

85%



I numeri

L'85% delle piccole e medie imprese italiane sono familiari
In Europa rappresentano la spina dorsale dell'economia europea,
il 60% del valore aggiunto e il 70% dell'occupazione
I pro: si adattano ai cambiamenti del mercato e sono più flessibili

L'INTERVISTA SALVATORE SCIASCIA. Professore ordinario della scuola di Economia e Management all'Università **Liuc** di Castellanza

LA FAMIGLIA È UN VALORE PER LE NUOVE IMPRESE

«**U**n'impresa familiare non è necessariamente storica.

Ci sono anche casi interessanti di nuove aziende che nascono dallo sforzo congiunto di familiari».

Salvatore **Sciascia** è professore ordinario della Scuola di Economia e Management della **Liuc** di Castellanza e un esperto di family business, strategia e performance aziendale.

Si occupa anche della specializzazione che può essere acquisita all'interno della laurea triennale di Economia alla "Carlo Cattaneo": si tratta un percorso che differenzia l'ateneo rispetto ad altre realtà, proprio perché ha deciso che di fatto l'impresa familiare è oggetto di studio (e qualifica) particolare.

Professor Sciascia, lei con il percorso che viene offerto al terzo anno della laurea, vuole aiutare i giovani a imparare e gestire i vari tipi di imprese familiari. Quindi non necessariamente storiche?

Già, ci sono anche delle startup familiari nel nostro Paese e nel territorio. Nuove aziende insomma. E non necessariamente tra genitori e figli. Perché ci sono anche casi interessanti tra fratelli che decidono di avviare un'attività. Il family business è più ampio, insomma.

Con quali reali peculiarità?

Importanti non solo a livello di capitale finanziario, ma anche in termini di capitale valoriale, culturale e umano. Insomma, dai padri si ereditano valori, conoscenze, relazioni con attori nei territori.



Salvatore **Sciascia**, esperto di family business

Tutti aspetti intangibili, e non meno preziosi. Ma a quale prezzo?

Negli ultimi 10 anni, secondo i dati dell'Osservatorio Aub, le imprese familiari italiane hanno registrato una redditività maggiore rispetto a quelle non familiari. La tendenza è confermata anche a livello internazionale, in particolare in Europa, secondo una ricerca di Credit Suisse.

Ok. Ma appunto qui parliamo soprattutto di imprese collaudate, con una lunga storia. Quando sono nuove, può costituire in effetti una marcia in più questo modello?

Guardi, forse questo modello è quanto mai importante proprio



«Una risorsa a livello di capitali ma soprattutto in termini di valori»

nel caso di nuove aziende. Mostrarsi con una famiglia alle spalle può essere quanto mai utile per creare reputazione. Vale particolarmente in certi settori, dal turismo al food e beverage.

Perché c'è qualcun altro che ci mette la faccia e crea più sicurezza?

No, non è questo il concetto. Il beneficio è avere a che fare con un gruppo di persone.

Gli equilibri però sono una faccenda delicata in azienda?

Sì, diciamo che le caratteristiche sono strumenti. Se gestiti bene, portano beneficio all'impresa. Altrimenti svantaggi. Sono un'arma a doppio taglio.

Diamo qualche consiglio?

Sicuramente, il primo grande consiglio è quello di essere ben chiari. Quando si lavora insieme, bisogna mettere a fuoco i ruoli dell'impresa. E non solo. Chiari bene quando si indossa il cappello dell'impresa, quando quello della famiglia. Insomma, ti sto

parlando da padre o capo? Ecco, io consiglio poi di essere aperti e comunicare molto. Spesso si tende a evitare di parlare dei problemi.

Diffidare dalle cose non dette?

Infatti, non è così che si risolvono i problemi.

Torniamo sulla definizione di doppio taglio? Vale per imprese di ogni età?

Sì certo, anche nel caso dell'innovazione ci sono famiglie che guardano più al passato, troppo, e altre che riescono a guardare al futuro. Diciamo che se un'impresa già nasce all'insegna dell'innovazione, ci sono tutti i presupposti per un caso più virtuoso.

Ma che cosa significa guardare al futuro?

Non certo dimenticare la tradizione. Al contrario valorizzarla, perché rappresenta un elemento distintivo su cui costruire belle novità. Si possono citare anche imprese storiche innovative. Le posso citare un'esperienza centenaria come la Beretta, dove e armi tecnologiche più avanzate si uniscono a quelle con tecnologie più tradizionali. O ancora Aprea Marea, con le imbarcazioni che hanno saputo riscoprire la tradizione campana e anche in questo caso coniugarla con le tecnologie più avanzate. Del resto, gli studi confermano che sono più solide e longeve, e persino più innovative. Non solo: l'ingresso delle nuove generazioni rappresenta una grande chance di sviluppo. Attenzione, però: le aziende familiari possono essere molto diverse tra loro.

M. Lua.