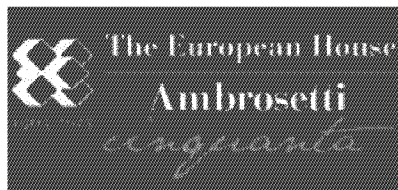


SCENARI PER LA CRESCITA

# Rilanciare la voglia di fare impresa

## De Molli: i giovani devono entrare nella prospettiva di crearsi un lavoro



di Nicoletta Picchio

**È** l'impresa che crea lavoro. E se l'Italia vuole crescere e creare nuova occupazione ha una sfida davanti, che rappresenta una priorità assoluta: rilanciare la voglia di mettersi in proprio. Soprattutto tra i giovani. A guardare le classifiche l'Italia è indietro: siamo al 49° posto per tasso di imprenditorialità. L'indice di imprenditorialità, calcolato su una media di fattori (tra cui livello di tecnologia, di investimenti, capitale di rischio disponibile, livello di formazione), è di 41,3 punti, circa la metà degli Stati Uniti (85,0), sotto la Spagna (49,3), la Germania (67,4) e il Regno Unito (71,7).

Questo stato di fatti si traduce in minore occupazione, tenendo conto che la maggior parte dei nuovi posti sono creati da aziende che nascono. A dimostrarlo sono sempre i numeri: tra il 2002 e l'inizio della crisi economica nel 2009 le Pmi hanno creato ogni anno 1,1 milioni di posti di lavoro in Europa, di questi oltre tre quinti sono nati da imprese con meno di cinque anni di vita. Persino durante la crisi, con un aumento della disoccupazione di tre punti nella Ue, le Pmi hanno creato quasi due milioni di nuovi posti. Se si guarda oltre Oceano, il 40% del Pil degli Stati Uniti è prodotto da aziende che non esistevano prima degli anni '80. E viene sfatata la convinzione che le start up non creano occupazione stabile: più del 60% dei posti di lavoro creati da nuove aziende negli Usa viene mantenuto oltre i cinque anni.

L'impresa, quindi, come motore di sviluppo. «Non bisogna solo cercare un lavoro, le nuove generazioni devono entrare nella prospettiva di crearsi un lavoro», dice Valerio De Molli, amministratore delegato di The European House-Ambrosetti.

Per celebrare i 50 anni di storia e soprattutto per «mettere al servizio del paese le nostre competenze nell'ambito del fare impresa», Ambrosetti ha messo a punto un documento che si intitola proprio «Crescere facendo impresa» e che approfondisce una serie di temi: la situazione occupazionale dei giovani in Italia, il nostro gap di imprenditorialità, il significato dell'essere imprenditori e i valori di riferimento, i casi di successo nel mondo, gli ecosistemi più favorevoli alla nascita e sviluppo delle aziende, citando realtà positive, dalla Silicon Valley a Israele, formulando infine quattro proposte per interventi che sarebbero necessari in Italia e in Europa per realizzare quella che De Molli chiama «rivoluzione culturale».

Oggi in Italia, è scritto nel documento che De Molli presenterà domani mattina, aprendo il seminario che Ambrosetti terrà nel fine settimana a Cernobbio, solo il 5% degli imprenditori ha meno di 40 anni, mentre il 20% ne ha più di 70. Un recente studio dell'Ocse su 23 paesi ha evidenziato una diretta correlazione positiva tra il tasso di turbolenza del mercato, cioè il tasso di ingresso e uscita di nuove imprese, e il livello di produttività complessiva dell'economia. L'obiettivo, quindi, deve essere una società dinamica, che per esistere ha bisogno di una forte cultura imprenditoriale e di un ecosistema di supporto strutturato ed efficiente che ne favorisca lo sviluppo.

Per noi vuol dire ritrovare quello spirito che ha trasformato l'Italia, nel Dopoguerra, in una potenza economica mondiale. Una sfida su cui The European House-Ambrosetti vuole essere in prima linea, con la propria associazione no profit Do One Thing: «È stato fatto un accordo con il Ministero dell'Università e della Ricerca che riguarda i muturandi dell'an-

no accademico 2015-2016: Dot e Miur saranno promotori di un progetto per sostenere la collaborazione tra istruzione scolastica, università, ricerca e il settore imprenditoriale italiano». Si realizzerà diffondendo, attraverso l'azione di una serie di consulenti, il documento e un video che Ambrosetti ha realizzato, con la regia di Andrea Pezzi e che sarà presentato a Cernobbio, sui valori e sugli aspetti chiave dell'essere imprenditore. «Abbiamo realizzato più di 30 patti di famiglia, conosciamo gli elementi distintivi dell'essere imprenditore», dice De Molli, sottolineando la competenza del think tank di cui è alla guida.

«Si sta realizzando il più grande spreco di capitale umano», aggiunge. È quell'oltre 40% di disoccupati giovanili che c'è in Italia; il 24% di Neet, ragazzi che non studiano, non cercano lavoro e non lavorano; quei 3 milioni di giovani che hanno abbandonato la scuola negli ultimi dieci anni. Cultura, ma anche ecosistema: in base ad un'indagine su 43 paesi e il grado di soddisfazione sulle diverse componenti del sistema imprenditoriale, la Silicon Valley risulta ancora un modello globale, mentre l'Europa non riesce a mettere a frutto il suo forte capitale umano per mancanza di adeguati mercati di sbocco e sinergie con le università. In Italia siamo messi ancora peggio, spiega De Molli, sia sull'utilizzo del capitale umano, sia sull'accesso ai finanziamenti e al capitale di rischio, sulle policy e sulla presenza di una cultura antimpresa.

Il documento si conclude con quattro proposte: rendere l'educazione all'imprenditorialità uno dei pilastri del sistema educativo europeo; armonizzare e ridurre i costi e le conseguenze giuridiche del fallimento nella Ue, sul modello del Chapter 11 degli Usa; istituire un concorso per la capitale europea dell'imprenditorialità, così come esiste la Città della cultura; infine avere un visto unico per gli imprenditori stranieri innovativi in Europa, con un progetto di attrattività, rilasciando un numero definito di visti per gli under 35.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



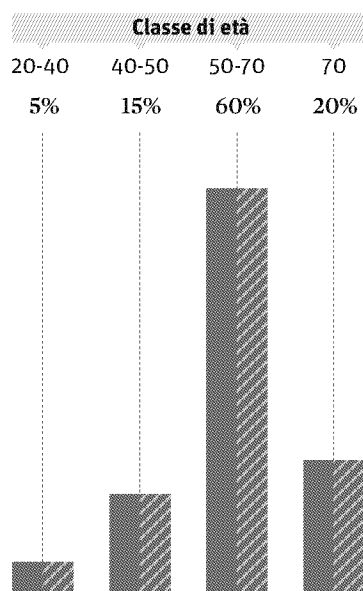
## Il Global Entrepreneurship index 2015

### IL GAP D'IMPRENDITORIALITÀ

Posiz./ Punteggio	Paese
1 (85,0)	Stati Uniti
2 (81,5)	Canada
3 (77,6)	Australia
4 (72,7)	Regno Unito
5 (71,8)	Svezia
6 (71,4)	Danimarca
7 (70,4)	Islanda
8 (69,1)	Taiwan
9 (68,6)	Svizzera
10 (68,1)	Giappone
11 (67,4)	Germania
49 (41,3)	<b>Italia</b>

Fonte: The European House - Ambrosetti

### L'ANAGRAFE DEGLI IMPRENDITORI



Fonte: The European House - Ambrosetti