

ALCUNE RIFLESSIONI SULL'IMPRENDITORIA GIOVANILE

Giovanni Esposito

Consigliere Tesoriere dell'ordine degli Ingegneri di Napoli. Membro commissione nazionale CNI Ingegneria e Industria. Membro DEL gruppo di lavoro nazionale per la Finanza di Progetto. Coordinatore della Commissione Ingegneria Gestionale

Il documento allegato¹ è stato presentato nel corso del convegno, svoltosi a Napoli alla fine del 2015, di presentazione dei risultati ottenuti dal Progetto We Start al termine della fase di "Idea Harvesting", iniziata nel settembre 2015. La conclusione del progetto è prevista a Maggio 2016.

We Start è un'iniziativa promossa dal Rotaract Napoli Sud Ovest e dall'associazione ItaliaCamp per fornire a giovani under 30 della provincia di Napoli il *"know-how e gli strumenti pratici per la creazione e sviluppo di Progetti e Start-up con una forte connotazione di impatto sociale"*.

In particolare si era richiesto ai giovani concorrenti di presentare idee nell'ambito della COMMUNITY DEVELOPMENT (*"Servizi innovativi per sostenere la solidarietà, l'inclusione e l'integrazione sociale e le tematiche culturali"*) e della URBAN&RURAL REGENERATION (*"Ripensare gli spazi urbani e rurali, riqualificare luoghi della comunità per favorirne lo sviluppo sociale, culturale ed ecosostenibile"*).

Il documento analizza alcuni dati forniti dal Centro studi Unioncamere – Osservatorio sulla demografia delle imprese, collegandoli logicamente con quelli sul mercato del lavoro nel Sud, relativi ad anni precedenti,

forniti da "Noi Italia 2015 – ISTAT", e con i dati sulle opportunità occupazionali, ottenuti da elaborazioni su fonti ISTAT, evidenziando come l'attuale sviluppo dell'autoimpegno e dell'autoimprenditorialità sia un necessario mezzo per contrastare la disoccupazione, ma anche un'opportunità da cogliere. Termina quindi con alcune considerazioni sull'imprenditoria ad impatto sociale per fornire ai giovani concorrenti alcune indicazioni sui modelli interpretativi di tale realtà, di supporto alla redazione del richiesto Business Plan.

Gli ultimi dati del Centro studi Unioncamere – Osservatorio sulla demografia delle imprese² (costruito elaborando i dati provenienti dal registro delle imprese) evidenziano come anche nel 2015 il sistema delle imprese italiane abbia ripreso a crescere, raggiungendo tasso di crescita annuo pari a quello che si riscontrava nel 2007 (0,75%), e risalendo dal valore minimo toccato nel 2013 - con un saldo fra le imprese nate e cessate pari a 12681 e con un tasso di crescita dello 0,21% -, ai valori del 2014 - saldo di + 30718 e tasso di crescita dello 0,51% -, ed ai valori del 2015, con un saldo di + 45181 ed un tasso di crescita dello 0,75%.

¹ *Alcune riflessioni sull'imprenditoria giovanile, a cura del referente regionale per la Regione Campania del progetto "Microwork: fare rete per il microcredito e l'occupazione", un progetto per la microimprenditorialità, il lavoro autonomo e l'inclusione sociale di ENM – Ente Nazionale per il Microcredito*

² *Centro Studi UnionCamere – Osservatorio sulla demografia delle imprese – Anno 2015*

I dati del primo trimestre 2015, presentati nel documento, e relativi agli "under 35" (ovvero +35442 nuove imprese create da uno o più giovani con meno di 35 anni di età) sono stati confermati dai dati di tutto il 2015 che vede ben +66202 nuove imprese create dai giovani.

Sembra, pertanto, che i giovani abbiano preso atto della crisi del mercato del lavoro e abbiano quindi iniziato a sperimentare la voglia di "mettersi in proprio" e si stiano confrontando con il mercato del lavoro (ed in particolare con la disoccupazione) in termini di auto impiego ed autoimprenditorialità, ovvero, basandosi sulle proprie capacità.

I giovani hanno cambiato prospettiva sul mercato del lavoro

È rivalutata l'autoimprenditorialità con un'attenzione particolare ai modelli che prevedono un focus sull'impatto sociale

La disaggregazione di questi dati per area geografica ha evidenziato che circa un terzo delle nuove imprese giovanili "under 35" (ovvero + 13169 imprese) del primo trimestre 2015 è stato creato nel mezzogiorno, con preferenza ai settori del commercio, delle costruzioni, dei servizi di ristorazione, che il saldo delle imprese individuali (+10604) è il doppio di quello delle imprese di capitale (+4828) e che circa i 2/3 di queste nuove

imprese "under 35" ha "puntato subito su internet", confermando il rilevante ruolo di facilitatore svolto dalla tecnologia ICT (Information and Communication Technology) sia per l'individuazione di nuovi modelli di business (quali ad esempio l'e-business) in ogni settore economico-produttivo sia per l'impegno non rilevante, in termini di risorse e tempi, richiesto per la loro pratica implementazione.

Ma siamo davvero di fronte ad una "vitalità imprenditoriale" del mezzogiorno? O occorre fare ulteriori considerazioni?

I dati di "Noi Italia 2015 – ISTAT" del mercato del lavoro nel Sud per gli anni precedenti mostrano con chiarezza la sfida che i giovani della Campania hanno dovuto affrontare: il tasso di occupazione (43,4%) in Campania, era il fanalino di coda di tutta Italia (ca 60%), dello stesso mezzogiorno (ca 45%) e ben lontano dal tasso di occupazione della regione con la maggiore percentuale di occupati (Lombardia con il 69,3%).

Ovviamente tale contesto ha creato nei giovani un forte senso di sfiducia, come attestato dalla percentuale di NEET - Not (engaged) in Education, Employment or Training in Campania (36,4%), percentuale superiore a quella dei NEET del mezzogiorno (35,4%) e dell'Italia (26%).

Ne consegue che la forte presenza di lavoratori indipendenti in Campania (34,8%) inferiore solo alla presenza di tali lavoratori nel mezzogiorno, ma di gran lunga superiore alla media italiana ed alla Lombardia (23,7) era indice, probabilmente, già negli anni scorsi, e continua ad esserlo oggi, non di una di una libera scelta da parte dei giovani, ma un "ripiego", ovvero una "necessità", di intraprendere un lavoro indipendente, come diretta conseguenza del contesto delineato.

Necessità di lavoro indipendente e quindi di auto impiego ed auto imprenditorialità, confermata dalle problematiche che si sono riscontrate negli scorsi anni nel lavoro di-



pendente quali: - l'overeducation, l'overskilling ed il mismatching (disallineamento professionale) per un complessivo 8% ca., - l'elevata percentuale di sottoinquadramento rispetto al titolo di studio posseduto, - i circa 5 anni necessari, nel 2012, per essere assunti a tempo indeterminato.

Ma tale "ripiegio" da parte dei giovani per contrastare la disoccupazione, in special modo al sud, si sta trasformando in un'opportunità grazie al ruolo dell'ICT di "facilitatore nella realizzazione di nuove imprese", ed al mutato clima culturale che riconosce ed apprezza, anche al sud, i vantaggi individuali e collettivi associati all'autoimpiego, all'autoimprenditorialità, alle start up.

Pur se lentamente, sta inoltre cambiando la percezione sociale del "fallimento", in quanto si comincia ad associare a tale evento una semantica positiva, di volontà di agire, di proattività, diminuendo, di fatto, una delle barriere culturali all'intraprendere.

I giovani hanno iniziato a vedere il futuro lavorativo con occhi diversi rispetto alla generazioni precedenti, comprendendo che le convinzioni dei padri rispetto al mercato del lavoro e su cosa serva per arrivare al successo (inteso come fonte di reddito adeguata e rinnovabile) non sono attuali e che occorra valutare più possibilità e sperimentare più opportunità, molte strade diverse, quindi, ma egualmente percorribili.

L'autoimprenditorialità richiede comunque che il giovane possieda di alcuni strumenti concettuali che gli permettano di sviluppare con successo la sua idea, e lo aiutino a produrre, in estrema sintesi, un business plan efficace.

Si pensi, ad esempio, ai modelli interpretativi dell'impresa, con i quali si rappresenta l'interazione dell'impresa con l'ambiente in cui opera, al fine di valutarne la possibilità di successo

Con riferimento all'imprenditoria da impatto sociale, si può utilizzare il modello di Coda, che collega il successo di un'impresa, in termini reddituali, non solo alla cosiddetta dominanza sul mercato (derivante dai vantaggi offerti ai consumatori dal prodotto/servizio

ipotizzato nell'idea imprenditoriale) ma anche ai risultati sociali, derivanti dal sodisfacimento, grazie ad opportune proposte progettuali, delle attese degli stakeholder all'interno del sistema di interlocutori sociali.

Ulteriore semplificato modello interpretativo è quello che associa il successo dell'impresa all'interazione tra tecnologia, organizzazione e cultura d'impresa, specificando che l'innovazione è soprattutto un processo gestionale da implementare e basato non solo sulla tecnologia (come usualmente si crede) ma anche (o soprattutto, in molti casi) su aspetti organizzativi e culturali.

