

in proprio tutte le attività che precedono la costituzione dell'impresa fino, nel primo caso, a "selezionare" l'imprenditore stesso. Ribadita la sostanziale diversità e la possibile complementarità tra le motivazioni del soggetto promotore e quelle dell'imprenditore occorre tornare alla fig. 1, in cui sono in sintesi identificate tre modalità di costituzione di nuove imprese: quella caratterizzata da *iniziative di job creation*, quella conseguente a *razionalizzazioni strategico-organizzative di imprese già operanti* e quella per *imprenditorialità diretta*.

Per job creation si intende qui l'attività di produzione o acquisto ed erogazione, da parte di diversi possibili soggetti promotori, di servizi finanziari e/o reali e/o formativi necessari a supportare la costituzione e il funzionamento di nuove imprese, nell'intendimento primario di fornire opportunità di occupazione stabile.

Questa definizione risulta essere alternativa al significato invalso in Europa nel corso degli anni '70 e che etichettava come job creation qualsiasi intervento a sostegno dell'occupazione. In questo secondo caso, infatti, sarebbe lecito considerare iniziativa di job creation, cioè di creazione di posti di lavoro, anche il percorso di crescita dimensionale interna di una qualsiasi impresa che veda così aumentare il numero dei propri occupati. Non si ritiene centrale rispetto alle finalità di questo articolo approfondire la costituzione di imprese mediante imprenditorialità diretta.

Nonostante, infatti, questa sia la modalità di gran lunga prevalente attraverso la quale nuove imprese iniziano a operare, questo approfondimento potrebbe riguardare esclusivamente lo studio delle motivazioni personali che portano alcune persone a fondare imprese spesso dopo precedenti e diversificate esperienze di lavoro. Si tratta di un obiettivo che ha già stimolato molti e qualificati contributi, soprattutto in campo socio-psicologico; i più importanti tra questi sono stati recentemente ripresi e analizzati al fine di proporre una sintesi ragionata a cui si rinvia¹.

Alcune riflessioni merita sin d'ora la costituzione di nuove imprese conseguente a processi di razionalizzazione strategico-organiz-

zativa. Sovente le imprese nel proprio processo di sviluppo, non sempre caratterizzate da crescita dimensionale, rivedono la formula imprenditoriale² su cui hanno per mesi o per anni fondato la loro attività. Sempre più frequentemente questa revisione interessa la ridefinizione dei confini dell'azienda: la combinazione "prodotto-mercato" in essere rimane inalterata per il consumatore finale, ma subisce notevoli cambiamenti il processo di realizzazione con un più ampio, o ridotto, a seconda dei casi, ricorso al contributo di altre aziende, più o meno regolato da contratti formali e protratto nel tempo. Questo processo di esternalizzazione di attività diversamente produttive può riguardare, d'altra parte, anche l'ingresso in nuovi settori, o una diversificazione di prodotto, attuato totalmente o in parte all'esterno dell'azienda il cui soggetto economico ha maturato questa decisione.

Questi cambiamenti non costituiscono esclusivamente un'azione di politica sindacale e fiscale, come nel caso del decentramento produttivo caratteristico degli anni '70: molti sono anche i contenuti positivi e direttamente imprenditoriali come, ad esempio, l'obiettivo di agevolare il processo di successione con la costituzione di gruppi di imprese, vere e proprie holding di minori dimensioni, oppure quello di recuperare efficienza e al tempo stesso migliorare la qualità complessiva di prodotti e servizi acquisendo sul mercato componenti o servizi precedentemente prodotti all'interno dell'azienda. Conseguentemente la gestione dei confini aziendali assume uno spessore sempre più strategico e, nel caso di imprese di minori dimensioni, imprenditoriale. La riprova di quanto appena affermato la si ha confrontando aziende operanti nello stesso settore, ma in segmenti qualitativi differenti: spesso dietro prodotti/servizi di qualità ci sono attività di ricerca, progettazione, design, controllo della qualità, ed eventualmente promozione, internalizzate dall'azienda a costituire "core technology", mentre tutte le altre attività a minor valore aggiunto e a minor rischio imprenditoriale sono realizzate all'esterno. Diversamente, l'altra azienda, quella che agisce in un segmento di minore qualità, tendenzialmente sarà a ciclo inte-

Tre modalità di costituzione di nuove imprese: job creation, razionalizzazioni, imprenditorialità diretta.