IMPRENDITORI SI DIVENTA
Cento nuove imprese nel Piemonte degli anni '90: i protagonisti

In diversi paesi sviluppati ci si interroga da tempo su come riavviare nuovi processi di crescita nella aree a declino industriale. Essendo meno rilevante rispetto al passato il ruolo di traino delle grandi imprese e la possibilità di attrarre investimenti dall'estero, produrre nuove risorse imprenditoriali diventa strategico. Attraverso un'indagine diretta in Piemonte presso cento nuovi imprenditori degli anni '90, si cerca di chiarire quali possano essere i soggetti imprenditoriali con maggiori possibilità di successo e come gli operatori pubblici e privati possano agevolare la nascita ed il consolidamento di nuove imprese.

Il modello imprenditoriale piemontese è storicamente segnato da un paradosso. Si tratta di una regione di grandi imprese e piccoli imprenditori dove, all'ombra delle grandi aziende dominanti, si è creato un vasto tessuto di piccole aziende il cui profilo presenta sovente specifici tratti di debolezza e fragilità.

Al di là della domanda se sia la presenza della grande impresa ad aver esercitato un vincolo ad una più rigogliosa crescita, la ricerca teorica ha cercato di chiarire i fattori chiave alla base della più recente diffusione delle piccole imprese. Schematizzando al massimo, il dibattito internazionale ha indicato tra i principali fattori il mutamento qualitativo della domanda di beni, le trasformazioni tecnologiche e i nuovi prodotti da esse generati e, infine, la crisi occupazionale da cui deriverebbe una significativa spinta ad intraprendere attività autonome. Dal punto di vista spaziale del fenomeno i processi di generazione di nuove imprese sembrerebbero svilupparsi in misura decrescente nei seguenti quattro tipi di regioni:
i centri metropolitani maggiori a struttura diversificata;
i distretti tecnologici extraurbani;
le aree rurali a basso livello di reddito;
le regioni urbano-industriali in declino.

Diversi studi empirici hanno preferito imboccare una strada diversa concentrandosi non tanto sulla nascita, la distribuzione settoriale e la localizzazione spaziale delle nuove imprese, ma sul problema dell'offerta del fattore imprenditoriale. In sostanza, rispetto alle tradizionali interpretazioni che sottolineano l'importanza dei fattori strutturali di localizzazione, si mettono ora in rilievo le condizioni sociali e culturali e quelle organizzative dell'attività economica in grado di produrre maggiore offerta di imprenditori. In sintesi le risultanze della ricerca empirica preferiscono indicare tra gli ambienti maggiormente favorevoli all'insediamento dell'imprenditore le aree e i settori di piccole imprese; le località dove la funzione o il ruolo dell'imprenditorie godono di un maggiore "riconoscimento" sul piano sociale e culturale, e, anche se con minore unanimità, luoghi e settori dove si manifestano difficoltà per l'occupazione.

Chi sono i nuovi imprenditori piemontesi

Muovendosi nel solco della ricerca empirica sul tema, l'indagine dell'IRES ha tratteggiato il profilo di individui che negli anni recenti in Piemonte hanno scelto la strada dell'intrapresa. I risultati hanno confermato la rilevanza dei fattori soggettivi d'esperienza e di cultura nell'influenzare l'azione dei neo-imprenditori e hanno posto in luce i legami tra caratteristiche imprenditoriali e probabilità di successo delle nuove imprese.