

SUCCESS ROAD

Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της βιωσιμότητας των Ευρωπαϊκών ΜΜΕ μέσω διαδικασιών και μοντέλων διαδοχής

ΣΕ ΑΥΤΗ ΤΗΝ ΕΚΔΟΣΗ

- Στρατηγικές για την ενίσχυση της αξίας των οικογενειακών επιχειρήσεων
- Η ελληνική περίπτωση:
 - ο το οικογενειακό επιχειρηματικό περιβάλλον
 - ο το σχετικό μέσο πολιτικής
- Επόμενα βήματα που θα κάνουν οι οικογενειακές επιχειρήσεις μετά την κρίση του COVID-19

ΟΙ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΕΧΟΥΝ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΑΠΟ ΠΟΤΕ ΓΙΑ ΝΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΟΥΝ ΜΙΑ ΒΙΩΣΙΜΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ.

Ο κόσμος σίγουρα δεν είναι ο ίδιος με τότε που ξεκίνησε το έργο Interreg Europe Success Road τον Αύγουστο του 2018. Από τον Φεβρουάριο του 2020, οι οικογενειακές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν νέες προκλήσεις που σχετίζονται με την πανδημική κρίση που απαιτούσαν ταχεία προσαρμογή των επιχειρηματικών τους στρατηγικών. Ευτυχώς, τα σημάδια ανάκαμψης της οικονομίας αρχίζουν σιγά σιγά να φαίνονται. Παρά την κοινή αντίληψη ότι οι οικογενειακές επιχειρήσεις είναι φυσικά ανθεκτικές και τις προσδοκίες ότι θα αποτελέσουν τον κινητήρα της παγκόσμιας οικονομικής ανάκαμψης από τον COVID-19, δεν υπάρχει αμφιβολία ότι έχουν και αυτές δοκιμαστεί από την πανδημία. Στο σημερινό πλαίσιο, οι οικογενειακές εταιρείες βρίσκουν μεγαλύτερο κίνητρο από κάθε άλλη φορά για να δημιουργήσουν μια βιώσιμη επιχείρηση. Η κοινοπραξία του προγράμματος Interreg Europe Success Road, η οποία αποτελείται από δημόσιες διοικήσεις από την Ελλάδα, τη Λιθουανία, την Πολωνία και την Ισπανία και εθνικές ενώσεις, που υποστηρίζονται από την Ευρωπαϊκή Συνομοσπονδία Υποδημάτων, συνέχισαν να συζητούν για το καλύτερο νομικό πλαίσιο για τη στήριξη της διαδικασίας μεταφοράς οικογενειακών εταιρειών της ΕΕ,

προσδιορίζοντας και εφαρμόζοντας κατάλληλες λύσεις. Αυτό το ενημερωτικό δελτίο θα ξεκινήσει με μια σύντομη παρουσίαση των οδηγιών για την εκμάθηση πολιτικής που αναπτύχθηκαν από τους Ισπανούς εταίρους του έργου, θα αναφέρει τα κύρια συμπεράσματα της συνάντησης με τους Έλληνες ενδιαφερόμενους φορείς και θα δώσει μια συνοπτική επισκόπηση του Ελληνικού οικογενειακού επιχειρηματικού περιβάλλοντος καθώς και της σχετικής πολιτικής. Τέλος, αυτή η έκδοση θα προσφέρει προοπτικές για τα βήματα προόδου που μπορούν να γίνουν από τις οικογενειακές επιχειρήσεις μετά τον COVID-19. Για περισσότερα διαθέσιμα μέσα, μελέτες, ιστορίες επιτυχίας και πληροφορίες, ανατρέξτε στον ιστότοπο του έργου μας. Εγγραφείτε στο Success Road Interreg Europe Channel στο YouTube για να εμπνευστείτε!

ΟΔΗΓΙΕΣ ΕΚΜΑΘΗΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΥΞΗΣΗ ΤΟΥ ΡΟΛΟΥ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ ΣΤΗ ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΗ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΣΤΟΥΣ ΤΟΜΕΙΣ ΚΛΩΣΤΟΥΨΑΝΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΕΝΔΥΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΕΝΔΥΣΗΣ

Οι συζητήσεις με Ισπανούς και Ευρωπαίους ενδιαφερόμενους φορείς που οργανώθηκαν από την Ένωση Υποδημάτων της Βαλένθια (Valencian Association of Footwear, AVECAL) και το Ινστιτούτο της Βαλένθιας για Επιχειρηματική Ανταγωνιστικότητα (Valencian Institute for Entrepreneurial Competitiveness, IVACE) τον Οκτώβριο του 2020 χρησίμευσαν για την δημιουργία μιας έκθεσης κατευθυντήριων γραμμών πολιτικής για την περιοχή της Βαλένθια. Στόχος της έκθεσης είναι η ανάδειξη του ρόλου των κοινωνικών εταίρων στη διευκόλυνση της διαδικασίας μεταφοράς στους τομείς της κλωστοϋφαντουργίας, της ένδυσης και της υπόδησης. Εξετάζει τις αδυναμίες της διαδοχής στις Ισπανικές και οικογενειακές επιχειρήσεις της ΕΕ και προτείνει μια σειρά στρατηγικών για μια ομαλότερη μεταβίβαση ιδιοκτησίας που θα διασφαλίσει επίσης τη συνέχεια και την ανταγωνιστικότητά τους.

Οι 14 προτεινόμενες στρατηγικές έχουν τη δυνατότητα να παρέχουν καλά αποτελέσματα μεσοπρόθεσμα έως μακροπρόθεσμα, αν οι εταιρείες τοποθετήσουν τη διαδοχή στην κορυφή των προτεραιοτήτων τους και συνεργαστούν με τους κοινωνικούς εταίρους καθ' όλη τη διαδικασία. Όπως υπογραμμίζεται στην έκθεση, η εφαρμογή των σχεδιασμένων στρατηγικών θα συμβάλει στη διασφάλιση της επιβίωσης των εταιρειών και στη διαφύλαξη όλης της προστιθέμενης αξίας που προσφέρουν στην περιοχή οι οικογενειακές

επιχειρήσεις στον τομέα της κλωστοϋφαντουργίας, της ένδυσης και της υπόδησης, όπως: συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη, δημιουργία θέσεων εργασίας, ανταπόκριση στις ανάγκες της αγοράς, ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών, υποστήριξη για την τοπική επιχειρηματική κουλτούρα και τον αντίκτυπο που η εταιρική κοινωνική ευθύνη της εταιρείας αναπτύσσει στο περιβάλλον της.

14 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΑΞΙΑΣ ΤΩΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

- ρύθμιση της έννοιας των οικογενειακών επιχειρήσεων
- ενσωμάτωση της επαγγελματοποίησης στην κουλτούρα της οικογενειακής επιχείρησης
- πιο προσεκτική αντιμετώπιση των SMEs
- η νέα επιχειρηματική κουλτούρα συναισθηματικής ευημερίας
- εκπαίδευση, υιοθετημένη και προσαρμοσμένη στις συγκεκριμένες ανάγκες της οικογενειακής επιχείρησης
- οικογενειακό πρωτόκολλο: το πιο εξειδικευμένο εργαλείο για οικογενειακές επιχειρήσεις
- εναρμόνιση των φορολογικών πτυχών και μείωση της φορολογίας των οικογενειακών επιχειρήσεων στις διαδικασίες διαδοχής της οικογένειας
- εκπαίδευση και μάθηση βασισμένη σε εμπειρίες με ανθρώπους
- Ενθάρρυνση της ανταγωνιστικότητας των οικογενειακών SMEs μέσω πρωτοβουλιών και επιδοτήσεων
- διαφημιστική εκστρατεία για την οικογενειακή εταιρεία και τη συμβολή της στην κοινωνία και την οικονομία
- επαγγελματικός σχεδιασμός φορολογικής διαχείρισης οικογενειακών επιχειρήσεων
- υψηλός βαθμός συμμετοχής των μελών της οικογένειας και των ενδιαφερομένων στη διαδικασία διαχείρισης και διαδοχής
- ενθάρρυνση της ανταγωνιστικότητας των οικογενειακών SME μέσω άμεσων επιδοτήσεων
- ευθυγράμμιση προσκλήσεων υποβολής προτάσεων που δημοσιεύθηκαν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή με τους στόχους της Βιώσιμης Ανάπτυξης του UN

ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ ΜΕ ΕΛΛΗΝΕΣ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΙΟΥΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΟΥΣ ΓΙΑ ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΓΙΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗ ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ

Τον Ιούλιο του 2021, η κοινοπραξία του έργου συναντήθηκε εικονικά με Έλληνες και Ευρωπαίους δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς για να συζητήσει τον εκσυγχρονισμό του νομοθετικού πλαισίου για τη διαδοχή των επιχειρήσεων, συμπεριλαμβάνοντας μέτρα στήριξης για οικογενειακές εταιρείες, ειδικά για ΜΜΕ στον τομέα της ένδυσης και της υπόδησης. Κατά τη διάρκεια των συζητήσεων με εμπειρογνώμονες του τομέα παρουσιάστηκαν ενδιαφέροντα δεδομένα και προοπτικές που επεσήμαναν τις διαφορές μεταξύ όλων των τύπων επιχειρηματικών διαδοχών, καθώς και την ανάγκη για καινοτομία και ψηφιοποίηση. Ο Δρ. Χρήστος Ε. Γεωργίου, Γενικός Διευθυντής του Ινστιτούτου της Ομοσπονδίας Βιομηχανιών Ελλάδος και συγγραφέας του βιβλίου «Διαδοχή στις Οικογενειακές Επιχειρήσεις» περιέγραψε πρακτικές συμβουλές για μια επιτυχημένη διαδοχή των οικογενειακών επιχειρήσεων.

Η ανάλυσή του υπογράμμισε ότι ο κύριος λόγος αποτυχίας στη μεταβίβαση της ιδιοκτησίας είναι το χάσμα μεταξύ της αντίληψης του ιδρυτή για τη διατήρηση της οικογενειακής επιχείρησης και της αντίληψης των διαδόχων σε συνδυασμό με την έλλειψη ηγετικής εμπειρίας. Οι εμπειρογνώμονες συμφώνησαν ότι μόνο με τη συνεργασία και με το συμφέρον της οικογενειακής κληρονομιάς, ο ιδρυτής και ο διάδοχος μπορούν να διασφαλίσουν τη συνέχεια της οικογενειακής επιχείρησης. Επιπλέον, οι ομιλητές κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι τα επιτυχημένα οικοσυστήματα μεταφοράς επιχειρήσεων που διεγείρουν το δυναμισμό στην επιχειρηματική δραστηριότητα είναι ζωτικής σημασίας για τις οικογενειακές επιχειρήσεις της ΕΕ. Η κ. Depelssemaker, Γενική Γραμματέας της TRANSEO [1], τόνισε ότι ένα οικοσύστημα που υποστηρίζει τις εταιρείες καθ' όλη τη διάρκεια της διαδικασίας διαδοχής τους είναι πολύ απαραίτητο για να διασφαλίσει ότι οι επιχειρήσεις θα είναι σε θέση να συνεχίσουν τις δραστηριότητές τους υπό τη νέα ιδιοκτησία και επίσης ότι θα έχουν την ευκαιρία να αναπτυχθούν. Αυτή η εκδήλωση έκλεισε μια σειρά συνεδρίων που πραγματοποιήθηκαν σε όλες τις χώρες εταίρους (Ισπανία, Ελλάδα, Λιθουανία και Πολωνία) ενώ θα ακολουθήσει ένα τελικό συνέδριο για το έργο σε Ευρωπαϊκό επίπεδο.

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Οι οικογενειακές επιχειρήσεις στην Ελλάδα αντιπροσωπεύουν το 50-80% όλων των επιχειρηματικών οντοτήτων [2], με τις περισσότερες από αυτές να δραστηριοποιούνται στον τομέα της γεωργίας και του τουρισμού [3]. Σύμφωνα με τη μελέτη που πραγματοποιήθηκε από το ΙΜΕ-ΓΣΕΒΕΕ το 2012 [4], η ιδιαιτερότητα του Ελληνικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος είναι ότι η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων στην Ελλάδα (96,5%) είναι πολύ μικρές εταιρείες ενώ οι μικρές επιχειρήσεις αντιπροσωπεύουν μόνο το 3%, οι μεσαίου μεγέθους το 0,4% και τέλος οι μεγάλοι μεγέθους μόνο το 0,1%. Όπως ήταν αναμενόμενο, η διαδοχή κατατάσσεται ψηλά στην ατζέντα των Ελληνικών οικογενειακών εταιρειών. Σύμφωνα με την έρευνα του 2011 από τον Ελληνικό Οργανισμό Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΕΟΜΜΕΧ) «Μεταφορά και διαδοχή σε ΜΜΕ», σχεδόν το 83% των διαδόχων των Ελληνικών οικογενειακών επιχειρήσεων εκείνη την εποχή προέρχονταν από τον ευρύτερο κύκλο συγγενών της οικογένειας, ενώ το 79% από το σύνολο των μεταφορών ήταν μεταφορές από γονείς σε παιδιά.

Αναφορικά με τα σχέδια μεταβίβασης των εταιρειών που ερωτήθηκαν, 7 στους 10 ιδιοκτήτες οικογενειακών επιχειρήσεων σχεδίαζαν να μεταφέρουν την οικογενειακή εταιρεία στην επόμενη γενιά, ενώ μόνο το 9% σκέφτηκε να πουλήσει την εταιρεία σε τρίτο μέρος. Επιπλέον, το 46% των διαδόχων ανέλαβαν τις επιχειρήσεις των γονιών τους με το όραμα να αναπτυχθούν και να τους βοηθήσουν για να επιβιώσουν στην αγορά. Περίπου το 90% των ιδιοκτητών οικογενειακών επιχειρήσεων θεώρησε ότι η προετοιμασία και η εκπαίδευση της επόμενης γενιάς είναι ζωτικής σημασίας τόσο για την επιβίωση όσο και για την επιτυχία της επιχείρησης.

Οι περισσότεροι ιδιοκτήτες-διαχειριστές εκτιμούν τα στελέχη που δεν ανήκουν στην οικογένεια ως πολύτιμα για τις επιχειρήσεις τους, φέροντας πολλά οφέλη. Πριν από την πανδημία, το 62% των Ελληνικών οικογενειακών επιχειρήσεων ήταν σίγουρες ή πολύ σίγουρες για το μέλλον [5]. Ωστόσο, οι προσδοκίες αύξησης των πωλήσεων έχουν επιδεινωθεί σοβαρά. Σύμφωνα με την πιο πρόσφατη έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την PwC και δημοσιεύθηκε τον Μάρτιο του 2021 [6], οι Ελληνικές οικογενειακές επιχειρήσεις θεώρησαν ότι ο αντίκτυπος της κρίσης της πανδημίας θα είναι σοβαρός και μπορεί να οδηγήσει σε σχεδόν 50% μείωση των εσόδων, παρόμοια με την παγκόσμια μείωση. Το 31% των Ελληνικών οικογενειακών επιχειρήσεων που ερωτήθηκαν είχαν ανάγκη για πρόσθετο κεφάλαιο τον τελευταίο χρόνο. Αναφορικά με τη διαδοχή, περίπου οι

μισές Ελληνικές επιχειρήσεις είχαν μέλη της οικογένειας της επόμενης γενιάς που εργάζονταν στην επιχείρηση και μόνο το 24% εξ αυτών είχαν ένα ισχυρό σχέδιο διαδοχής.

Βγαίνοντας από την κρίση, οι Ελληνικές οικογενειακές επιχειρήσεις έθεσαν τις προτεραιότητές τους που περιλαμβάνουν: 1) διαφοροποίηση και επέκταση των δραστηριοτήτων τους. 2) ψηφιοποίηση και εισαγωγή νέων τεχνολογιών. 3) εξελισσόμενη και νέα επιχειρηματική σκέψη και 4) βιωσιμότητα και εστίαση στην τοπική κοινότητα. Ωστόσο, το 60% των ερωτηθέντων παραδέχτηκε ότι δεν είχε ισχυρές ψηφιακές δυνατότητες.

Μακροπρόθεσμα, πάνω από το 90% των Ελληνικών οικογενειακών επιχειρήσεων που ερωτήθηκαν έχουν τη φιλοδοξία να προστατεύσουν την επιχείρησή τους ως το σημαντικότερο οικογενειακό περιουσιακό στοιχείο και ένα μεγάλο μέρος στοχεύει στη δημιουργία μιας κληρονομιάς και στη διασφάλιση της παραμονής της επιχείρησης στην οικογένεια. Μετά τις πρόσφατες εξελίξεις, η Ελληνική οικονομία χρειάζεται ένα νέο μοντέλο ανάπτυξης βασισμένο σε έξυπνη εξειδίκευση, επενδύσεις και διεθνοποίηση. Οι Ελληνικές ΜΜΕ χρειάζονται μέτρα στήριξης που περιλαμβάνουν μείωση των κανονιστικών και διοικητικών επιβαρύνσεων καθώς και τη δημιουργία πακέτου κινήτρων για επιχειρηματικές πρωτοβουλίες σε ορισμένο αριθμό τομέων. Δυστυχώς, ο αριθμός των Ελληνικών ΜΜΕ μειώνεται λόγω της κρίσης και το ίδιο συμβαίνει και σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες. Επομένως, η διασφάλιση μιας επιτυχούς μεταβίβασης της ιδιοκτησίας μέσω συγκεκριμένων στρατηγικών και μέτρων υποστήριξης είναι ζωτικής σημασίας κάνοντας το έργο Success Road ακόμη πιο σχετικό και απαραίτητο.

ΜΕΣΟ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ: ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ 2014-2020 (ΕΠΑΝΕΚ)

Ένα από τα αναμενόμενα αποτελέσματα του έργου είναι η βελτίωση 4 μέσων πολιτικής στις χώρες εταίρους. Οι προηγούμενες εκδόσεις ενημερωτικών δελτίων ανέλυσαν τα μέσα πολιτικής της Λιθουανίας, της περιοχής Μαζόβια (Πολωνία) καθώς και της περιφέρειας της Βαλένθιας (Ισπανία). Συνεπώς, αυτή η έκδοση θα είναι αφιερωμένη στο Ελληνικό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητας, Επιχειρηματικότητας και Καινοτομίας 2014-2020 (ΕΠΑΝΕΚ). Αυτό το πρόγραμμα έχει ως στόχο να συμβάλει ουσιαστικά στην

προτεινόμενη μετατόπιση του μοντέλου ανάπτυξης της Ελληνικής οικονομίας από μη εμπορεύσιμους σε εμπορεύσιμους τομείς [7].

Απώτερος στόχος του προγράμματος είναι η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της διεθνοποίησης των Ελληνικών επιχειρήσεων καθώς και η διευκόλυνση της μετάβασης σε ποιοτική επιχειρηματικότητα και καινοτομία. Η πρώτη προτεραιότητα του προγράμματος «Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας με τομεακές προτεραιότητες» έχει ιδιαίτερη σημασία καθώς στοχεύει στην αύξηση του ερευνητικού δυναμικού και των ιδιωτικών επενδύσεων στην Ε&Α και την προώθηση της καινοτομίας των ΜΜΕ, ιδιαίτερα σε τομείς με ανταγωνιστικό πλεονέκτημα όπως η κλωστοϋφαντουργία, η ένδυση και τα υποδήματα. Το πρόγραμμα δεν αντιμετωπίζει άμεσα το θέμα της διαδοχής/μεταφοράς επιχειρήσεων και τις προκλήσεις του, ούτε τα υφιστάμενα μέτρα στήριξης σε εθνικό επίπεδο. Από αυτή την άποψη, υπάρχει επιτακτική ανάγκη να αναβαθμιστούν και να αναπτυχθούν μέτρα στήριξης που να στοχεύουν στη μεταβίβαση της ιδιοκτησίας σε οικογενειακές επιχειρήσεις σε όλες τις φάσεις της διαδικασίας.

ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ ΤΟΥ COVID-19

Η STEP Project Global Consortium και η KPMG Private Enterprise συνεργάστηκαν με την παγκόσμια έρευνα οικογενειακών επιχειρήσεων (έκδοση COVID-19) [8] με σκοπό την παρουσίαση των καλύτερων πρακτικών που θα βοηθήσουν τις οικογενειακές επιχειρήσεις να ανακάμψουν από την κρίση και να αναπτυχθούν στο μέλλον. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε κατά τη διάρκεια Ιουνίου - Οκτωβρίου 2020 σε περισσότερες από 3000 εταιρείες με 2400 ερωτηθέντες να προέρχονται από οικογενειακές επιχειρήσεις από 75 περιοχές παγκοσμίως. Σύμφωνα με την έκθεση, οι εταιρείες που πλήττονται περισσότερο από τον COVID-19 αναφορικά με τη μείωση των εσόδων προέρχονται από βιομηχανίες όπως ξενοδοχεία και εστιατόρια, εκπαίδευση, τέχνες, ψυχαγωγία και αναψυχή, κατασκευή και μεταφορές. Ωστόσο, ορισμένοι κλάδοι (δηλαδή, η ανθρώπινη υγεία και η κοινωνική εργασία, η πληροφόρηση και η επικοινωνία, η γεωργία, η χονδρική και η λιανική, καθώς και επιλεγμένες τέχνες) κατάφεραν να καταγράψουν αύξηση εσόδων.

Στην Ευρώπη, η πανδημία COVID-19 επηρέασε τα έσοδα των επιχειρήσεων ως εξής:

- Το 64% δήλωσε μείωση των εσόδων
- Το 11% δήλωσε αύξηση εσόδων
- Το 25% των δηλωθέντων εσόδων παρέμεινε το ίδιο

Άμεσες συνέπειες στην οικογενειακή επιχείρηση στην Ευρώπη από την προσβολή ενός μέλους της οικογένειας από τον COVID-19

- στο 44% των περιπτώσεων, το μέλος της οικογένειας δεν μπορούσε να πάει στο χώρο εργασίας αλλά εργαζόταν από το σπίτι
- στο 5% των περιπτώσεων ένα μέλος της οικογένειας από την ίδια γενιά ανέλαβε τη δουλειά του/της ενώ ανάρρωνε
- στο 5% των περιπτώσεων ένα μέλος της οικογένειας από την επόμενη γενιά ανέλαβε τη θέση του/της ενώ ανάρρωνε
- στο 47% των περιπτώσεων δεν υπήρξαν συνέπειες για την οικογενειακή επιχείρηση"

Ενέργειες που αναλήφθηκαν από εταιρείες ως απάντηση στον αντίκτυπο της οικογενειακής επιχείρησης στην Ευρώπη:

Το 40% μείωσε/εξάλειψε το κόστος εργασίας

Το 41% απέκτησε/εξάλειψε το λειτουργικό κόστος ή τις προγραμματισμένες επενδύσεις

Το 12% αναδιαρθρώθηκε/διαφοροποίησε το κόστος και τις πληρωμές

Το 7% μείωσε/εξάλειψε την αποζημίωση της ανώτατης διοικητικής ομάδας

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

[1] TRANSEO is an international non-profit association bringing together experts in transfers and acquisitions of small and medium-sized businesses from Europe & beyond.

[2] Spyros Vassiliadis, Achilleas Vassiliadis, "The Greek Family Businesses and the Succession Problem." *Procedia Economics and Finance*, 9, 2014, 242 – 247.

[3] Erasmus+ Succession project, final report "State-of-the art in family business transfer", available online [here](#)

[4] Sofia Lampousaki, Small companies hard hit by employment crisis, 2012, available online [here](#) [5] KPMG & European Family Businesses, European family business barometer (eighth edition): Succession top of mind as business families eye their legacy, 2019, available online [here](#)

[6] PwC, Family Businesses Survey 2020: Greece Report March 2021, available online [here](#)

[7] European Commission website, dedicated to Greek policy instrument [page](#)

[8] STEP project & KPMG, "Mastering a comeback. How family businesses are triumphing over COVID-19 Global family business report: COVID-19 edition", 2021, available online [here](#)

ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ INTERREG

Το Ευρωπαϊκό πρόγραμμα Interreg βοηθά τις περιφερειακές και τοπικές κυβερνήσεις σε ολόκληρη την Ευρώπη να αναπτύξουν και να εφαρμόσουν καλύτερη πολιτική. Δημιουργώντας ένα περιβάλλον και ευκαιρίες για κοινές λύσεις, στοχεύει να διασφαλίσει ότι οι κυβερνητικές επενδύσεις, οι καινοτομίες και οι προσπάθειες υλοποίησης οδηγούν σε ολοκληρωμένο και βιώσιμο αντίκτυπο για τους ανθρώπους και τον τόπο. Γνωρίζουμε ότι η καλύτερη απόδοση οδηγεί σε καλύτερα αποτελέσματα. Με βάση τις εμπειρίες του INTERREG IVC (2007-2013), το Interreg Europe στοχεύει να λάβει τη μέγιστη απόδοση από τα 359 εκατομμύρια ευρώ που χρηματοδοτήθηκαν από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) για την περίοδο 2014-2020. Αυτή τη φορά, εξακολουθεί να αφορά το καλό, αλλά το κάνει καλύτερα!