

800 tamponi per i dipendenti, la Comerio Ercole sfida la pandemia con il “senso di comunità”

Pubblicato: Lunedì 12 Aprile 2021



Considerate un’impresa che da **136 anni** sta sul mercato, che ha affrontato e superato due guerre mondiali, la pandemia della spagnola, la storica crisi economica del **1929** e quella del 2008 e ora pure il **coronavirus**. Che cosa la rende così resiliente?? La risposta l’ha data direttamente **Riccardo Comerio**, amministratore delegato della **Comerio Ercole spa** azienda metalmeccanica di Busto Arsizio, intervenuto alla presentazione del sondaggio condotta dal centro **Fabula (Family Business Lab)** della **Liuc**, sul comportamento delle imprese familiari durante l’**emergenza coronavirus**.

SIAMO UNA FAMILY COMPANY

«Abbiamo riacquisito a pieno titolo una connotazione che abbiamo sempre avuto dal 1885 nel nostro **brand identity** ovvero quella **di family company** – ha spiegato **Riccardo Comerio** -. Quest’anno abbiamo vissuto con tutti i nostri collaboratori questo concetto, nel senso che sono state condivise le esperienze, le paure, le problematiche e le criticità delle singole persone in un senso di comunità, cosa che negli ultimi 30 anni, da quando sono in azienda, avevo sempre sentito, ma mai in modo così forte come quest’anno».

Per affrontare la pandemia alla Comerio Ercole sono stati **condivisi i problemi di natura personale**, come la gestione della quarantena o la presenza di sintomi come la febbre, che richiedevano attenzione, risposte e la collaborazione da parte di tutti. «In dodici mesi – continua l’imprenditore – abbiamo fatto circa **800 tamponi antigenici** ai nostri dipendenti, **allestito una sala che sembra un piccolo centro medico** che ci ha permesso di fare la differenza, perché se è vero che è difficile operare in questo momento, abbiamo dato un minimo di tranquillità almeno dal punto di vista dell’attenzione sul problema specifico anche dal punto di vista sanitario. Tutto questo ha permesso di creare valore. Noi ci siamo sempre connotati come un team di lavoro, un bel concetto, ma quest’anno posso dire che grazie a questo lavoro di gruppo in un momento difficile abbiamo ottenuto un risultato importante anche in termini di valore sul mercato e di mantenimento del nostro fatturato».

SOLIDITÀ FINANZIARIA E STABILITÀ DELLA RELAZIONE

Le ragioni per cui oggi un’azienda utilizza il concetto di **family company come primo valore da presentare alla clientela**, sono riconducibili a una serie di altri valori strettamente collegati, in termini di **sostenibilità**, all’identità del **capitalismo familiare**. L’attenzione nei confronti dei **collaboratori**, una maggiore **stabilità** verso gli **stakeholder** e l’**affidabilità** sul piano economico-finanziario sono aspetti che contano molto nel rapporto con i clienti soprattutto nei momenti di criticità.

Nella survey effettuata da **Fabula**, su un campione di **duecento imprese sia familiari che non familiari**, emerge che la percentuale di imprese familiari con problemi di liquidità è decisamente inferiore rispetto a quelle non familiari. «Di solito in queste situazioni – ha sottolineato **Salvatore Sciascia**, professore della Liuc e condirettore di Fabula – gli studi accademici confermano che le imprese familiari hanno maggiore solidità. Le ragioni sono tante: la parsimonia, la solidità patrimoniale e mettere in campo le risorse della famiglia a supporto dell’impresa».

Dal sondaggio di Fabula emerge inoltre che le imprese familiari hanno **reagito alla crisi pandemica**, ma a differenza delle altre lo hanno fatto in **un'ottica di lungo periodo**. Insomma, non si sono smarrite di fronte all'onda di contagio e hanno ponderato scelte e aree in cui intervenire. «È il segno di una maggiore stabilità di queste imprese – ha concluso la professoressa **Valentina Lazzarotti** condirettore di Fabula -. La survey ci conferma questo aspetto: le imprese familiari non si sono precipitate a mettere in atto azioni di cambio, come per esempio la sostituzione dei fornitori, perché tendono a mantenere un rapporto più stabile con i propri stakeholder».

Nasce “Fabula” il motore scientifico della Liuc dedicato alle imprese familiari

Michele Mancino

michele.mancino@varesenews.it