



NUMERO 1 | 2016



IMPRONTE.
IL NOSTRO MODO DI LASCIARE
IL SEGNO

di Elena Zambon

Pagina 2 >



PROSSIMI EVENTI

Pagina 5 >



CREARE VALORE NEL LUNGO
TERMINE: IL RUOLO DELLE
AZIENDE FAMILIARI IN ITALIA
di Chiara Mio

Pagina 3 >



ULTIMI EVENTI 2015

Pagina 6 >



CONVEGNO NAZIONALE
DELLE AZIENDE FAMILIARI
2016

Pagina 4 >



NUOVE AZIENDE
ASSOCIATE

Pagina 7 >



LIBRI DI RIFERIMENTO

Pagina 8 >



IMPRONTE. IL NOSTRO MODO DI LASCIARE IL SEGNO

Elena Zambon | Presidente AldAF

Ogni giorno, in ogni iniziativa a cui diamo vita come imprenditori, come genitori, come esseri umani, lasciamo delle **impronte**, delle **tracce di un percorso** che, sebbene talvolta non risulti di immediata comprensione a tutti, **descrive e racconta chi siamo, le cose in cui crediamo e come cerchiamo di realizzarle**. Le impronte definiscono, in maniera univoca e distintiva, le nostre caratteristiche e peculiarità. Il nostro "marchio". Il nostro essere. Il nostro modo di lasciare il segno anche come Associazione ed il nostro modo di essere imprenditori.

Ecco. Questa **nuova newsletter di AldAF**, che abbiamo deciso di chiamare '**Impronte**', vuole essere una piccola, ma significativa ed utile **traccia** di quanto stiamo realizzando, degli appuntamenti e delle iniziative che ci vedranno protagonisti e delle imprese familiari che si riconoscono nei valori e nei principi fondativi dell'Associazione.

Ma 'impronta' deriva dal termine improntare, nel senso di caratterizzare, di intraprendere e di ispirare. Ed in questo senso, la newsletter di AldAF vuole divenire uno **strumento** leggero e rapido, ma non per questo meno rigoroso e concreto, **per accogliere e proporre nuove idee o riflettere su antichi pensieri da riprendere ed innovare**.

In quest'ottica, il contributo di Chiara Mio, Presidente del Comitato Scientifico AldAF, punta direttamente al nocciolo di uno dei temi cardine che il capitalismo familiare italiano dovrà affrontare nei prossimi anni: **la necessità di individuare e vivere un sano e positivo cambio fra socialità ed economicità all'interno di un contesto valoriale profondamente trasformato dalla crisi economica e finanziaria**.

Oggi soprattutto come Associazione credo sia urgente e necessario porsi domande che un tempo non ci saremmo mai posti, avendo riferimenti più semplici e di più facile interpretazione. Diviene importante affrontare anche temi di alto contenuto valoriale, capaci di farci riflettere, solo apparentemente lontani dal nostro impegno quotidiano, per poter decidere **quali Impronte, quali valori lasciare alle prossime generazioni**.



CREARE VALORE NEL LUNGO TERMINE: IL RUOLO DELLE AZIENDE FAMILIARI IN ITALIA

Chiara Mio | Presidente Comitato Scientifico AldAF | Docente Università Ca' Foscari

Il modello di azienda familiare è stato tradizionalmente contrapposto a quello della public company anglosassone. Nel dibattito scientifico e nell'opinione comune, si sono spesso sottolineati in maniera marcata alcune caratteristiche delle aziende familiari, che ne rappresentano anche le criticità come ad esempio la “confusione” fra famiglia e azienda, la difficoltà nella linea gerarchica manageriale, la tutela degli azionisti di minoranza esterni alla famiglia. Un'analisi del modello familiare da una prospettiva di sostenibilità - di creazione di valore nel lungo termine - consente invece di apprezzare diversi punti di forza.

In primo luogo, **l'azienda familiare è per vocazione orientata al lungo termine**, quindi è in quest'ottica che genera valore e misura il valore creato. Questa caratteristica è di fondamentale importanza perché le aziende con una marcata separazione fra proprietà e controllo, oppure le aziende controllate da azionisti interessati meramente a massimizzare la performance di breve termine, sono maggiormente soggette a “short-termism”. L'orientamento alla performance di breve termine condiziona in maniera molto rilevante e negativamente diverse dimensioni della vita aziendale, in termini di qualità e quantità degli investimenti di relazioni con gli stakeholder e di definizione del grado di rischiosità operativa.

L'azienda familiare è relativamente meno interessata ad osservare i risultati di breve termine. È invece molto più interessata a **ragionare su cicli lunghi**. La ragione di questa diversa prospettiva è insita nel DNA stesso delle aziende familiari, che sono naturalmente pensate per essere tramandate e quindi per durare nel tempo. Anche il rapporto con gli stakeholder è radicalmente diverso. Si pensi ai rapporti con la comunità. La famiglia ha interesse a **promuovere, per quanto possibile, il benessere della comunità** di riferimento, per il semplice fatto che la famiglia stessa vive nella comunità e quindi è soggetta alle relative esternalità positive o negative.

Ancora, il rapporto con lo stakeholder risorse umane sembra essere molto diverso. I lavoratori vengono trattati, nel bene e nel male, secondo modelli relazionali che riproducono le relazioni fra i vari membri della famiglia. Di solito l'azienda familiare tende a creare una **relazione continuativa e profonda con i lavoratori**, intervenendo in caso di situazioni di difficoltà o disagio anche esterno rispetto all'ambiente di lavoro.

Oggi il capitalismo italiano, in un contesto fortemente mutato dalla crisi economica e finanziaria, deve **ri-collocarsi nel contesto sociale e politico**. Questa nuova fase fondativa può trovare slancio e legittimazione solida attingendo ai valori: in questo scenario, le aziende familiari possono offrire una via importante, rappresentando un'**intersezione fra socialità ed economicità** che merita di essere racchiusa e compresa con proposte originali di governance e di strumenti, atti a valorizzare e preservare questi tratti distintivi.



CONVEGNO NAZIONALE DELLE AZIENDE FAMILIARI 2016

La dodicesima edizione del **Convegno Nazionale delle Aziende Familiari** si svolgerà a **Taormina dal 29 Settembre al 1 di Ottobre 2016**.

Il Convegno si terrà presso l'**Hotel San Domenico Palace**.

AIdAF ha provveduto ad opzionare alcune camere presso le seguenti strutture di Taormina: Hotel San Domenico Palace, Grand Hotel San Pietro, Hotel Monte Tauro e Hotel Diodoro. A breve verrà inviata la scheda di iscrizione e prenotazione con tutti i dettagli.

Il Convegno è aperto a tutti gli imprenditori italiani e proporrà un tema di riflessione per promuovere la crescita delle imprese e la diffusione di una cultura economica che affonda le radici nei solidi valori etici e sani che hanno ispirato la nascita di molte realtà imprenditoriali italiane.

Durante il Convegno, AIdAF assegnerà il **Premio Alberto Falck** ad un'azienda familiare che si è distinta sulla base di parametri specifici, come l'andamento economico positivo negli ultimi 3 anni, il consolidamento sui mercati internazionali, la presenza di validi sistemi di governance della proprietà e dell'azienda nonché programmi di responsabilità sociale attivi.

Partner dell'evento



In collaborazione con



Cattedra AIdAF-EY
di Strategia delle Aziende Familiari
in memoria di Alberto Falck



CALENDARIO EVENTI FEBBRAIO - MAGGIO 2016

FEBBRAIO

“Governance delle aziende familiari: la pianificazione non è un tabù, anzi fa bene sia alla famiglia che all'azienda”

Pillola di conoscenza e approfondimento

Lunedì 22 febbraio 2016

Ore 17.30 | Limidi di Soliera (MO)

[Maggiori informazioni](#)

Seminario Family & Public Speaking | 1° Modulo

Incontro AldAF NextGen

Giovedì 25 febbraio 2016

Ore 14.00-18.30 | Milano

[Maggiori informazioni](#)

“Investire in responsabilità sociale: strategie, strumenti e risultati”

Lunedì 29 febbraio 2016

Fondazione CUOA | Vicenza

APRILE

“Uscire dalla crisi: il rinascimento industriale delle imprese familiari”

Workshop interattivo

Lunedì 4 Aprile 2016

Ore 9.00-13.00 | Bresso (MI)

Seminario Family & Public Speaking | 4° Modulo

Incontro AldAF NextGen

Mercoledì 6 Aprile 2016

Ore 14.00-18.30 | Milano

[Maggiori informazioni](#)

Visita presso Istituto Italiano di Tecnologia IIT

Pillola di esplorazione e scoperta

Venerdì 15 Aprile 2016

Ore 14.00-18.30 | Genova

MARZO

“Italy and Middle East. Business opportunities for the Future”

Incontro famiglie imprenditoriali del Middle East

Giovedì 3 marzo 2016

Dalle ore 16.00 | Milano

[Maggiori informazioni](#)

Seminario Family & Public Speaking | 2° Modulo

Incontro AldAF NextGen

Giovedì 10 Marzo 2016

Ore 14.00-18.30 | Milano

[Maggiori informazioni](#)

Seminario Family & Public Speaking | 3° Modulo

Incontro AldAF NextGen

Mercoledì 22 Marzo 2016

Ore 14.00-18.30 | Milano

[Maggiori informazioni](#)

MAGGIO

Assemblea degli Associati AldAF

Giovedì 26 Maggio 2016

Ore 16.30 | Milano

GIUGNO

FBN NxG International Summit

Mercoledì 1 - Venerdì 3 Giugno 2016

Tällberg | Sweden

[Maggiori informazioni](#)



ULTIMI EVENTI 2015

CONVEGNO NAZIONALE 2015

“L'identità imprenditoriale delle imprese familiari per valorizzare innovazione ed internazionale”

22 - 24 Ottobre 2015
La Triennale | Milano

[Foto](#) | [Video](#) | [Documenti](#)



ALLA SCOPERTA DI...DAMIANI

“Alla scoperta di...Damiani”

Mercoledì 2 Dicembre 2015 | Milano
Testimonianza di Giorgio Grassi Damiani e Silvia Grassi Damiani

[Video dell'incontro](#)



COCKTAIL DI NATALE AIDAF

Cocktail di Natale

Martedì 15 dicembre 2015
Starhotels Rosa Grand | Milano

È intervenuta Alessandra Ballerini, Avvocato civilista e consulente di Terre des Hommes

[Foto dell'evento](#)



ALTRI INCONTRI

“L'ingresso delle nuove generazioni all'interno dell'impresa di famiglia. Fratello e sorella a confronto.”

Mercoledì 7 ottobre 2015 | Milano
Testimonianza di Ludovica Busnach e Valerio Busnach

[Video dell'incontro](#)

Industria 4.0 | “Perché la nuova rivoluzione industriale è un'opportunità per imprese familiari?”

Venerdì 20 Novembre 2015 | Milano
Relatore: Andrea Marinoni

[Documenti dell'incontro](#)

Patent Box | “Le opportunità per le imprese familiari” | Web Seminar

Giovedì 3 dicembre 2015 | Milano
Relatore: Massimo Giaconia

[Video dell'incontro](#)

Osservatorio AUB 2015 | Settima edizione

Giovedì 10 dicembre 2015 | Milano
[Presentazione dei risultati](#)



NUOVE AZIENDE ASSOCIATE

Ad oggi **AidAF** raggruppa **151 aziende familiari**. Dal 2015 si sono associate **29 nuove aziende**.

Amplifon	La Doria
Arditi	Lamberti
Assiteca	Marchi & Fildi
Brembo	Molteni
Cancelloni Foodservice	Opportunity Network
Chateau D'Ax	Peviani
Cipriani	Principi di Porcia e Brugnera
Cristoforetti	Recarlo
Damiani	Rubbettino
Fiocchi Munizioni	Salvagnini
Formevet	SIDI
Kedrion	Simet
Keyline	Techint
Irinox	Unicoal
Irsap	

[Guarda il video per maggiori informazioni](#)



[Scarica il pdf con le schede aziendali](#)

DATABASE AIDAF

AidAF ha creato il **DATABASE delle imprese associate**.

Vi invitiamo a visitare il **Database** all'interno dell'**area riservata del sito AidAF**, che contiene le informazioni, i dati e riferimenti delle imprese e dei componenti delle famiglie imprenditoriali associate.

Questo strumento si propone di migliorare il grado di conoscenza delle aziende AidAF ed aumentare le possibilità di networking tra gli associati, attraverso la condivisione di un insieme di dati e dei riferimenti aziendali.

Per eventuali modifiche o integrazioni da apportare alla vostra scheda aziendale, vi chiediamo di segnalarlo all'indirizzo aidaf@aidaf.it.

[Link per accedere al Database](#)



LIBRI DI RIFERIMENTO



“Manager di famiglia”

Come i manager vengono scelti e hanno successo nel capitalismo familiare

di Bernardo Bertoldi e Fabio Corsico

Quattro manager hanno dato il loro punto di vista in interviste riportate nella parte centrale del libro: Aldo Bisio di Vodafone che ha lavorato con la famiglia Merloni, Gianni Mion di Edizione Holding, che lavora con la famiglia Benetton e ha lavorato con Marzotto, Lorenzo Pellicoli di De Agostini, che lavora con la famiglia Drago-Boroli e ha lavorato con le famiglie Costa e Mondadori, e Paolo Scaroni di Rothschild che, prima di ENI, ENEL e Pilkington, ha lavorato con la famiglia Rocca.

Bernardo Bertoldi, docente di Family Business Strategy presso il Dipartimento di Management dell'Università di Torino, componente del Comitato Scientifico AidAF.



“La nuova borghesia produttiva”

Un modello per il capitalismo italiano

di Mauro Magatti

Una nuova borghesia produttiva in Italia esiste ma non è consapevole del proprio ruolo. Questo il messaggio fondamentale dell'indagine condotta da Mauro Magatti su oltre duemila imprese e raccontata in questo libro.

Mauro Magatti, sociologo ed economista, professore ordinario di Sociologia presso la Facoltà di Scienze politiche e sociali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, componente del Comitato Scientifico AidAF.