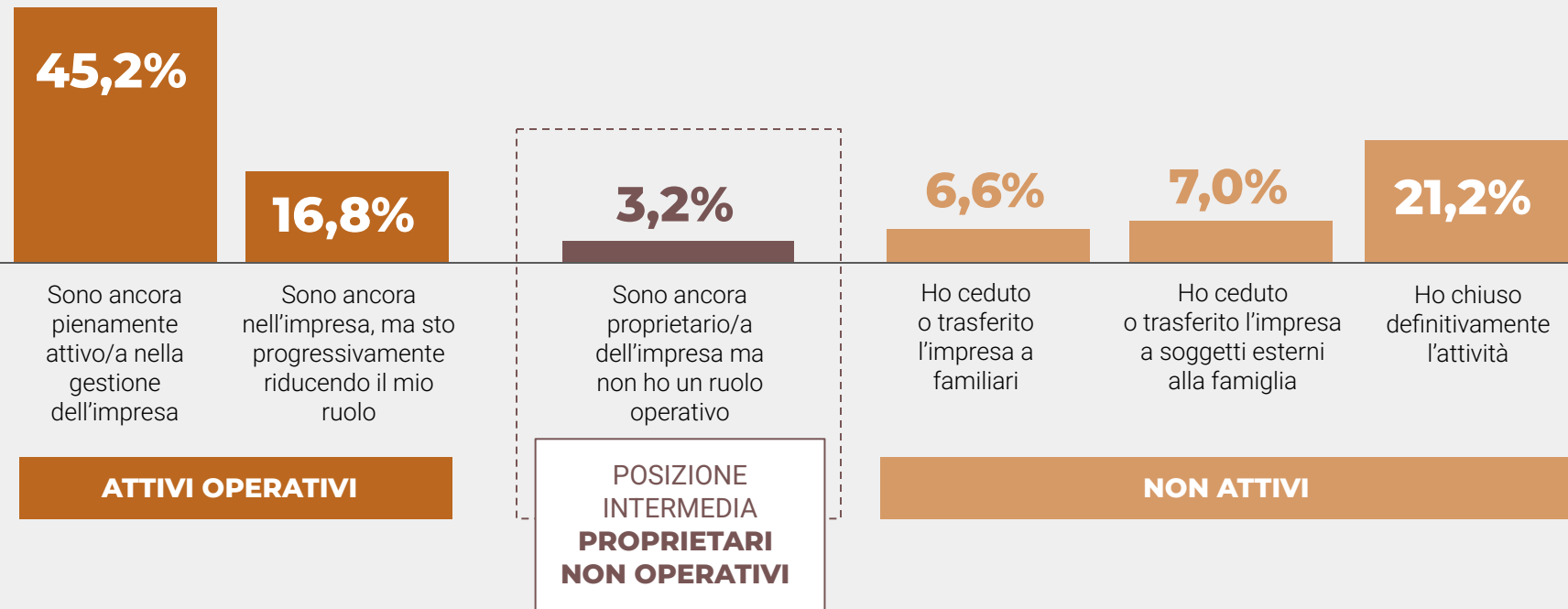


IL VALORE DELL'ESPERIENZA CIVILE ED ECONOMICA DEGLI IMPRENDITORI SENIOR

CONTRO
IL
DESERTO
URBANO

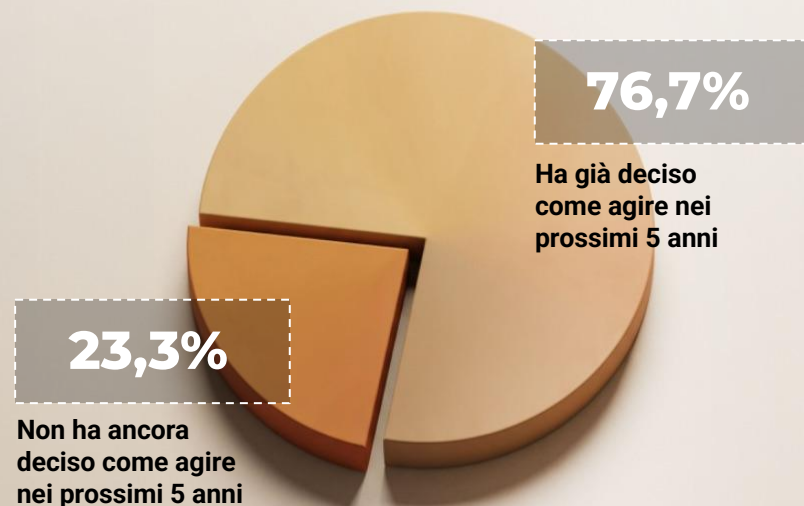
QUALE DELLE SEGUENTI SITUAZIONI DESCRIVE MEGLIO LA SUA CONDIZIONE ATTUALE RISPETTO ALL'IMPRESA?



Nota di lettura. I proprietari non operativi rappresentano una posizione intermedia. Nelle analisi sulle prospettive future dell'impresa sono considerati insieme agli attivi (65,2%); nelle analisi retrospettive sull'uscita dal ruolo operativo sono invece inclusi insieme a chi ha già lasciato la gestione (38,0%).

RELATIVAMENTE AL TEMA DELLA TRANSIZIONE, HA GIÀ DECISO COME AGIRÀ NEI PROSSIMI 5 ANNI? SE SÌ, QUALI AZIONI PREVEDE?

ATTIVI OPERATIVI E
PROPRIETARI NON OPERATIVI



Base campione: 326 casi (65,2%). Solamente attivi e proprietari non operativi. Valori ripercenzualizzati al netto di «Non ho ancora deciso» (23,3%).

CONTINUITÀ DIRETTA	Continuare a gestire l'impresa come oggi	34,0 %
RIDUZIONE DEL COINVOLGIMENTO PERSONALE	Ridurre gradualmente il proprio ruolo operativo	14,8 %
SUCCESSIONE NELLA GESTIONE	Passare la gestione a un familiare	16,4 %
	Passare la gestione a un soggetto esterno alla famiglia	4,4 %
USCITA DALL'IMPRESA	Chiudere l'attività	17,2 %
	Vendere l'impresa	10,0 %
	Altro	3,2 %

CON QUALE GRADO DI CONSAPEVOLEZZA E PREPARAZIONE STA AFFRONTANDO O HA AFFRONTATO LA PROSPETTIVA DELLA SUA USCITA DALL'IMPRESA?

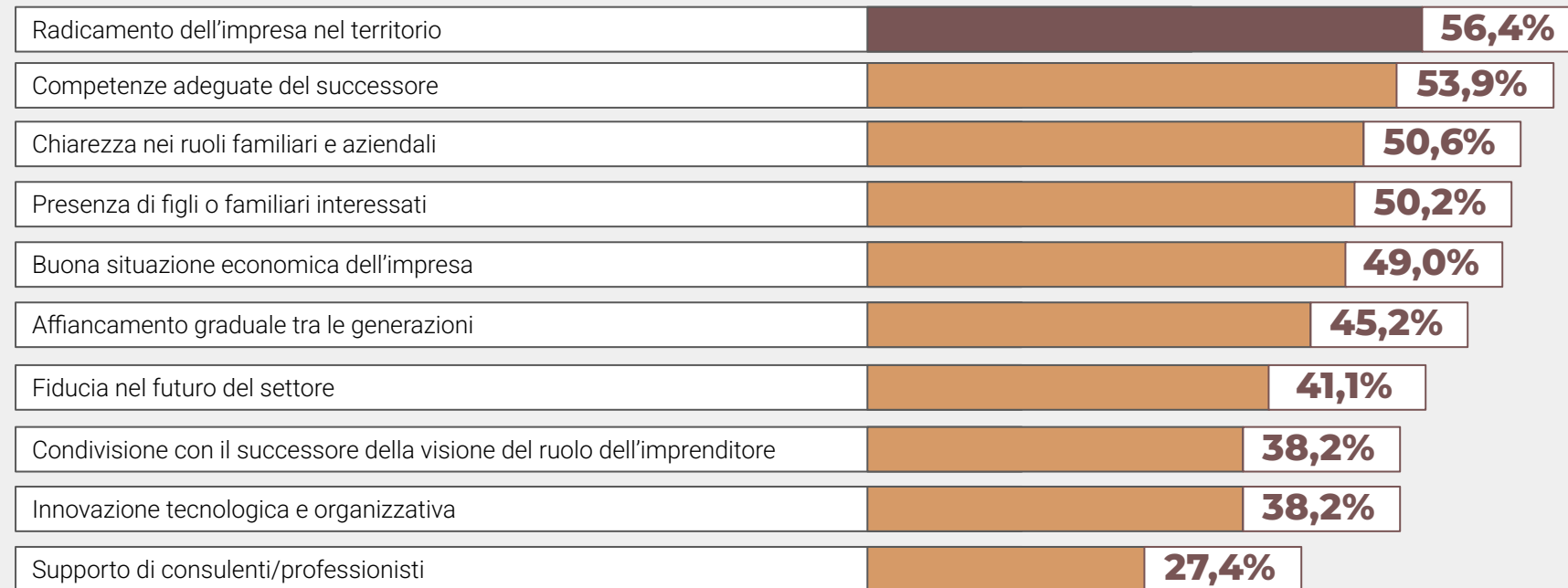
ATTIVI OPERATIVI



Base campione: 226 casi (45,2%). Solamente gli attivi e coloro che non hanno intenzione di vendere l'impresa.

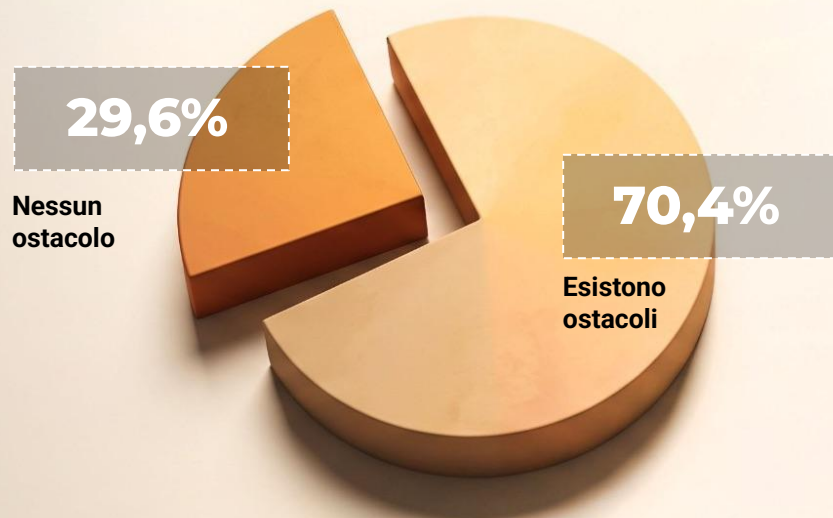
QUANTO I SEGUENTI FATTORI FAVORISCONO O HANNO FAVORITO LA CONTINUITÀ D'IMPRESA?

SOLO CHI HA COMPLETATO LA TRANSIZIONE O LA STA AFFRONTANDO O L'HA PROGRAMMATA



Base campione: 241 casi (48,2%). Risposta in scala 1-5, dove 1=per nulla e 5=moltissimo. Vengono riportate le somme di «molto» + «moltissimo».

QUALI SONO I PRINCIPALI OSTACOLI AL PASSAGGIO GENERAZIONALE O ALLA CONTINUITÀ DELL'IMPRESA?



Base campione: 500 casi. La somma dei valori % è maggiore di 100 poiché erano ammesse più risposte.

FAMILIARI E INTERGENERAZIONALI	I familiari hanno scelto percorsi professionali diversi	32,4%
	Mancanza di figli o familiari interessati	31,5%
	Scarsa preparazione manageriale o tecnica dei potenziali successori	8,8%
	Difficoltà del senior a lasciare il controllo	5,1%
	Conflitti familiari	4,8%

ECONOMICI E DI CONTESTO	Eccessiva burocrazia o complessità normativa	41,5%
	Costi di gestione troppo elevati	31,5%
	Cambiamento del mercato e dei consumi	27,3%
	Difficoltà a trovare acquirenti o successori esterni	23,9%
	Rischio economico troppo elevato per i successori	16,8%
	Mancanza di strumenti fiscali/finanziari adeguati per facilitare il passaggio	12,5%
	Redditività dell'impresa giudicata insufficiente	11,4%
	Debiti o situazione patrimoniale complessa	5,7%

QUANTO RITIENE UTILI I SEGUENTI STRUMENTI PER SOSTENERE GLI IMPRENDITORI SENIOR NELLA FASE DI USCITA O TRANSIZIONE DALL'IMPRESA?



SUPPORTO PSICOLOGICO E PROFESSIONALE

Misure di protezione per gli imprenditori in condizioni di vulnerabilità economica	48,2%
Percorsi di formazione per i successori	46,0%
Servizi di consulenza per il passaggio generazionale	41,8%
Reti di mentoring tra senior e giovani imprenditori	36,4%
Supporto psicologico o orientamento alla nuova fase di vita	26,2%

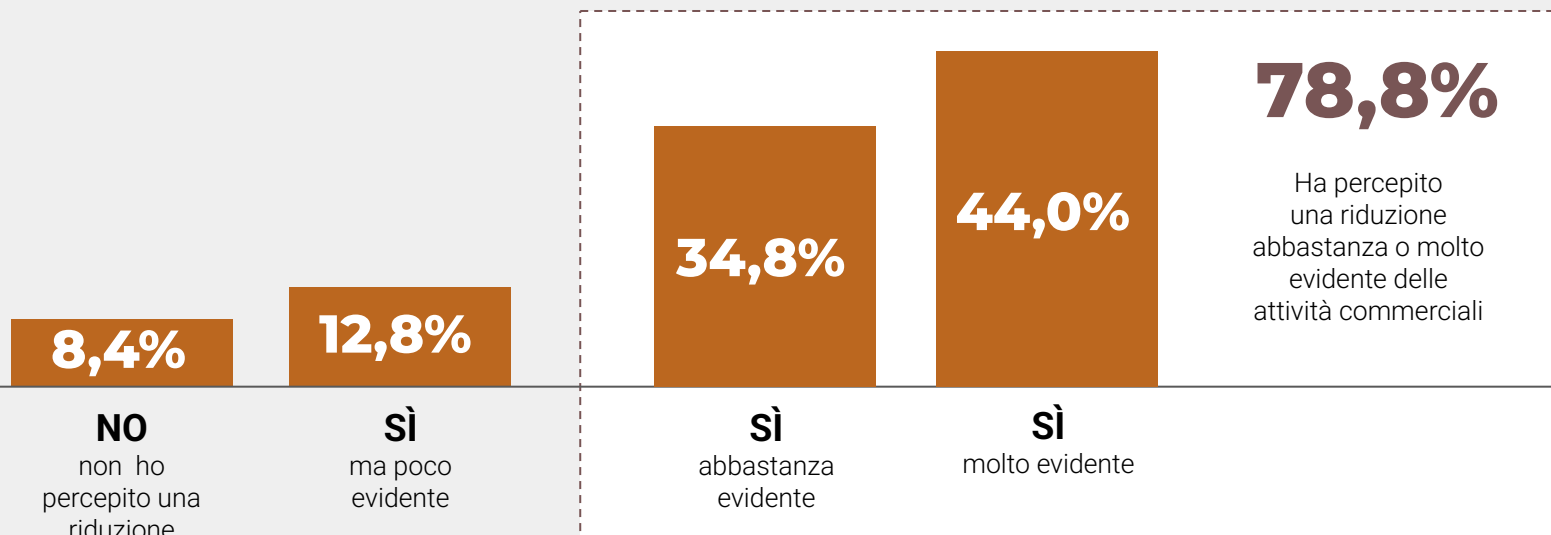


AGEVOLAZIONI ECONOMICHE E BUROCRATICHE

Agevolazioni fiscali per la cessione o continuità d'impresa	61,2%
Strumenti di accesso al credito per i successori	47,2%
Sportelli territoriali presso associazioni di categoria	32,0%

Base campione: 500 casi. Risposta in scala 1-5, dove 1=per nulla e 5=moltissimo. Vengono riportate le somme di «molto» + «moltissimo».

NEL TERRITORIO IN CUI VIVE O HA OPERATO LA SUA IMPRESA, NEGLI ULTIMI ANNI LEI HA PERCEPITO UNA RIDUZIONE DI NEGOZI, BOTTEGHE, PUBBLICI ESERCIZI O ALTRE ATTIVITÀ DI PROSSIMITÀ?



Base campione: 500 casi

QUALI SONO SECONDO LEI, LE PRINCIPALI CAUSE DELLA RIDUZIONE DELLE ATTIVITÀ FISICHE DI PROSSIMITÀ?

PRESSIONI ECONOMICHE E COMPETITIVE	%
Costi di gestione dell'attività troppo elevati	41,5
Concorrenza di grande distribuzione, catene e discount	37,2
Crescita degli acquisti online	34,0
Costi di affitto o acquisto dei locali troppo elevati	27,3
Cambiamento degli stili di consumo	25,8
Scarsa capacità delle pmi di integrare fisico e digitale	6,0

CRITICITÀ GESTIONALI E ISTITUZIONALI	%
Burocrazia, autorizzazioni e adempimenti complessi	30,3
Difficoltà a trovare persone	18,7
Mancanza di passaggio generazionale nelle imprese	12,5
Mancanza di politiche locali efficaci	12,3

TRASFORMAZIONI DEMOGRAFICHE E URBANE	%
Calo della popolazione residente, invecchiamento popolazione	10,8
Turismo e affitti brevi che modificano l'equilibrio dei centri urbani	2,6

Base campione: 500 casi. La somma dei valori % è maggiore di 100 poiché erano ammesse più risposte. Valori ripercenzualizzati al netto dei «non saprei» (7,0%).

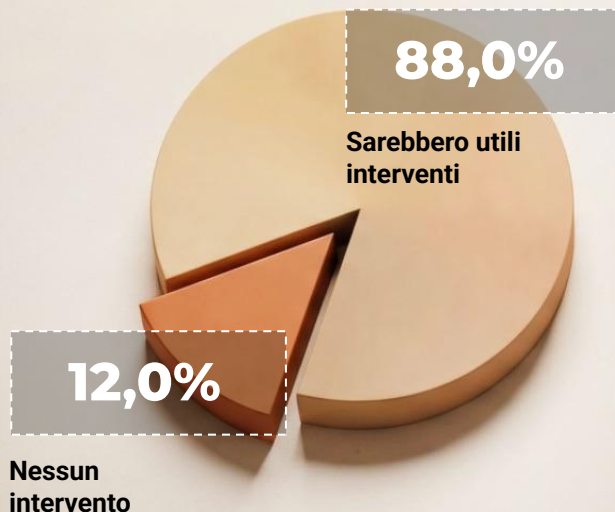
SECONDO LA SUA ESPERIENZA, IN CHE MISURA IL NEGOZIO DI VICINATO SVOLGE (O SVOLGEVA) LE SEGUENTI FUNZIONI “INVISIBILI” PER LA COMUNITÀ?



Luogo di scambio di informazioni e mutuo aiuto per i cittadini	60,2%
Presidio di sicurezza sulla strada durante la giornata	56,8%
Punto di ascolto e contrasto alla solitudine degli anziani residenti	54,6%
Punto di riferimento per l'orientamento ai servizi del quartiere	50,2%

Base campione: 500 casi. Risposta in scala 1-5, dove 1=per nulla e 5=moltissimo. Vengono riportate le somme di «molto» + «moltissimo».

QUALI INTERVENTI SAREBBERO PIÙ UTILI PER CONTRASTARE LA DESERTIFICAZIONE COMMERCIALE E SOSTENERE LE ATTIVITÀ DI PROSSIMITÀ?



Base campione: 500 casi. La somma dei valori % è maggiore di 100 poiché erano ammesse più risposte.

INCENTIVI E SOSTEGNI FISCALI	Incentivi fiscali o contributivi per chi mantiene/apre attività nei territori più fragili	55,7%
	Sostegni per affitti, canoni o recupero dei locali sfitti	39,8%
	Maggiore accesso al credito per imprese di prossimità	22,0%
	Incentivi alla digitalizzazione delle micro e piccole imprese	11,1%
MISURE DI POLICY	Semplificazione burocratica per apertura, subentro o trasferimento d'impresa	46,8%
	Politiche per favorire la residenza stabile nei centri urbani	14,5%
	Miglioramento di accessibilità, trasporti, parcheggi e arredo urbano	13,0%
PROGRAMMI DI CONDIVISIONE	Programmi di ricambio generazionale e affiancamento tra senior e giovani	16,1%
	Eventi, mercati, iniziative culturali e promozionali nei centri urbani	13,2%
	Servizi condivisi tra piccoli operatori	10,2%

GRAZIE

Format
research