

Analisi/Che cosa è cambiato dal crollo delle economie del 2008

Imprenditori, non basta più essere capitani coraggiosi (e solitari)



Sociologo
Daniele
Marini, direttore scientifico di Community media research, è docente di sociologia a Padova

Il capitano coraggioso che guida solitario la propria impresa non va più. D'altra parte, «saper comandare» è scivolata in fondo alla classifica delle abilità più importanti da possedere, insieme al «saper decidere da solo». Non è questo, infatti, che conta oggi per fare impresa. Ciò che è importante è saper innovare e saper lavorare in squadra. Due caratteristiche che contano ben di più anche della capacità di rischiare che prima del 2008 era al primo posto assoluto.

Le competenze

«Imprenditori prima e dopo la crisi» è l'ultima ricerca prodotta da Daniele Marini, direttore scientifico di Community media research, per il Centro studi di Confindustria. L'analisi mette in evidenza cosa è cambiato a quasi otto anni dall'anno-spartiacque, il 2008. «Prima — sottolinea Marini — la capacità di rischiare costituiva l'abilità maggiormente necessaria, soprattutto presso la componente maschile, le persone con un basso livello di studi, quelle operanti nell'industria e residenti al Nord. Dopo il 2008 gli skill richiesti per condurre un'impresa mutano disegno: l'innovazione diventa l'imperativo categorico che polarizza i consensi degli imprenditori, in particolare fra i 50-64enni, chi ha un titolo di studio medio-alto, opera nell'industria, risiede nel Nordest ed è un neo-imprenditore. Ma oltre l'innovazione — continua — ci sono almeno altri due fattori che assumono un maggiore rilievo rispetto a prima: il lavoro di squadra e la capacità di valorizzare i lavoratori». Confrontando le due classifiche del prima e del dopo «risalta immediatamente come le caratteristiche di una guida "leadership-manageriale" paiono aver preso il sopravvento o siano giudicate le più adeguate per guidare un'impresa in una realtà complessa e globalizzata».

Non è l'unico cambiamento. Gli imprenditori sanno di dover avere conoscenze diverse dal passato. E, allora, ecco che il processo e il prodotto restano importanti ma

non rappresentano più la conoscenza per eccellenza, quella per la quale votava quasi il 40% di chi faceva impresa prima della crisi. Oggi al primo posto c'è la cura della relazione con il cliente, diventato il mantra di questi ultimi anni. Guardando la classifica va, però, sottolineata l'ascesa della conoscenza di come si gestisce la comunicazione di un brand: nel 2008 era all'ultimo posto e solo il 4,2% degli imprenditori intervistati la riteneva una conoscenza importante; oggi è al quarto posto ed è fondamentale per l'11% delle persone interpellate. L'Italia è patria di tante piccole e medie imprese produttrici di un prodotto eccellente ma senza una identità di brand, pensiamo alla gioielleria o alla pelletteria che hanno intrapreso questo percorso di «brandizzazione» in epoca molto recente (grandi marchi esclusi).

Il ceto medio

Infine, un ultimo spunto: la voglia di imprenditorialità sembra diminuire. Se si guarda chi sono i neo-imprenditori giovani si vede che tra di loro è alta la percentuale di chi l'impresa l'ha ereditata. «Più che diminuita la voglia, direi che sono le condizioni complessive a rendere più complicato di un tempo avviare una impresa — risponde Marini —. Soprattutto, riesce chi apre nel terziario». Tra i non eredi a farla la padrone sono uomini e donne che si mettono a fare impresa «dopo aver attraversato altre condizioni professionali. Di questi — segnala lo studio — la parte prevalente proviene dalla schiera dei lavoratori dipendenti, fra i quali chi svolgeva una mansione di natura impiegatizia (impiegato, tecnico, insegnante o dirigente) costituisce la quota preminente (50,8%), seguita da quella di chi aveva un'attività liberale». Insomma, a diventare neo-imprenditore è in primo luogo il ceto medio professionale. Ma non perché espulso dai processi produttivi, come si potrebbe pensare. Bensì, nell'ordine, per mettere a frutto le proprie idee, per essere autonomo e per migliorare il proprio status.

M. S. S.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

