

Storie e visioni della nuova economia

Skille

La figura dell'imprenditore sta cambiando, il modello d'impresa cerca nuove relazioni con il territorio. Ma questi sforzi anche dove già sono realtà non vengono percepiti dall'opinione pubblica.

I geni dello sviluppo

Comunità valore d'impresa

SIMONE CASIRAGHI

UNA SVOLTA INIZIATA MA L'IMMAGINE È STATICA

Fare impresa oggi è un lavoro nuovo. Gli imprenditori stanno cambiando modello, vogliono dare una svolta. L'impegno è forte, ma anche se un tale sforzo è già stato tradotto in realtà d'impresa questo dato non viene percepito dalla comunità.

Lo si coglie nei giudizi dell'opinione pubblica: la figura ideale tipica dell'imprenditore è rimasta statica, incapace di affrontare le nuove sfide. E anche i giovani, sono molto più freddi nella voglia di diventare a loro volta imprenditori: oggi sono 4 su dieci, erano più sei solo nel 2009.

BISOGNO DI NUOVI STILI NON ANCORA CONDIVISI

Di sicuro comunque ci si è incamminati su nuovi percorsi. Ma il forte bisogno di nuovi stili d'impresa, di nuovi valori attorno a cui organizzare la produzione non sono stati ancora assorbiti e condivisi. Ne risente l'immagine degli imprenditori. La Crisi ha avuto un



forte impatto sul giudizio espresso dai cittadini nei loro confronti. Tanto scetticismo, disillusione hanno svalutato i riferimenti tradizionali, anche gli imprenditori.

UNA VISIONE STRABICA NECESSARI E SNOBBATI

Nando Pagnoncelli, presidente Ipsos, ha misurato per Confindustria questo sentimento. Ne è uscita una valutazione che il ricercatore bergamasco definisce «strabica». Gli imprenditori sono visti come motore decisivo della ripre-

sa. Ma vengono sottovalutati e snobbati. Il 53% li legittima nel ruolo chiave della crescita, ma li considera incapaci del rinnovamento necessario richiesto. Per il 45% la loro immagine è peggio rispetto al passato. La relazione è in crisi. Il 48% giudica le imprese determinanti, ma l'imprenditore evoluto è colui che è capace di innovare e soprattutto di rinnovarsi, di considerare i bisogni degli altri, riconosce i valori del territorio. È la nuova via del «fare», che valorizza anziché sfruttare il contesto.

Isolati e non ancora gruppo sociale imprenditori in cerca del territorio

Sette anni di Grande Crisi hanno decimato le nostre aziende. Ma il processo di «distruzione creativa» ha prodotto anche una nuova selezione. L'ultimo lavoro di ricerca («La nuova borghesia produttiva») curato da Mauro Magatti, sociologo ed esperto di rapporti e trasformazioni del capitalismo italiano, ha colto questo fattore nuovo.

Intraprendenza e fedeltà

Fra quelle che soccombono, altre imprese hanno dimostrato più resilienza alla difficoltà ricorrendo a «intraprendenza creativa e propositiva», hanno trovato una strada originale per un'innovazione di prodotto e di processo che hanno «consentito non solo di competere sui nuovi mercati internazionali, ma di restare fedeli al proprio territorio, esaltandone la loro eccellenza».



Così oggi emerge una terza via per «fare impresa»: produrre è visto come valore territoriale. È un significativo avanzamento del «vecchio» modello imprenditoriale, ma ancora resta un'azione isolata, non condivisa fra un'avanguardia ristretta di imprenditori a cui fa da sfondo l'80% di altri che arrancano.

Sembra un quadro strano, soprattutto per un territorio come la Bergamasca, in cui il «fare» impresa ed «essere» imprenditori sono sempre stati sinonimi di relazione sociale, distretto rapporto con la propria comunità. Eppure questo modello non funziona più così. È decisamente cambiato l'ordine dei fattori soprattutto l'intensità con cui si vive questo modello.

Nuovi valori

Spuntano valori nuovi. Che combinano «flessibilità produttiva con appartenenza a sistemi locali». Sono più attenti alla qualità globale dei prodotti - l'80% intende spostare il proprio target di mercato verso una fascia più alta - e dei servizi offerti intesi come strettamente legati alla passione «per ciò che si fa e per come la si

fa». Imprenditori consapevoli che la propria azione economica è anche un'azione sociale e non solo mero centro di profitto». È immediata la ricaduta sul territorio: ne nasce una combinazione fra produzione di valore economico e generazione di valore sociale, qualità di prodotto e passione per il territorio e la sua valorizzazione, tenendo insieme locale e internazionalizzazione. E valorizzando le risorse umane, cercando sul territorio alleanze, reti, relazioni più profonde di prima.

Un'avanguardia inconsapevole

Ma questi innovatori sono in pochi - spiega Magatti nel suo lavoro -, identificano una nuova piccola «avanguardia imprenditoriale», gruppi di singoli imprenditori che hanno in comune uguali logiche di pensiero, di cultura e di azione. Eppure «non sono consapevoli della loro esistenza», la loro battaglia è solitaria e non sanno di condividere riferimenti a uguali valori. Un limite che riduce la loro prospettiva e visione. Impedisce che diventino un vero gruppo sociale, ma soprattutto che agiscano come tale nello stesso contesto territoriale.

CHI SA RINNOVARSI AFFRONTA MEGLIO IL FUTURO

In Italia un lavoratore su quattro è indipendente...

Valori in % sugli occupati 2014. Per Francia e UK dati 2013.

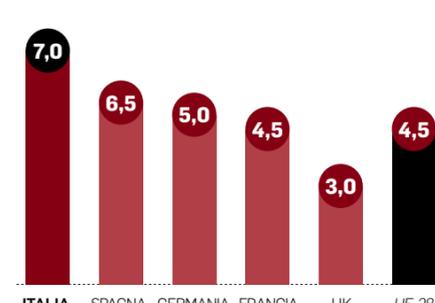


Fonte: Elaborazioni CSC su dati OCSE, Eurostat.

... e i datori di lavoro molti di più che nella UE

Totale economia, datori di lavoro.

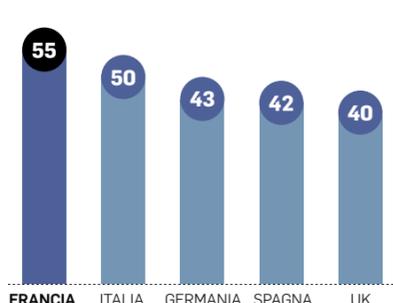
Dati in % sugli occupati 2014 per Francia e UK dati 2013



Fonte: Elaborazioni CSC su dati OCSE, Eurostat.

Bassa la sopravvivenza delle startup

Imprese nate nel 2007 e ancora attive nel 2012. Valori %



Fonte: Elaborazioni CSC su dati OCSE.

... Il nuovo paradigma chiede agli imprenditori...

Ecco cosa ci si aspetta dal nuovo modello di fare impresa



Fonte: Community Media Research per CSC, gennaio 2016

Sistema Bergamo 95.881 imprese	Produzione +1,7%	Export +2%	Occupazione +0,6%	Edilizia Fatturato +3,1%	Meccanica Produzione +2,2%	Tessile Produzione -1,6%	Artigianato Produzione +1,2%
--	----------------------------	----------------------	-----------------------------	------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------	--



DOPO LA CRISI C'È STATA UNA **RIAPPROPRIAZIONE** DEL TEMA DELL'INDUSTRIA E DELLA SUA **CENTRALITÀ** NELLA CRESCITA ANCHE DELL'**ECONOMIA LOCALE**



È NECESSARIO SAPERSI **RACCONTARE** E IMPARARE A CONDIVIDERE LE **STORIE REALI** DEGLI IMPRENDITORI

talk

Si sa poco dei nostri imprenditori

Il **73%** degli italiani ritiene che le aziende con almeno un dipendente siano meno di un milione. In realtà le aziende sono 2,5 milioni. Il **47%** del totale delle imprese



MA COSA SIGNIFICA FARE **IMPRESA OGGI?**



Lo sviluppo del territorio

48%
Le imprese sono ritenute **elementi di supporto** per la crescita di un Paese

Germania, Inghilterra e Francia sono ritenuti Paesi «con più industrie dell'Italia»

24,9%

La quota di imprenditori in Italia è **doppia** della Francia (10,2%) e della Germania (11%)

Sono **in calo** dal 51% al 44% coloro che preferiscono un **lavoro indipendente**

Una figura **appannata** **45%**
L'immagine degli imprenditori negli ultimi otto anni è **involuta**, se ne pensa **peggio rispetto al passato**



Nando Pagnoncelli
Sondaggista

Un modello italiano di crescita esiste ancora. Ma è cambiato molto. Rapporto fra territorio e impresa, e creatività ne sono gli elementi portanti. Sfoggia le slide che sta proiettando in sala, davanti a una platea di imprenditori di Confindustria nazionale. E Nando Pagnoncelli parte da qui. Spiegando che il nuovo modello imprenditoriale si vede bene in quelle aziende che hanno saputo meglio resistere alle difficoltà.

Le imprese che hanno saputo andare oltre la crisi...

«Sono quelle che hanno elevato il valore del proprio prodotto» spiega Pagnoncelli. «Hanno saputo più delle altre intuire come aprirsi ai mercati internazionali». Ma questo è solo il frutto di un lavoro a monte, che ha avuto nell'investimento in innovazione di processo, nella riorganizzazione della produzione e nella scelta di superare la dimensione familiare i tre passaggi determinanti.

Innovazione, ma dove bisogna innovare?

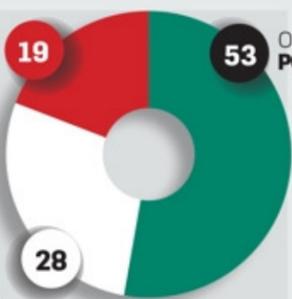
C'è bisogno di innovazione di prodotto, in particolare. Prima ancora che di processo e di mercati. E in questo Pagnoncelli è categorico. «È necessario mettere a frutto le proprie conoscenze innovandole. Non c'è bisogno di fare nuove scoperte, ci sono capacità e conoscenze acquisite nel tempo che devono solo essere ripensate in modo evolutivo».

Imprenditori e cittadini: una relazione in crisi

Appaiono figure sbiadite e poco attraenti. Valori % in discesa rispetto agli altri Paesi

Fonte: Ipsos - Confindustria

OPINIONE NEGATIVA



OPINIONE NEUTRALE

OPINIONE POSITIVA RISPETTO AD ALTRI PAESI
Valori %

75%
STATI UNITI

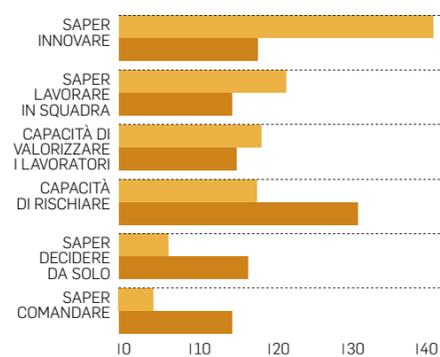
70%
CINA

68%
POLONIA

48%
GERMANIA

Cambia l'ordine delle abilità necessarie...

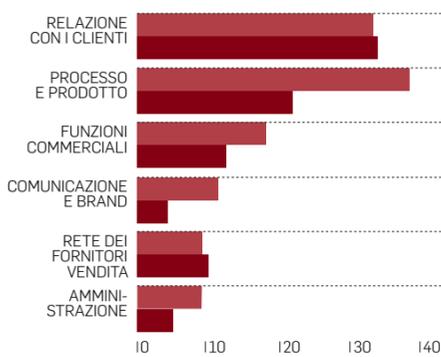
Valori % ● Dopo il 2008 ● Prima del 2008



Fonte: Community Media Research per CSC, gennaio 2016.

... e delle funzioni che occorre saper gestire

Valori % ● Dopo il 2008 ● Prima del 2008



Fonte: Community Media Research per CSC, gennaio 2016.

Perché si diventa imprenditori?

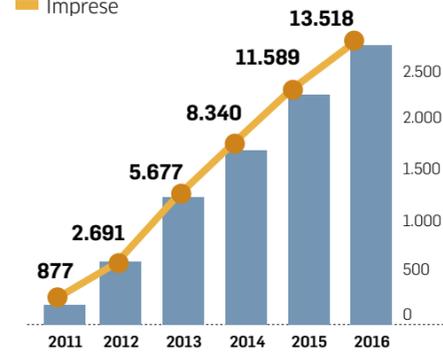
Motivazioni a mettersi in proprio degli imprenditori in senso stretto. Valori % 2014



Fonte: Elaborazioni CSC su dati Banca d'Italia.

Il boom dei contratti di rete

■ Contratti di rete
■ Imprese



Fonte: Elaborazioni CSC su dati InfoCamere.