

STUDIO AIDAF-UNICREDIT-BOCCONI

Imprese familiari, crescita dei ricavi in doppia cifra

Nel Veneto un'azienda con più di 20 milioni di fatturato su quattro ha una donna al timone: è la seconda regione in Italia

Nicola Brillo / VENEZIA

Le imprese familiari venete godono di buona salute, facendo registrare performance rilevanti in termini di fatturato e redditività. Nella regione il tasso di crescita dei ricavi 2021 è stato infatti superiore alla media nazionale, attestandosi a 21,1%, e anche l'indice di redditività del capitale investito (Roi) ha superato la media nazionale, tanto da far risultare il Veneto la terza regione d'Italia per risultato ottenuto. I dati sono dell'Osservatorio Aida-UniCredit-Bocconi.

Altro dato da sottolineare del XIV Osservatorio Aub, che ha preso in esame le aziende con almeno 20 milioni di fatturato, vede primeggiare le aziende familiari venete su un altro fronte: qui un'azienda su quattro ha una guida femminile (seconda regione d'Italia). «Le imprese venete hanno intrapreso un percorso virtuoso - dichiara Francesco Iannella, Regional Manager Nord Est di UniCredit -. Un risultato sicuramente ancora migliorabile, ma che attesta l'attenzione dei

nostri imprenditori alla parità di genere, uno dei pilastri su cui si deve poggiare lo sviluppo sostenibile di questo territorio». Secondo la ricerca, con l'eccezione della Farmaceutica e del Sistema moda, le imprese familiari in Italia di quasi tutti i settori hanno registrato nel biennio 2020-21 una crescita del fatturato in doppia cifra. Un altro aspetto particolarmente significativo è che la ripresa delle aziende familiari italiane dopo la pandemia risulta ancora più robusta di quella seguita alla crisi del biennio 2008-2009: nell'esercizio 2010 il fatturato crebbe del 16,5% contro il 20,1% del 2021.

Le aziende familiari hanno inoltre raggiunto una solidità patrimoniale mai vista negli ultimi anni, con un rapporto di indebitamento (totale attivo/patrimonio netto) sceso a quattro volte, circa un terzo in meno rispetto al 2010. «Le aziende familiari italiane, e in particolare il settore manifatturiero che è l'anima del made in Italy, hanno ora le spalle più larghe e saranno in grado di far fronte a un rallentamento dei mercati che in tanti si attendono nei prossimi mesi», spiega Fabio Quarato, che con Guido Corbetta è autore della ricerca.—

RIPRODUZIONE RISERVATA

