



via
sarfatti25.it

Il quotidiano della Bocconi



Giovedì
01 Dicembre 2011

Home Appuntamenti Domande&Risposte Libri Luoghi Keywords Opinioni Persone Foto Video Contatti
Iscriviti alla newsletter

Campus | Cultura | Diritto&Fisco | Economia&Finanza | Energia&Ambiente | **Imprese** | Pa&Sanità | Società | Tecnologie | Turismo&Trasporti

Bocconi

30/11/2011

Le aziende familiari difendono ancora l'occupazione (+12,1% in tre anni)

I risultati dell'Osservatorio AUB su tutte le aziende familiari italiane di medie e grandi dimensioni, di Università Bocconi, AIdAF, UniCredit e Camera di Commercio di Milano

Anche nelle difficoltà economiche dell'ultimo triennio le imprese familiari sono state quelle che hanno dato il contributo più significativo all'occupazione, rileva la terza edizione dell'Osservatorio AUB su tutte le aziende familiari italiane di medie e grandi dimensioni, realizzato da **Guido Corbetta**, **Alessandro Minichilli** e **Fabio Quarato** della Cattedra AIdAF-Alberto Falck di Strategia delle aziende familiari della Bocconi in collaborazione con AIdAF (Associazione italiana delle aziende familiari), gruppo UniCredit e Camera di Commercio di Milano e presentata questo pomeriggio a Milano. L'Osservatorio analizza le aziende italiane con un fatturato superiore ai 50 milioni di euro (6.816 imprese) e si sofferma sulle caratteristiche e le performance di quelle a controllo familiare (3.893, ovvero il 57,1% delle medio-grandi imprese italiane, che si riducono a 2.423 dopo l'eliminazione delle sovrapposizioni dovute agli intrecci proprietari).

Nel periodo 2007-2009 le imprese familiari hanno accresciuto il numero di dipendenti del 12,1%, rispetto ai risultati più contenuti di cooperative e consorzi (+3%) e coalizioni (+2%) e ai risultati negativi di filiali di multinazionali (-4,2%), aziende statali (-10%) e aziende controllate dal private equity (-14,3%).

Anche se il numero di imprese familiari di medio-grandi dimensioni si è ridotto, nell'ultimo anno, di 328 unità, le aziende familiari si sono dimostrate più resistenti di altre ad essere oggetto di operazioni straordinarie (solo 200 aziende ne sono state coinvolte, ovvero il 4,7% delle 4.221 aziende che sono state oggetto di questo genere di operazioni) e solo nel 58,5% dei casi si trattava di operazioni di M&A (81% per le multinazionali, 75% per quelle a controllo statale; 68% sia per le coalizioni che per cooperative e consorzi).

Lazio, Puglia, Sicilia e Trentino Alto Adige, in controtendenza rispetto al dato complessivo, hanno visto aumentare il numero delle aziende familiari, mentre le flessioni maggiori si sono riscontrate in Toscana, Friuli Venezia Giulia e, soprattutto, Umbria e Abruzzo. Le regioni con le performance reddituali migliori si rivelano Lombardia, Veneto, Liguria, Toscana, Lazio, Abruzzo, Campania.

Le aziende familiari, emerge dai dati degli ultimi tre anni, sono tra quelle che hanno accusato di più la crisi, ma sono anche quelle che sembrano aver risposto meglio ai primi segnali di ripresa. Nel 2010, in particolare, hanno registrato una crescita del 7%. Anche la redditività è tornata a crescere nel 2010, attestandosi però ancora a livelli inferiori a quelli pre-crisi: il ROI è cresciuto dal 6% al 7,2%, ma nel 2007 era al 9,8%, mentre il ROE è cresciuto dal 4,3% al 6,7%, ma nel 2007 era al 10,7%.

Rimane purtroppo critico l'indebitamento delle imprese, con oltre la metà di esse che denuncia un rapporto tra posizione finanziaria netta ed Ebitda superiore alla soglia d'allarme di 4, e una media che si attesta ben al di sopra (6,4). Il dato è però controbilanciato da due novità positive: l'incremento delle aziende con disponibilità liquide in eccedenza rispetto ai debiti finanziari (dal 16,3% del 2008 al 19,4% del 2010) e la riduzione delle aziende con Ebitda negativo (solo il 4,1%).

"La sfida che le imprese familiari dovranno affrontare nei prossimi anni", nota **Guido Corbetta**, titolare della Cattedra AIdAF-Alberto Falck di Strategia delle aziende familiari, "è quella della complessità. Le imprese familiari tendono a mantenere strutture proprietarie e gestionali piuttosto semplici, forti dei buoni risultati che queste conseguono. Quando la strategia si fa più complessa, anche la struttura deve diventare più complessa rendendo necessari innesti manageriali dall'esterno, che tuttavia occorre imparare a saper gestire con equilibrio".

"La Camera di commercio" dichiara **Alessandro Spada**, presidente di Innovhub SSI, azienda speciale della Camera di Commercio di Milano, "partecipa allo sviluppo di questo progetto con la convinzione della rilevanza del modello d'impresa familiare per lo sviluppo economico del nostro territorio. Una peculiarità confermata dai dati ma anche un elemento da valorizzare in questo periodo di forti difficoltà, per un rilancio ed una ripresa costruite sulle risorse umane e sulla forza della struttura familiare".

"L'Osservatorio AUB è diventato un punto di riferimento per tutti coloro che si occupano di family business, nelle istituzioni, nel mondo accademico e in quello della comunicazione", dice **Gioacchino Attanzio**, direttore generale AIdAF. "I motivi del crescente interesse sono legati all'attendibilità dei dati, alla profondità dell'analisi e all'aderenza alla realtà esaminata. Mi auguro che si possano arricchire ulteriormente le informazioni e i dati raccolti in modo da offrire ulteriori spunti di confronto alle aziende familiari che vogliono migliorare le loro performance. Da quest'anno con l'adesione della Camera di Commercio di Milano abbiamo avuto uno specifico contributo di studio e analisi che indubbiamente completa il lavoro. Esprimo l'apprezzamento per il sempre accurato e approfondito lavoro di ricerca svolto dalla Cattedra AIdAF-Alberto Falck di Strategia delle aziende familiari della Bocconi e ringrazio UniCredit per il supporto al progetto dato fin dagli esordi".

Marco Gabbiani, responsabile Family Business di UniCredit, evidenzia come l'Osservatorio AUB, "sviluppato su un orizzonte temporale di più anni e basato su un campione assolutamente numeroso e significativo di aziende, rappresenti una fotografia scientifica ed un'analisi rigorosa, unica nel suo genere, del mondo dell'impresa familiare italiana. La conoscenza approfondita del tessuto imprenditoriale italiano e, nello specifico, delle aziende familiari nonché delle relative dinamiche ci ha condotti lungo un sentiero progressivo di approfondimento dell'interesse, della conoscenza e del livello di servizio verso questo segmento imprenditoriale che va conosciuto e supportato in tutte le sue articolate e complesse dinamiche. Proprio per questo motivo a partire dal 2009 il Private e Corporate Banking di UniCredit hanno istituito un vero e proprio canale specializzato: 12 team, presenti localmente sul territorio italiano, il cui scopo è supportare gli imprenditori, titolari di aziende familiari di medie e grandi dimensioni, con specifici servizi di consulenza strategica per il cosiddetto trinomio impresa - famiglia - patrimonio. Nel 2011 si è poi riconosciuto nel passaggio generazionale un'esigenza che meritava di essere sostenuta con una linea di prodotti finanziari ad-hoc, i mutui UniCredit Next Generation, volti a supportare le imprese di famiglia non solo dal punto di vista delle risorse finanziarie necessarie ma anche dal punto di vista delle competenze specialistiche e professionali indispensabili per concludere con successo un'operazione di ricambio dei vertici aziendali".

Archivio Imprese

15/11/2011

Est e Ovest: Federico Rampini li racconta ai manager dell'EMMS

Il giornalista e scrittore è responsabile di un insegnamento dell'Executive Master in Marketing & Sales della SDA Bocconi

11/11/2011

La crisi raffredda l'attenzione per la corporate responsibility

Una ricerca del CReSV Bocconi con DNV Business Assurance illustra che sono quasi dimezzate rispetto al 2009 le imprese che considerano la cr come parte integrante della strategia aziendale

10/11/2011

Un secolo dopo Schumpeter

Un ciclo di incontri organizzato da EntEr Bocconi celebra il centenario della pubblicazione de La teoria dello sviluppo economico. Primo appuntamento, il 22 novembre, con Gianfranco Carbonato

Domande&Risposte

Decoder senza frontiere

Una sentenza della Corte di giustizia europea stabilisce che gli eventi calcistici non debbano essere vincolati a "X" "schede" nazionali. Una rivoluzione che promette di cambiare il nostro approccio alla tv

Libri

Ikea

K Il ritratto in chiaro-scuro di Ingvar Kamrad e della sua creatura, Ikea, un'immensa azienda familiare dalle molte e contrastanti sfaccettature. Nel libro scritto da un ex manager. Verità o vendetta?

Cosa cambia tra un master e un master Bocconi?

Anche tutta la vita. Vieni a scoprirli e richiedi il tuo welcome kit.

Luoghi

La casa del lusso

Il nome che porta oggi lo ha scelto Gabriele D'Annunzio. La Rinascente, il grande magazzino per eccellenza dei milanesi, oggi conta su 13 sedi in tutta Italia, un concept store e 1.900 dipendenti

Fabio Todesco



Keywords

Lo shopping che crea un'atmosfera

Nato Oltreoceano, è arrivato anche da noi lo shopping esperienziale, ovvero l'esperienza dell'acquisto trasformata in un percorso percettivo e sensoriale attraente, seducente, tonificante

Opinioni

Tra semplicità e olismo



Scelte d'acquisto. Si stanno affermando nuovi approcci per comprendere le decisioni dei consumatori

Persone

E' bocconiano il Virtual Talent 2010



Nel business game promosso da Asseprim vince Ivan Cogliati, 23enne studente del secondo anno del Corso di laurea specialistica in Marketing management