L'intervista. Le anticipazioni di una ricerca universitaria sull'imprenditorialità condotta da Giovanna Dossena

Da grande (non) farò l'imprenditore

«I giovani ritengono che sia un percorso pieno di difficoltà»

Flavio Briatore è la figura dell'imprenditore tipo che hanno in mente molti giovani italiani, bergamaschi o milanesi non fa differenza, quando sognano di scommettere su se stessi e mettersi in proprio. Un'immagine di imprenditore dai contorni vivaci, avventurosi e "pittoreschi", deformata dai media. Assente è anche l'idea della piccola impresa, quella organizzata prevalentemente con il lavoro proprio (dell'imprenditore) e dei componenti della famiglia, per non parlare del "capo" che si sporca le mani e si spacca anche lui la schiena come i suoi dipendenti. Lontana la figura del piccolo imprenditore o dell'artigiano che sfida ogni problematica e accetta di buon grado sacrifici, a partire dalle levatacce per accendere i macchinari del proprio laboratorio o che nel cuore di ogni notte si fa un "giretto" in azienda per controllare che i macchinari funzionino. Sono le anticipazioni di una ricerca dell'Università di Bergamo con il supporto di Aidea - Accademia Italiana di Economia Aziendale - svolta a livello nazionale tramite un questionario distribuito nelle università italiane dal quale emerge "che i giovani - ci spiega Giovanna Dossena, professore di Economia e Gestione delle Imprese all' Università di Bergamo - non sognano di diventare imprenditori, e non lo fanno, perché pensano che sia troppo difficile riuscirci, servano troppi soldi e troppi amici". E non si tratta di spinte, ma di "spintarelle". "E' una quantità d'ipotesi - continua il direttore di Entrepreneurial Lab, il centro di ricerca universitario che opera in collaborazione con il parco tecnologico "Kilometrorosso" - sulle quali tutti dobbiamo lavorare per sradicarle e sgomberare il campo da false credenze.

Dai primi dati della ricerca emerge che la figura dell'imprenditore non è chiara e delineata perché, prima di tutto, manca un riferimento culturale. Si focalizza l'attenzione sul manager e quando si parla d'impresa il pensiero corre a realtà già costituite e avviate, non alla possibilità di costruire qualcosa partendo da zero".

Nella nostra provincia, per un'aspirante imprenditore, conta più avere dei soldi o buone idee?

«I soldi senza le idee non fanno l'impresa, ma un'idea senza i soldi si, purché l'aspirante imprenditore individui i canali di finanziamento più idonei ad erogare finanziamenti, compatibili con la tipologia di impresa/prodotto che l'idea sorregge. Non c'è nulla di più inutile che perdere tempo bussando alle porte sbagliate. Quando si accende un'idea imprenditoriale ci si deve concentrare sui modi idonei per renderla valida agli interlocutori adeguati. Bergamo si caratterizza per una diffusa capacità imprenditoriale che spazia dall'artigianato all'industria, dal piccolo commerciante alla grande distribuzione. E' un valore immateriale che conferisce al territorio una potenzialità importante: un humus per lo spirito ed il talento imprenditoriale, una precondizione importante grazie ad esempi e modelli di successo».

> **«I soldi senza le idee non fanno l'impresa, ma un'idea senza i soldi si, purché l'aspirante imprenditore individui i canali di finanziamento più idonei»**

Ma perché non tutte le idee diventano impresa?

«I motivi sono molti e molteplici. Non diventa impresa perché spesso, l'aspirante imprenditore, non pensa in termini imprenditoriali. Un inventore di per sé non è un imprenditore e allora, prima di un finanziatore, deve cercare qualcuno che lo aiuti a portare la sua invenzione sul mercato. Qualcuno pensa in termini di impresa ma non ne conosce la fisiologia e capita che spesso non si strutturi o non protegga adeguatamente la sua idea. Ci sono casi in cui non si sa rappresentare il trovato e le sue implicazioni economiche, prerequisito indispensabile per coinvolgere un finanziatore, e altri in cui non si ha la credibilità per rappresentare la propria idea e, in questo caso, si deve trovare prima un assessment e poi un finanziatore».

Da disoccupati a imprenditori: è una frase che spesso sentiamo circolare. Secondo lei questo non corre il rischio di essere solo uno slogan?

«L'imprenditore non è un ruolo di ripiego ma è il risultato di un talento che si esplicita in un'iniziativa con una valenza economica. Certo, a volte il bisogno aguzza l'ingegno».

Il tessuto bergamasco è costituito da Pmi e micro imprese, realtà, il più delle volte, a carattere familiare con giovani chiamati a prendere le redini di quanto è stato costruito dai padri o dai nonni nel corso degli anni. La capacità di guidare un'azienda si eredita, si possono ereditare talento e fiuto per gli affari?

«Probabilmente ci sono componenti innate, perciò genetiche, che si possono ereditare: la salute, la forza fisica, l'aspetto e una qualche attitudine comportamentale. Altre si traggono dagli esempi della vita vissuta, dall'esperienza quotidiana e in questo caso, nascere in famiglie di imprenditori rappresenta un vantaggio. Ma niente di tutto questo, però, è condizione sufficiente. Essere imprenditore è sempre più legato ad una volontà esplicita, alla cultura, alla ricettività dell'ambiente circostante e alla conoscenza delle tecniche di gestione dell'impresa».

Rimane sempre il problema del passaggio generazionale.

«Quando l'impresa si sviluppa ci vuole un imprenditore che sappia essere manager (in un recente convegno internazionale sull'imprenditorialità che ho promosso all'università di Bergamo ho parlato di imprager). Quando l'impresa è più strutturata ci vuole un manager imprenditore (mapreneur). I figli di imprenditori possono essere o non essere adatti all'impresa, ma lo stesso vale per la generazione di imprenditori che li ha preceduti. Non tutti sono in grado di assecondare le esigenze di sviluppo delle imprese che hanno generato perché si tratta di evolvere con loro. Una volta generata l'impresa è una persona a sé, con proprie esigenze, obbiettivi, con fattori fisiologici e patologici che vanno capiti e seguiti».

Il contesto lombardo presenta il più alto tasso di dinamismo imprenditoriale in Europa e la politica regionale ha deciso di investire sulla nascita e lo sviluppo di nuova imprenditorialità. Come giudica il progetto "START" che, tra l'altro, prevede un contributo a fondo perduto "determinante" per decidere la sfida del mercato?

«E' un progetto che punta molto sull'imprenditoria giovanile e cerca di colmare alcune condizioni di svantaggio che possono rappresentare elementi di ostacolo allo sviluppo della stessa. Poi tutto si gioca sulla capacità/possibilità di selezionare le iniziative capaci di diventare impresa in modo duraturo e di generare un indotto positivo piuttosto che di allocare contributi che danno solo pro tempore l'illusione di un'occupazione».

Quali sono i maggiori rischi ed ostacoli che l'aspirante imprenditore deve affrontare in questo periodo di crisi?

> **«Servono troppi soldi e tante idee, per questo le nuove generazioni sono spaventate all'idea di aprire un'azienda o un'attività»**

«Nella storia economica, i periodi di crisi rappresentano i momenti nei quale si esprimono i migliori sforzi di razionalizzazione, investimento e ricerca di vie di reazione anche se le risorse finanziarie sono meno accessibili ed il mercato, nella sua totalità, diventa più selettivo. Credo che la chiave sia: focalizzazione, impegno, determinazione, ambizione e desiderio di successo meditati alla luce di un grande senso della realtà e capacità di valutare. Il mercato non ha mai ucciso una buona impresa».

Lei è direttrice di "Entepreneurial Lab", il centro di ricerca sull'imprenditorialità dell'Università degli Studi di Bergamo. Un primo bilancio a poco più di due anni dalla sua nascita.

«L'enterpreneurial lab si propone di diffondere la cultura imprenditoriale nel pubblico e tra i giovani, in particolare, favorendo la percezione del ruolo dell'impresa e della figura dell'imprenditore, perché la cultura imprenditoriale è il background necessario a favorire la propensione imprenditoriale. Per questi motivi cerchiamo molte sinergie sul territorio, soprattutto con le istituzioni - come ad esempio il kilometrorosso, gli ordini e le associazioni professionali -, che operano come veri e propri concentratori di imprenditorialità».

Nella nostra provincia come nascono la maggior parte delle nuove esperienze imprenditoriali?

«Direi per lo più dalla pratica e dall'esperienza di lavoro».

A Bergamo c'è un'adeguata cultura imprenditoriale o manca una cultura che favorisca l'imprenditorialità?

«A Bergamo gli imprenditori parlano spesso dell'esistenza di una diffusa "cultura del fare" che connota persone e territorio. Sicuramente hanno ragione perché questo rappresenta un fattore di successo per la nascita e la diffusione delle imprese, ma credo che ad essa si debba affiancare una vera e propria "cultura dell'impresa" affinché le imprese che nascono possano svilupparsi secondo percorsi fisiologici ed efficaci nell'interesse di tutta la società».

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato