

[INTRAPRENDENZA]

di Guido Corbetta* e Giovanni Valentini**

Poche ma buone. Le nuove aziende sono all'avanguardia

In Italia nascono meno imprese che nel resto dei Paesi con economia avanzata. Ma quelle che partono durano di più e sono proiettate nel futuro. In anteprima ecco i risultati del Global entrepreneurship monitor.

È un quadro con luci e ombre quello che emerge per il nostro Paese dai risultati del Global entrepreneurship monitor (Gem), rapporto di ricerca internazionale che misura il livello di imprenditorialità in 54 nazioni, basandosi sui dati raccolti attraverso 180 mila interviste condotte nel 2009.

La crisi, certamente, si è fatta sentire. In tutti i Paesi coinvolti dall'indagine più della metà degli imprenditori intervistati ha indicato che le condizioni per cominciare una nuova attività imprenditoriale sono peggiorate nell'ultimo anno. Tale percentuale risulta comunque essere più bassa nei Paesi in via di sviluppo, relativamente meno influenzati dalla crisi globale dei mercati finanziari.

In Italia, la percentuale di adulti coinvolti nella proprietà e gestione di una nuova attività imprenditoriale è pari al 3,7%, contro un valore del 4,6% nel 2008 e una media del 6,3% tra le 20 economie avanzate comprese nella rilevazione. Solo Belgio, Danimarca e Hong Kong fanno peggio dell'Italia; la Spagna si attesta al 5,1%, il Regno Unito al 5,7%, la Germania al 4,1% e la Francia al 4,3%.

La crisi ha contribuito a diminuire un tasso di imprenditorialità di per sé già basso. Tuttavia, un'analisi dei trend degli ultimi anni mostra come questa situazione affondi le radici in qualcosa di più lontano e profondo. Dal 2003 l'Italia ha un tasso di imprenditorialità inferiore alla media delle economie più sviluppate. Parallelamente, negli ultimi cinque anni gli italiani hanno mostrato un crescente timore di fallire, timore che previene l'apertura di attività imprenditoriali, nonché una minore confidenza

nel fatto che le proprie capacità e conoscenze siano sufficienti a mettersi in gioco e divenire imprenditori. Queste tendenze sembrano andare al di là della congiuntura economica e appartenere piuttosto alla nostra cultura.

Vi è un'altra tendenza radicata nel nostro Paese e che, anzi, peggiora nel corso del tempo. L'imprenditoria è sempre più una scelta al maschile, con un rapporto di circa tre uomini imprendi-

tori per ogni donna coinvolta in nuove attività imprenditoriali (in Spagna il rapporto è di 1,6 uomini per ogni donna).

Tuttavia, dall'analisi emergono anche alcuni dati confortanti. Anzitutto, se è vero che negli ultimi cinque anni il tasso di nuova imprenditorialità è andato calando, è altrettanto vero che in termini relativi è calato ancora di più il tasso di chiusura e cessazione di attività imprenditoriali e si è mantenuto pressoché costante il tasso di imprenditorialità avviata (ovvero, con più di 42 mesi di vita). Pertanto, se anche si osserva un minor numero di nuove attività imprenditoriali, una maggiore percentuale di queste sopravvive più a lungo, suggerendo quindi una maggior sostenibilità del loro modello di business.

Secondo, il minor numero di attività create sembra comunque indirizzarsi verso attività a maggior valore aggiunto. Il tasso di nuove imprese create è un importante indicatore della salute di un'economia, tuttavia è vero che vanno considerate anche le motivazioni delle scelte imprenditoriali, nonché la tipologia del prodotto o servizio offerto. Un esempio: la Grecia nel 2009 si caratterizzava per un valore del tasso di nuova imprenditorialità superiore a quello degli Stati Uniti, sappiamo come è finita. In Italia, circa l'80% delle nuove attività imprenditoriali nasce da un'opportunità percepita nell'ambiente economico esterno e non dalla necessità per mancanza di alternative. E di tutte le nuove attività rilevate nel nostro Paese, più di un quarto utilizza o si basa su una nuova o avveniristica tecnologia. Inoltre, il 18,5% sviluppa un prodotto o un servizio che è radicalmente innovativo per il mercato, contro una media dei Paesi più sviluppati pari al 16,6%. È proprio di queste attività che abbiamo bisogno per crescere.

** Titolare della cattedra AIdAF - Alberto Falck di Strategia delle Aziende Familiari presso il Dipartimento di Management e Tecnologia, Direttore della Scuola Superiore Universitaria dell'Università Bocconi.*

*** Assistant Professor di Strategia presso il Dipartimento di Management e Tecnologia, Università Bocconi*