

Il talento dei giovani



Sostenere le pmi e gli «invisibili», come li chiama Dario Di Vico.

Sei milioni di soggetti fra microimprese, giovani, liberi professionisti e atipici, che hanno contribuito alla crescita del Paese. E che ora, di fronte alla crisi, non vogliono assistenzialismo ma un aiuto a ripartire

Che cos'hanno in comune una Direttiva europea e un libro scritto da una grande firma del «Corriere della Sera»? Molto, quando la direttiva in questione è quella sullo «Small Business Act» e il libro «Piccoli. La pancia del Paese» firmato da Dario Di Vico per Marsilio editore.

La Commissione europea ha emanato nel giugno 2008 lo «Small Business Act» per l'Europa (Sba), che si applica alle imprese indipendenti con meno di 250 addetti (il 99 per cento del totale) e persegue essenzialmente le finalità di «creare condizioni di concorrenza paritarie per le pmi e migliorare il contesto giuridico e amministrativo nella Ue» e individuare «nuove proposte legislative ispirate al principio "pensare anzitutto in piccolo"».

È una buona notizia il recepimento in tempi rapidi da parte del governo italiano di questa Direttiva: il nostro Paese è stato fra i primi nella Ue ad averlo fatto. All'interno di un universo di pmi nella Ue a Ventisette costituito, a fine 2007, da oltre 20 milioni di imprese (i corrispondenti valori per Usa e Giappone si fermano, rispettivamente, a 14,7 e 4,7 milioni), l'Italia ne conta infatti oltre 3,6 milioni, il record europeo. Il nostro Paese, rispetto ai suoi principali partner comunitari, presenta una netta prevalenza di imprese con meno di dieci addetti: sono micro il 94,6 per cento delle imprese, danno lavoro al 47,1 per cento degli occupati e generano il 31,8 per cento del valore aggiunto. Nel complesso, come si desume dai dati della Commissione europea, abbiamo circa 65 pmi per 1.000 abitanti, cifra che «è sostanzialmente al di sopra della media Ue pari a circa 40» (20 pmi in Germania, 26 nel Regno Unito, 36 in Francia). D'altro canto, rispetto agli altri Paesi l'Italia è sotto-rappresentata nelle altre classi dimensionali: le piccole imprese (quelle fra 11 e 50 addetti), le medie (fra 51 e 250) e ovviamente le grandi (oltre 250).

Qui si innesta il nuovo bel libro di Dario Di Vico. Il soggetto col-



La parola d'ordine è «ripartire» perché di questo le nuove generazioni hanno un disperato bisogno

lettivo dell'indagine sono sì i piccoli imprenditori e gli artigiani ma, più in generale, anche coloro che Di Vico chiama gli «invisibili» e i giovani della «generazione pro.pro»: produttori, liberi professionisti senza-lo-studio-di-papà, tecnici del terziario, atipici in genere. Parliamo, nel complesso, di oltre sei milioni di attività iscritte alla Camera di commercio (di cui più della metà ditte individuali), che salgono a 8,8 milioni se si considerano le partite Iva. Che sono state colpite duramente dalla crisi, nonostante rappresentino un grande giacimento di «saper» e di «saper fare» che sarebbe un autentico delitto disperdere. Ciò che rattrista è che molti dei giovani che oggi affrontano la mancanza di opportunità hanno buoni e, sovente, ottimi studi alle spalle. E i talenti, come sappiamo, vanno coltivati.

C'è un tempo per ripartire: e di un tempo così hanno un disperato bisogno soprattutto i giovani. Anche dalle nostre parti, se non vogliamo sprecare un'intera generazione. Guai a cullarsi sugli allori, ossia sulla ricchezza e il livello tecnologico raggiunti da regioni come l'Emilia-Romagna, il Tri-
veneto o la Toscana. Dopo gli sconquassi dell'ultimo biennio, i «piccoli», argomenta Di Vico, rivendicano «l'individuazione del giusto mix tra mercato e tutele», e non certo l'avvio di una «sorta di assistenzialismo del terzo millennio». È, già di per sé, una giusta indicazione di policy, cui possiamo aggiungere un'altra riguardante le imprese: le aziende sono fatte per crescere. Un Paese, come l'Italia, a forte base manifatturiera e con una spiccata vocazione all'export (e Modena ne sa qualcosa), deve considerare la crescita dimensionale di parte delle sue pmi come un obiettivo strategico. Gli investimenti richiesti dalle nuove tecnologie in conoscenza, ricerca e sviluppo e capitale umano, così come quelli necessari per spingersi sui nuovi mercati, sono costosi e rischiosi. Ben vengano dunque fusioni, acquisizioni e «reti d'impresa».