

MalpensaNews

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 [Economia](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.