

SaronnoNews

Le imprese familiari più stabili e solide durante la pandemia

Michele Mancino · Tuesday, March 16th, 2021

Secondo un'indagine condotta da **Fabula**, il **Family Business Lab della Liuc – Università Cattaneo**, sull'andamento delle aziende durante la pandemia, **le imprese familiari**, che rappresentano la maggior parte dei rispondenti, si sono rivelate più solide e stabili rispetto alle imprese non familiari.

(nella foto **Cumdi srl impresa metalmeccanica di Germignaga della famiglia Niesi**)

Le imprese italiane che hanno partecipato alla survey di Fabula, lanciata il 20 dicembre scorso, sono state **182 imprese**, per l'**86% “imprese familiari”**, ovvero imprese la cui maggioranza del capitale è detenuta da una famiglia. Si tratta di Pmi con un fatturato inferiore ai **50 milioni**, appartenenti a svariati settori, fra cui quello **metalmeccanico** (14%), **alimentari/bevande** (12%), **tessile/abbigliamento** (8%), **plastica e gomma** (8%).

Sono stati investigati i seguenti temi: le **criticità** riscontrate e attese a causa della pandemia; le **reazioni** realizzate e pianificate, con attenzione a svariati aspetti (competitivi, produttivi, finanziari, organizzativi e di governance); i **risultati** conseguiti e previsti, con attenzione vendite e redditi; le **prospettive** future, in termini di minacce e opportunità per la propria azienda.

Le imprese familiari sono quelle che hanno reagito meglio, mostrando una certa solidità. Infatti, pur avendo riscontrato per oltre il **60% dei casi un calo della domanda** con riflesso sui fatturati e sui redditi 2020 (ancora oltre il 60% delle aziende familiari dichiara un calo del fatturato 2020 e, oltre il 40%, un calo del reddito), è possibile mettere in luce alcuni aspetti positivi che denotano **segnali di ottimismo per il futuro**.

Le imprese familiari infatti: hanno **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); hanno **reagito prontamente** mettendo in atto pratiche di **smartworking**, per oltre il **70%** dei casi nel 2020, anche se la percentuale è prevista in riduzione nel 2021 (circa il 57%); hanno **coinvolto maggiormente le nuove generazioni**, per oltre i 50% dei rispondenti nel 2020 e contano di farlo in misura ancora maggiore nel 2021 (59% circa); hanno dato maggior spazio a **manager non familiari nel 2020**, in circa il 30% dei casi, ma la percentuale prevista sale al 35% nel 2021; si attende un aumento del fatturato estero nel 2021 per oltre il 60% dei rispondenti e in misura maggiore rispetto alle aziende non familiari (53%); per oltre **l'80% dei casi si attende una ripresa del fatturato** nel 2021 e per quasi il 70% **una ripresa del reddito ante**

imposte nel 2021 (le percentuali sono analoghe per le imprese familiari e non familiari); per oltre **il 75% non ritengono 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**.

La patria ritrovata grazie alle imprese familiari

This entry was posted on Tuesday, March 16th, 2021 at 8:53 am and is filed under
You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.