



Cna, azione per nuove imprese e ricambio generazionale

**TRASMETTERE SAPER FARE, OFFRIRE OCCASIONI DI LAVORO,
RIGENERARE L'ARTIGIANATO DEL TERRITORIO**

***L'IMPEGNO DELLA CNA PICENA PER L'IMPRESA GIOVANILE E IL
PASSAGGIO GENERAZIONALE***

Nel Piceno il 62,5 per cento dei titolari d'impresa sono considerati imprenditori maturi, ovvero con un'età superiore a 50 anni. Di questi ben il 23,3 per cento sono over 65 anni. Per contro solo l'8,5 per cento degli imprenditori ha meno di 34 anni. La provincia Picena supera la media regionale di poco, per quanto riguarda gli imprenditori maturi, che nelle Marche si attesta al 60,5 per cento del totale.

Negli ultimi 30 anni l'incidenza delle imprese individuali è rimasto sostanzialmente stabile, intorno al 20 per cento del totale. Ciò che, invece, manifesta un cambiamento di considerevoli dimensioni è proprio l'incidenza – nel panorama della nascita di imprese individuali – dell'imprenditoria giovanile. Nel 1990 solo lo 0,7 per cento delle neoimprese aveva come titolare un giovane, nel 2019 questa percentuale è salita al 38 per cento.

Età imprenditori Ditte Individuali	AN	AP	FM	MC	PU	MARCHE
15-24 ANNI	246	95	100	210	171	822

25-34 ANNI	2071	1081	975	2178	1481	7786
35-49 ANNI	8632	4034	3794	7388	6917	30765
50-64 ANNI	10334	5456	5090	8807	8924	38611
65 ANNI E OLTRE	5473	3248	2825	5715	4549	21810
TOTALE	26756	13914	12784	24298	22042	99794
	Quote %					
Età imprenditori Ditte Individuali	AN	AP	FM	MC	PU	MARCHE
15-24 ANNI	0,9	0,7	0,8	0,9	0,8	0,8
25-34 ANNI	7,7	7,8	7,6	9,0	6,7	7,8
35-49 ANNI	32,3	29,0	29,7	30,4	31,4	30,8
50-64 ANNI	38,6	39,2	39,8	36,2	40,5	38,7
65 ANNI E OLTRE	20,5	23,3	22,1	23,5	20,6	21,9
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
% imprenditori individuali in età matura (50 anni e oltre)	59,1	62,6	61,9	59,8	61,1	60,5

Le imprese più “gettonate” dai giovani. Anche nel 2019 il Piceno si conferma, in percentuale, la provincia con il più alto tasso di start-up. Un’incubatrice di nuove imprese che, riassumendo, evidenzia questa classifica. Turismo: 24,2% del totale delle imprese giovanili; Commercio: 23,5% con preponderanza di settori di produzione artistica, tipica e agroalimentare intesa come filiera completa; produzione e commercializzazione dei prodotti 18,4; Servizi, con preponderanza di quelli cosiddetti “avanzati”, ovvero legati all’informatica e al marketing aziendale.

	distribuzione	imprenditori giovani
--	----------------------	---------------------------------

prima del 1970	0,7	0,0
1970-1979	2,7	0,0
1980-1989	7,5	0,0
1990-1999	20,6	0,7
2000-2004	9,8	5,9
2005-2009	20,4	18,3
2010-2014	19,1	37,0
2015-2019	19,2	38,0
totale	100,0	100,0

“Il Tema del passaggio Generazionale nel contesto Cna come Associazione delle Piccole e Medie Imprese – spiega Francesco Balloni, direttore della Cna di Ascoli – è un tema centrale che accompagna l’attività associativa in più fasi e sicuramente che ci accompagna costantemente nel tempo. Partiamo da alcuni dati chiari e semplici; nel Piceno il 95,12% delle imprese ha meno di 50 dipendenti e oltre l’80% di esse sono dei settori Agricoltura Industria Artigianato commercio e servizi. Importante è tener sempre d’occhio come cambiano le dinamiche delle imprese e come cambia e si evolve il modo di svolgere il ruolo dell’imprenditore.

Su questi numeri – è la posizione della Cna Picena – vanno aperte delle riflessioni; a) settori che hanno seriamente difficoltà a creare ricambio generazionale per motivi di genere (falegnamerie ma in generale imprese di produzione valide riconosciute ed affermate, che non hanno seguito) b) scarsa capacità negli anni di delegare senza creare adeguata formazione per creare condizioni di ricambio c) Pericolosità di delegare con facilità (casi meno frequenti nelle piccole e medie imprese) condizioni che si vengono a creare difficili sul piano gestionale.

“Questo complesso di dati – aggiunge Luigi Passaretti, presidente della Cna di Ascoli Piceno – fa capire che ad oggi è servita e servirà molta formazione per proseguire nel

raggiungimento di obiettivi sempre più complessi e nello stesso tempo di essere al passo coi tempi con i mutamenti che il tempo richiede anche per le stesse Associazioni. Oggi la disoccupazione dilagante ha creato molte società o neo imprese. La dinamica che è cambiata è che appunto l'improvvisazione non può essere perseguita, pertanto vale la logica, che a fronte di un progetto, una mission ed un vision chiara sono nelle condizioni di poter avviare un'azienda e fare degli investimenti".

IN PILLOLE LA POSIZIONE E LA PROGETTUALITA' DELLA CNA PICENA PER IL FUTURO, I GIOVANI E IL RICAMBIO GENERAZIONALE

Aspetti positivi. Bottega scuola 6 su 10 dopo un'analisi meritocratica del giovane intendono mantenere rapporto stabile e a riguardo può nascere anche sviluppo proprio per ricambio generazionale con giovane che da neo entrato arriva a rilevare attività a chi lo ha formato e magari vicino a lasciare.

Nuovi Strumenti. Passaggio generazionale comporta soprattutto in momenti come questo di post pandemia e cambiamento, una variazione di processi aziendali che sicuramente saranno apportati e incentrati in maniera forte su utilizzo di nuovi strumenti, a tal proposito l'essere all'avanguardia con determinati strumenti tecnologici e innovativi vanno a ridurre tempo lavoro, stimolare rapporto cliente e fornitore e consente maggiore dinamicità.

Meno Burocrazia. Per avviare attività ci sono passaggi ancora troppo farraginosi; al semplice click come paventato in questi ultimi anni corrispondono ancora troppi fogli di carta.

Migliori collegamenti anche attraverso piattaforme per ridurre le distanze e incrementare le vendite online. Puntando fortemente così ad un internazionalizzazione che può vedere ancora e forse ancor di più post pandemia il Made in Italy protagonista.

Creare maggiori sinergie e rapporti di mercato tra territori.

Questo per proporre e valorizzare meglio i nostri luoghi, in senso globale tale per cui ne potranno beneficiare ristorazione ricettività ma in particolare tutto l'indotto del turismo.

Continuare ad incentivare anche attraverso bandi che pongono condizioni di aiuto. Servirà alle imprese per aiutarle a strutturarsi o a perseguire l'obiettivo della Rete di Impresa e la completezza di filiera.

CONTRATTI DI FILIERA E CREDITO DI FILIERA

“Da qualche anno a questa parte si parla di Reti di Imprese, Associazioni temporanee di impresa, Associazioni temporanee di scopo – conclude il direttore Cna, Francesco Balloni – e questi oggi sono percorsi non più rinviabili. Veniamo da una crisi che non è legata solo al Covid-19 ma la derivazione delle difficoltà nate nel 2008, fa sì che le difficoltà inasprite negli anni non consentono più oggi di continuare a fare o meglio a produrre sempre lo stesso prodotto. Il Detto 'è stato sempre fatto così' oggi non è più valido, così facendo anche attraverso produzioni di qualità elevata ci si è trovati di fronte ad una difficoltà di forniture proprio perché mentalità particolarmente conservatrici non hanno consentito alcuni processi e la realizzazione di alcuni progetti nei tempi giusti e oggi i risultati potevano comunque essere migliori. Per questo per alcuni percorsi è fondamentale che si intraprenda il concetto di 'Contratto di filiera'. Creare Filiere per aggredire il Mercato Mondiale. Chi Può farlo? Molti dei Piccoli che possono preservare delle Maestranze e delle Qualità talvolta uniche. Con il credito di filiera le micro e piccole imprese che creano eccellenza possono trovare percorsi validi per il credito, per la sua gestione e la garanzia che sia gestito in modo appropriato per le dimensioni delle aziende associate”.