

LA SFIDA DI CONFCOMMERCIO PER RISOLLEVARE L'ECONOMIA POST PANDEMIA È RACCHIUSA NEL PROGETTO "VALORE"

Il declino delle giovani imprese lucane: dopo 5 anni su 100 salve solo il 68%

In Confcommercio nasce il progetto "Valore" dedicato alle giovani imprese del terziario italiano che si trovano oggi ad affrontare uno scenario nuovo e inatteso che porta con sé tutta una serie di interrogativi a cui rispondere: qual è, oggi, lo scopo della mia azienda? Quale il vantaggio competitivo su cui puntare? Come e con chi decido di investire in una strategia di ripresa dentro questo nuovo assetto di mercato?

«Siamo convinti che per gli imprenditori, in questa fase così delicata per l'economia post pandemia, riuscire a dare le risposte giuste a queste domande farà la differenza» commenta Andrea Colzani, presidente di Confcommercio Giovani. «Le imprese da sole potrebbero non farcela così abbiamo ritenuto importante cercare di offrire un percorso formativo al fianco di importanti professionisti che si sono affermati nei settori strategici per lo sviluppo di impresa, e soprattutto in un contesto associativo come è il nostro di Confcommercio con una grande storia. Essere Giovani Imprenditori per noi significa da sempre supportare l'innovazione, promuovere la formazione e contribuire alla collaborazione, nel mercato e nella società».

La situazione delle imprese giovanili in Basilicata con l'emergenza sanitaria è diventata più complessa rispetto alla fase pre-Covid quando in media ogni trimestre si iscrivevano alla Camera di commercio 150-160 nuove imprese giovanili della provincia di Potenza e 110-120 della provincia di Matera. Le aperture di nuove attività – innanzitutto bar e negozi di abbigliamento – da qualche settimana a parere di Confcommercio non bastano a fugare le preoccupazioni per l'autunno e per il 2021, tanto più che di 100 imprese giovanili nate nel 2011, a 3 anni, ne sono sopravvissute il 77%, e a 5 anni il 68%.

«Un fenomeno – quello del turnover tra matricole e cancellazioni – che ha necessità di approfondi-

menti - commenta Fausto De Mare, presidente Confcommercio Potenza - per individuare tutte le azioni e misure che la Camera di Commercio Basilicata può mettere in campo per garantire "lunga vita alle imprese". Ai giovani piace ancora fare impresa anche se crescono le difficoltà. Ma quando riescono a superare la fase di avvio, i giovani "under 35" sono più resistenti rispetto agli altri imprenditori».

C'è poi la tendenza ad andare via: in media più di 1 giovane imprenditore del Sud su 10 si è mosso al Centro-Nord per dare vita alla propria iniziativa di business, totale sono 41 mila. Molise (22,8%), Calabria (21,6%) e Basilicata (19,7%) sono le regioni con maggiore mobilità di imprenditori under 35 verso altre regioni d'Italia, a volte anche in aree limitrofe. L'Abruzzo (4%) è la prima destinazione degli imprenditori under 35 molisani, la Lombardia (6,7%) di quelli calabresi, la Puglia (2,9%) di quelli lucani. Meno propensi a spostarsi per dare vita alla propria idea imprenditoriale, i giovani nati al Centro (6,5%) o al Nord Italia (Nord-Est 6,5% e Nord-Ovest 6,7%).

«I giovani hanno una grande voglia di contribuire all'imprenditorialità, alla crescita e all'innovazione collettiva, e nel mondo rappresentato da Confcommercio questo è ancora più eclatante: turismo, servizi, commercio sono settori ricchi di opportunità» osserva Andrea Colzani, presidente dei Giovani Imprenditori di Confcommercio. «La potenzialità dell'imprenditore – aggiunge De Mare - rischia però di essere soffocata oltre che dagli effetti pandemia da un sistema Paese che non va alla giusta velocità ma anche dalla carenza di know-how individuale. La percentuale di chi pensa di avere competenze e conoscenze per avviare un'impresa è più bassa degli altri grandi Paesi europei (30%) e i giovani imprenditori più formati sono anche quelli che hanno più fiducia nel futuro».



