

Sviluppo. Più preparazione e fondi ad hoc  
la ricetta del numero uno della Cdc di Prato

## Riportare tra i giovani la voglia di fare impresa

di Carlo Longo

**L'**impresa è un progetto di vita: fare impresa non è infatti un modo per trovarsi un'occupazione, ma è qualcosa di più, investe i nostri sogni, le nostre aspettative, ci fa aspirare a qualcosa di grande. Il problema è che a volte si ha l'impressione di affrontare problemi insormontabili, rappresentati da cumuli di burocrazia che si frappongono tra l'imprenditore e la realizzazione del suo sogno. Questa pesantezza scoraggia le nuove iniziative, quelle che devono necessariamente scegliere strade meno battute perché lì sta il loro contenuto innovativo.

Le Camere di commercio si stanno impegnando da anni sulla strada della semplificazione: è proprio dal sistema camerale che è partita la spinta all'informatizzazione delle pratiche. Per il 2011 ci aspetta la grande sfida dello Sportello unico, per avere un unico referente per l'avvio dell'attività, ma l'esperienza maturata con Comunica ci fa immaginare che riusciremo a centrare l'obiettivo. Questo grazie alla collaborazione e alla sussidiarietà con gli altri soggetti, dalle associazioni di categoria agli ordini professionali. Il dialogo resta ancora la migliore modalità per ottenere risultati concreti.

Non so se questo lavoro di svecchiamento delle procedure servirà ad stimolare i giovani a scegliere di diventare imprenditori. So che però a questa loro disaffezione al rischio dovremo trovare una soluzione convincente. Secondo una recente indagine di Unioncamere il numero di imprenditori tra i 18 e i 29 anni dal 2002 al 2010 si è ridotto del 23%; nella fascia di età tra i 30 e i 49 anni si concentra il 49% dei titolari di impresa, mentre ha tra i 50 e i 69 anni il 35% degli imprenditori. Ultrasettantenne il 9,2% del totale, mentre gli under 30 sono solo il 6,3 per cento.

Perché il mestiere di imprenditore non esercita più appeal sui giovani? Innanzitutto credo che sia difficile riuscire ad aprire un'attività, trovare i fondi necessari a finanziare un'idea. Allo stesso tempo è anche vero che in molti casi l'idea im-

prenditoriale è debole. Quindi ci vogliono meno rigidità da parte del mondo del credito, che ha spesso dimenticato come si finanziano le idee, ma ci vuole anche maggiore preparazione nei giovani che si affacciano in questo mondo.

Prato, che per anni è stata una delle province più dinamiche per numero di nuove imprese, è un osservatorio privilegiato per capire quali possono essere i problemi a cui porta un'impresa non ben calibrata. Per stimolare la nascita di nuove attività e per aiutare quelle innovative a emergere, nel corso degli ultimi due anni la Cdc di Prato ha messo in campo una serie di strumenti che vanno dai microfinanziamenti, al fondo rotativo, al microcredito, oltre a alla creazione di bandi per contributi sempre più mirati sulle esigenze delle imprese. Sull'onda della rivoluzione "green" abbiamo avviato una serie di iniziative che abbiamo riunito nel progetto "Prato distretto verde", per valorizzare le potenzialità ecologiche del distretto.

Per una realtà produttiva come la nostra il momento non è semplice, ma ci sono anche opportunità che i distretti del made in Italy devono sapere cogliere. Il futuro sono le reti d'impresa, per poter creare rapporti imprenditoriali stabili e raggiungere nuovi mercati anche accrescendo il livello dei servizi. Dobbiamo fare un salto qualitativo per riuscire ad applicare questo modello anche sui nostri territori; Unioncamere e Confindustria hanno individuato questo percorso come prioritario.

Mentre l'Ue si interroga sull'importanza del manifatturiero e sulle modalità di preservarlo, mettendo fine alla svendita del comparto alla quale abbiamo assistito negli ultimi anni, dobbiamo riscoprire l'orgoglio di essere un Paese che produce. In quest'ottica anche una realtà come Prato può riscuotersi dal torpore della crisi, riscoprendosi avanguardia di nuovi modelli produttivi. E solo una carica positiva potrà farci uscire da questo momento di difficoltà

*Presidente Camera di commercio di Prato  
e vicepresidente Unindustria com. pr.*

