dei rispondenti e in misura maggiore rispetto alle aziende non familiari (53%); per oltre l'80% dei casi ci si aspetta una ripresa del fatturato e per quasi il 70% una ripresa del reddito ante imposte (le percentuali sono analoghe per le imprese familiari e non familiari).

Oltre il 75% non ritiene che la crisi attuale rappresenti una minaccia per la sopravvivenza (rispetto al 60% delle non familiari) e una percentuale ancora maggiore (77%) **vede la crisi come un'opportunità di miglioramento.**

«Ci aspettiamo di rilevare questi spunti di ripresa in molte delle imprese che andremo a intervistare nell'ambito della nuova edizione del Premio – commentano Salvatore Sciascia e Valentina Lazzarotti, co-direttori di Fabula, che hanno curato la survey – Quando la sopravvivenza è a rischio, infatti, le famiglie imprenditoriali si mobilitano per preservare l'impresa, il cui valore non è soltanto economico, ma anche sociale e affettivo. Mediamente più efficienti e parsimoniose, nonché più solide, le imprese familiari sono potenzialmente più capaci di fronteggiare situazioni di crisi. In Italia, inoltre, stanno facendo progressi in termini di dimensioni, professionalizzazione e apertura della governance: ciò ci fa essere moderatamente ottimisti in merito alla loro capacità di affrontare questa tempesta meglio delle crisi precedenti».

### **“Di padre in figlio”**

Il “Premio Di padre in figlio” si rivolge a tutti quegli imprenditori che abbiano avuto la capacità, l'attenzione e la dedizione nel proseguire e valorizzare il lavoro dei propri genitori subentrando alla guida operativa e strategica dell'impresa, garantendone il successo e la continuità. Sono candidabili imprenditori di società, almeno alla seconda generazione, con sede legale in Italia e che abbiano un fatturato maggiore a 10 milioni di euro.

Alla giuria, composta da esponenti del panorama economico – finanziario, accademico e istituzionale, spetterà il compito di valutare le candidature.

L'adesione all'iniziativa è libera e gratuita. Le candidature dovranno essere inoltrate entro il 15 settembre 2021. Per richiedere l'adesione occorre compilare il form di registrazione presente all'interno **del sito** o inviare una mail a [info@premiodipadreinfiglio.it](mailto:info@premiodipadreinfiglio.it) per ricevere la scheda di adesione in formato pdf.

TESTATA: MALPENSANEWS.IT

DATA: 27 LUGLIO

CLIENTE: PPIF

---

Lo scorso anno la Giuria ha proclamato **Rummo**, l'azienda di maestri pastai fondata a Benevento nel 1846, e **Cantine Ferrari**, realtà vitivinicola del Gruppo Lunelli di Trento, i vincitori assoluti dell'edizione.

Menzione speciale anche per Pastificio Felicetti (Apertura del capitale), Spii (Donne al comando), Gruppo Davines (Fratelli al comando), Lucano 1894 (Giovani imprenditori), Friem (Innovazione), Lati (internazionalizzazione), Marinella (Piccole imprese), Marchesi Mazzei (Storia e tradizione).

<https://www.varesenews.it/2021/07/la-pandemia-le-imprese-famigliari-piu-solidi-rispetto-alle-lo-studio-della-liuc/1365194/>

# VareseNews

GALLARATE

## Con la pandemia le imprese familiari più solide rispetto alle altre: lo studio della Liuc

Uno studio realizzato da Fabula della Liuc - condotto in occasione del lancio dell'undicesima edizione del "Premio Di padre in figlio – Il gusto di fare impresa" – evidenzia la forte resilienza delle imprese familiari, rispetto a quelle non, nei periodi di crisi come quello appena trascorso

Meno problemi di liquidità o con i clienti e prodotti, soluzioni di smartworking rapide ed efficienti, coinvolgimento delle nuove generazioni e aumento del fatturato estero: questi sono solo alcuni dei punti messi in rilievo dalla ricerca realizzata da Fabula (il Family Business Lab della LIUC – Università Cattaneo), in collaborazione con KPMG, Credit Suisse e Mandarin Capital, condotta in occasione dell'ultima edizione del "**Premio Di padre in figlio – Il gusto di fare impresa**", che in questi giorni apre le iscrizioni alla nuova edizione (l'undicesima).

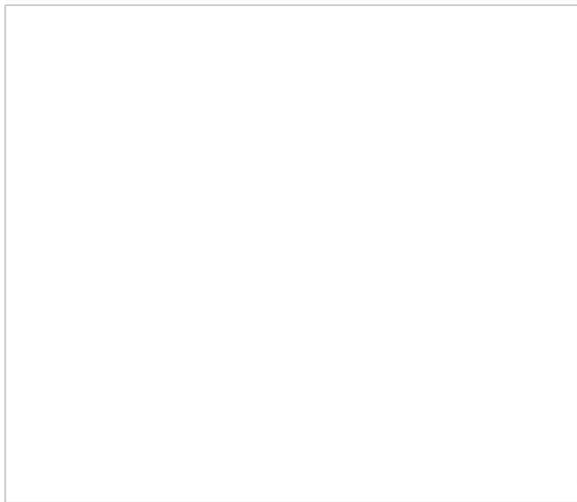
Dalla ricerca è emerso come le aziende familiari abbiano lamentato problemi di liquidità inferiori (35% delle aziende rispondenti rispetto al 56% delle non familiari nel 2020; 25% versus 60% nelle previsioni 2021). Meno frequentemente hanno messo in atto azioni di modifica della clientela (45% vs 65% nel 2020; 49% rispetto 76% nel 2021) e del prodotto (46% contro 56% nel 2020; 50% rispetto 76% nelle previsioni 2021).

TESTATA: VARESENEWS.IT

DATA: 27 LUGLIO

CLIENTE: PPIF

---



Nel 2020 hanno reagito prontamente mettendo in atto pratiche di smartworking per oltre il 70% dei casi, anche se la percentuale è prevista in riduzione nel 2021 (circa il 57%). Hanno coinvolto maggiormente le nuove generazioni, per oltre il 50% dei rispondenti, e contano di farlo in

misura ancora maggiore nel 2021 (59% circa). Hanno dato maggior spazio a manager non familiari in circa il 30% dei casi, ma la percentuale prevista sale al 35% per questo anno.

La ricerca si è però rivolta anche al futuro, costituendo quindi una buona base di partenza per l'XI edizione del Premio. Si attende infatti nel 2021 un aumento del fatturato estero per oltre il 60% dei rispondenti e in misura maggiore rispetto alle aziende non familiari (53%); per oltre l'80% dei casi ci si aspetta una ripresa del fatturato e per quasi il 70% una ripresa del reddito ante imposte (le percentuali sono analoghe per le imprese familiari e non familiari).

Oltre il 75% non ritiene che la crisi attuale rappresenti una minaccia per la sopravvivenza (rispetto al 60% delle non familiari) e una percentuale ancora maggiore (77%) **vede la crisi come un'opportunità di miglioramento.**

«Ci aspettiamo di rilevare questi spunti di ripresa in molte delle imprese che andremo a intervistare nell'ambito della nuova edizione del Premio – commentano Salvatore Sciascia e Valentina Lazzarotti, co-direttori di Fabula, che hanno curato la survey – Quando la sopravvivenza è a rischio, infatti, le famiglie imprenditoriali si mobilitano per preservare l'impresa, il cui valore non è soltanto economico, ma anche sociale e affettivo. Mediamente più efficienti e parsimoniose, nonché più solide, le imprese familiari sono potenzialmente più capaci di fronteggiare situazioni di crisi. In Italia, inoltre, stanno facendo progressi in termini di dimensioni, professionalizzazione e apertura della governance: ciò ci fa essere moderatamente ottimisti in merito alla loro capacità di affrontare questa tempesta meglio delle crisi precedenti».

### **“Di padre in figlio”**

Il “Premio Di padre in figlio” si rivolge a tutti quegli imprenditori che abbiano avuto la capacità, l'attenzione e la dedizione nel proseguire e valorizzare il lavoro dei propri genitori subentrando alla guida operativa e strategica dell'impresa, garantendone il successo e la continuità. Sono candidabili imprenditori di società, almeno alla seconda generazione, con sede legale in Italia e che abbiano un fatturato maggiore a 10 milioni di euro.

Alla giuria, composta da esponenti del panorama economico – finanziario, accademico e istituzionale, spetterà il compito di valutare le candidature.

L'adesione all'iniziativa è libera e gratuita. Le candidature dovranno essere inoltrate entro il 15 settembre 2021. Per richiedere l'adesione occorre compilare il form di registrazione presente all'interno **del sito** o inviare una mail a [info@premiodipadreinfiglio.it](mailto:info@premiodipadreinfiglio.it) per ricevere la scheda di adesione in formato pdf.

TESTATA: VARESENEWS.IT

DATA: 27 LUGLIO

CLIENTE: PPIF

---

Lo scorso anno la Giuria ha proclamato **Rummo**, l'azienda di maestri pastai fondata a Benevento nel 1846, e **Cantine Ferrari**, realtà vitivinicola del Gruppo Lunelli di Trento, i vincitori assoluti dell'edizione.

Menzione speciale anche per Pastificio Felicetti (Apertura del capitale), Spii (Donne al comando), Gruppo Davines (Fratelli al comando), Lucano 1894 (Giovani imprenditori), Friem (Innovazione), Lati (internazionalizzazione), Marinella (Piccole imprese), Marchesi Mazzei (Storia e tradizione).

<https://www.businesscommunity.it/m/20210804/idee/imprese-familiari-piu-solidi-e-stabili-durante-la-pandemia-phi>

IL MAGAZINE ECONOMICO-FINANZIARIO PER IMPRENDITORI E MANAGER

## Imprese familiari più solide e stabili durante la pandemia

**Secondo uno studio di LIUC, KPMG e Credit Suisse, il 77% di loro considera la crisi un'opportunità di miglioramento. In questo periodo difficile hanno dimostrato un altissimo grado di resilienza**

Meno problemi di liquidità o con i clienti e prodotti, **soluzioni di smartworking rapide ed efficienti**, coinvolgimento delle nuove generazioni e aumento del fatturato estero: questi sono solo alcuni dei punti messi in rilievo dalla ricerca realizzata da **Fabula** (il Family Business Lab della LIUC - Università Cattaneo), in collaborazione con **KPMG, Credit Suisse e Mandarin Capital**, condotta in occasione dell'ultima edizione del **"Premio di padre in figlio - Il gusto di fare impresa"**, che in questi giorni apre le iscrizioni alla nuova edizione, l'undicesima.

Dalla ricerca è emerso come le aziende familiari abbiano lamentato **problemi di liquidità inferiori** (35% delle aziende rispondenti rispetto al 56% delle non familiari nel 2020; 25% versus 60% nelle previsioni 2021).

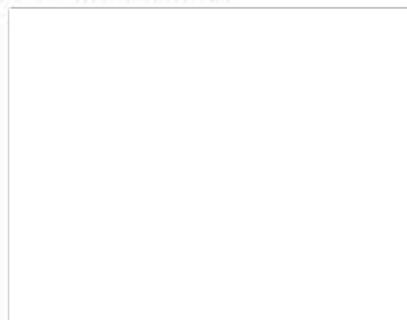
Meno frequentemente hanno **messo in atto azioni di modifica della clientela** (45% vs 65% nel 2020; 49% versus 76% nel 2021) e del prodotto (46% versus 56% nel 2020; 50% versus 76% nelle previsioni 2021).

Nel 2020 hanno reagito prontamente mettendo in atto pratiche di smartworking per oltre il 70% dei casi, anche se la percentuale è prevista in riduzione nel 2021 (circa il 57%).

Hanno coinvolto maggiormente le nuove generazioni, per oltre il 50% dei rispondenti, e contano di farlo in

misura ancora maggiore nel 2021 (59% circa).

Hanno dato maggior spazio a manager non familiari in circa il 30% dei casi, ma la percentuale prevista sale al 35% per questo anno.



TESTATA: BUSINESSCOMMUNITY.IT

DATA: 28 LUGLIO

CLIENTE: PPIF

---

La ricerca si è però rivolta anche al **futuro**, costituendo quindi una buona base di partenza per l'XI edizione del Premio.

Si attende infatti nel 2021 un aumento del fatturato estero per oltre il 60% dei rispondenti e in misura maggiore rispetto alle aziende non familiari (53%); per oltre l'80% dei casi ci si aspetta una ripresa del fatturato e per quasi il 70% una ripresa del reddito ante imposte (le percentuali sono analoghe per le imprese familiari e non familiari).

Oltre il 75% non ritiene che la crisi attuale rappresenti una minaccia per la sopravvivenza (rispetto al 60% delle non familiari) e una percentuale ancora maggiore (77%) vede la crisi come un'opportunità di miglioramento.

"Ci aspettiamo di rilevare questi spunti di ripresa in molte delle imprese che andremo a intervistare nell'ambito della nuova edizione del Premio", commentano **Salvatore Sciascia e Valentina Lazzarotti, co-direttori di FABULA**, che hanno curato la survey.

"Quando la sopravvivenza è a rischio, infatti, le famiglie imprenditoriali si mobilitano per preservare l'impresa, il cui valore non è soltanto economico, ma anche sociale e affettivo.

Mediamente più efficienti e parsimoniose, nonché più solide, le imprese familiari sono potenzialmente più capaci di fronteggiare situazioni di crisi.

Il "**Premio Di padre in figlio**" si rivolge a tutti quegli imprenditori che abbiano avuto la capacità, l'attenzione e la dedizione nel proseguire e valorizzare il lavoro dei propri genitori subentrando alla guida operativa e strategica dell'impresa, garantendone il successo e la continuità.

Sono candidabili imprenditori di società, almeno alla seconda generazione, con sede legale in Italia e che abbiano un fatturato maggiore a 10 milioni di euro.

Alla giuria, composta da esponenti del panorama economico - finanziario, accademico e istituzionale, spetterà il compito di valutare le candidature.

L'adesione all'iniziativa è libera e gratuita.

Le candidature dovranno essere inoltrate entro il 15 settembre 2021.

*In Italia, inoltre, stanno facendo progressi in termini di dimensioni, professionalizzazione e apertura della governance: ciò ci fa essere moderatamente ottimisti in merito alla loro capacità di affrontare questa tempesta meglio delle crisi precedenti".*

### **La conferma nei numeri di Credit Suisse e KPMG**

Il **Credit Suisse Research Institute** pubblica periodicamente un rapporto sulle aziende a controllo familiare denominato "CS Family 1000".

TESTATA: BUSINESSCOMMUNITY.IT

DATA: 28 LUGLIO

CLIENTE: PPIF

---

Nell'ultimo rapporto si **conferma che le aziende familiari sovraperformano in ogni area geografica** e in ogni settore grazie a una crescita dei ricavi e a una redditività più elevata.

Sia nei mercati emergenti che nelle economie mature, le aziende familiari danno un contributo sostanziale allo sviluppo economico e rappresentano un elemento fondamentale per la crescita di lungo termine e sostenibile.

In 10 anni le società familiari hanno generato un ritorno cumulativo del 126%, superando il MSCI AC World Index del 55%.

Le aziende a controllo familiare rappresentano una quota significativa delle società in molte parti del

mondo, ma costituiscono al momento un segmento relativamente inesplorato in termini di area di ricerca e di analisi che può diventare un target ideale per gli investitori.

Anche secondo il rapporto "**Taking the long view: Lessons in Endurance from European Family Businesses**", basato su un sondaggio di 1.332 leader europei di aziende familiari e preparato attraverso una collaborazione tra **STEP Project Global Consortium, European Family Businesses (EFB)** e **KPMG Private Enterprise**, le imprese familiari europee hanno riportato minori riduzioni di dipendenti, meno chiusure di attività e maggiori aumenti dei ricavi.

Nello specifico, per quanto riguarda le imprese familiari europee:

- **Solo il 15% ha chiuso temporaneamente le proprie attività.**

- **Meno dell'1% ha chiuso definitivamente.**

- **La maggior parte ha visto diminuire i ricavi a breve termine, tuttavia l'11% ha registrato aumenti.**

- **Sono state più propense a raccogliere capitali aggiuntivi e ad assumere più debiti per mantenere la propria indipendenza e controllo.**

Le famiglie hanno intrapreso tre azioni immediate per

affrontare l'impatto del calo dei ricavi sulla loro attività:

**1) stabilizzare l'attività attraverso cambiamenti nell'occupazione e riduzioni delle spese;**

**2) accedere al sostegno del governo;**

**3) razionalizzare le operazioni e impostare un nuovo futuro.**

La conservazione del maggior numero possibile di dipendenti e le relazioni a lungo termine con fornitori, clienti e altre parti interessate importanti sono state considerate una priorità.

Il rapporto suggerisce infatti che, a causa dell'imprevedibilità della pandemia, alcune imprese familiari hanno probabilmente preso decisioni a breve termine per preservare parte del loro capitale sospendendo o rinviando gli investimenti pianificati e ridistribuendo le proprie risorse finanziarie per trattenere e sostenere i propri dipendenti.

Questo non significa che stiano abbandonando i loro piani a lungo termine.

Piuttosto, è **più probabile che abbiano dato la priorità alla necessità di stabilizzare le proprie attività e mantenere i dipendenti impegnati per garantire una posizione forte per il futuro.**

Ciò può essere spiegato, in parte, dai valori familiari di fondo che influenzano le decisioni delle imprese

familiari.

In tempi di crisi e sfide economiche, le motivazioni finanziarie a breve termine all'interno delle imprese familiari sono in genere secondarie rispetto alla redditività a lungo termine dell'azienda e al desiderio di rafforzare e mantenere le relazioni di lunga data con i dipendenti.

### **I valori della famiglia contano**

Il rapporto evidenzia **una fonte unica di vantaggio competitivo tra le imprese familiari rispetto ad altri tipi di imprese**, che è lo scopo e i valori della famiglia e il loro coinvolgimento nell'impresa.

TESTATA: BUSINESSCOMMUNITY.IT

DATA: 28 LUGLIO

CLIENTE: PPIF

---

Con più generazioni che partecipano al processo decisionale, le aziende familiari hanno reagito rapidamente per proteggere l'azienda e concordare la sua direzione strategica.

Potremmo quindi dire che:

- **Le imprese familiari hanno stabilizzato con successo le proprie attività a breve termine in risposta all'impatto diretto del COVID-19, sfruttando al contempo la loro mentalità imprenditoriale per mantenere una forte attenzione alle prospettive a lungo termine.**

- **Le conoscenze e le competenze di più generazioni di membri della famiglia sono state**

**raccolte per impostare una nuova direzione strategica dell'impresa, aumentando al contempo la consapevolezza della necessità di affrontare le questioni ambientali, sociali e di governance (ESG) come priorità strategiche.**

- **I valori familiari, che sono alla base di queste aziende, si sono riflessi nel modo in cui le famiglie hanno dato priorità ai propri dipendenti nell'affrontare l'impatto della pandemia.**