



CAMERA DI COMMERCIO,
INDUSTRIA, ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA DI BOLZANO

AL SERVIZIO DELL'ECONOMIA

Bolzano - 2014/1

L'IMPRENDITORIA VISTA DAI GIOVANI



IRE
ISTITUTO DI RICERCA ECONOMICA

Coordinamento e gestione del progetto

Georg Lun

Autori

Anna Untertrifaller

Luciano Partacini

Consulenza scientifica

Gottfried Tappeiner

Collaboratrice

Carmen Delmonego

Direttore Responsabile: dott. Alfred Aberer

Autorizzazione del Tribunale di Bolzano con decreto n. 3/99

Pubblicato nel mese di marzo 2014

Riproduzione e diffusione - anche parziale -

autorizzata soltanto con la citazione della fonte (titolo e edizione).

Per chiarimenti e informazioni:



CAMERA DI COMMERCIO,
INDUSTRIA, ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA DI BOLZANO



ISTITUTO DI RICERCA ECONOMICA

I-39100 Bolzano, via Alto Adige 60
tel. 0471 945706, fax 0471 945712
e-mail: wifo@camcom.bz.it
www.camcom.bz.it/ire

L'importanza di un'immagine positiva dell'imprenditoria

L'opinione che i giovani hanno dell'imprenditoria è molto importante per il futuro dell'economia e della società in generale. Per questo motivo l'IRE - Istituto di ricerca economica della Camera di commercio di Bolzano ha condotto un sondaggio su questo tema nelle scuole secondarie di secondo grado e nelle scuole professionali dell'Alto Adige.

Cosa pensano i giovani altoatesini degli imprenditori e delle imprenditrici? Si sentono adatti a svolgere un'attività autonoma? Desiderano dare vita ad una propria impresa? Queste sono solo alcune delle domande cui l'IRE ha cercato di dare risposta con il presente studio.

Dai risultati emerge che i giovani nutrono un atteggiamento positivo nei confronti della classe imprenditoriale e della possibilità di svolgere a propria volta la professione di imprenditore o imprenditrice. Ciò induce a essere fiduciosi sul futuro del partenariato sociale e dello sviluppo economico in Alto Adige. Per rafforzare il potenziale imprenditoriale è importante stimolare i giovani a pensare come imprenditori. La Camera di commercio di Bolzano si impegna in tal senso con varie iniziative, come ad esempio il servizio "Scuola-Economia".



On. Michl Ebner
Presidente della Camera
di commercio di Bolzano

A handwritten signature in blue ink, which appears to read "Michl Ebner". The signature is fluid and cursive.

L'imprenditoria vista dai giovani

Sintesi

Il presente studio analizza l'immagine che i giovani hanno degli imprenditori e il loro "potenziale imprenditoriale". Ne emerge che essi nutrono un atteggiamento positivo nei confronti dell'imprenditoria e che molti di loro si interessano alla possibilità di diventare a loro volta imprenditori o imprenditrici. Ben il 56% delle ragazze e dei ragazzi intervistati ha una buona considerazione della classe imprenditoriale, mentre solo il 2% ne ha un'opinione negativa. Il 40% dei giovani considera inoltre la possibilità di dare vita, un giorno, ad una propria azienda. Risultati analoghi emergono anche per quanto riguarda l'autovalutazione dei giovani circa la propria attitudine a diventare imprenditore o imprenditrice: il 39% ritiene di essere adatto alla carriera imprenditoriale. Questo atteggiamento positivo è molto importante e fa ben sperare riguardo al futuro dell'economia e del partenariato sociale.

In generale l'indagine ha evidenziato come i medesimi fattori incidano sia sull'opinione che i giovani hanno dell'imprenditoria, sia sulla loro attitudine all'imprenditorialità e sull'interesse a diventare essi stessi imprenditori. Il contesto familiare è decisivo: i giovani con genitori che lavorano in proprio hanno un'opinione migliore della classe imprenditoriale (il 64% ne ha un'opinione positiva), sono più sicuri della loro attitudine alla professione di imprenditore (il 52% si sente adatto) e considerano più frequentemente la possibilità di fondare una propria impresa (55%). Anche il sesso incide: sia i ragazzi che le ragazze hanno una buona considerazione dell'imprenditoria, ma i maschi pensano più frequentemente a mettersi in proprio (ragazzi 51%, ragazze 28%) e si sentono maggiormente adatti alla professione di imprenditore (ragazzi 47%, ragazze 30%).

Esiste inoltre una relazione tra l'immagine che i giovani hanno dell'imprenditoria, il loro potenziale imprenditoriale e la scuola frequentata. Gli studenti degli istituti tecnici economici, delle scuole professionali, degli istituti tecnici e gli apprendisti giudicano con più favore la classe imprenditoriale (il 62% ne ha una buona opinione) rispetto ai liceali (43%). Infine, gli studenti degli istituti tecnici e delle scuole professionali si vedono più spesso nel ruolo di possibili imprenditori (55%) rispetto alla media dei giovani (40%).

Oltre al sesso, al contesto familiare e a quello scolastico, anche i tratti caratteriali incidono sull'immagine che i giovani hanno dell'imprenditoria e sul loro desiderio di mettersi in proprio. Coloro che ritengono di avere doti di leadership, resistenza a stress e fatica e capacità di prendere decisioni tendono anche ad avere un'opinione migliore della classe imprenditoriale. Inoltre creatività e ambizione rafforzano la

volontà e il desiderio di creare una propria impresa e aumentano la fiducia dei giovani riguardo alla possibilità di diventare imprenditori.

Dall'indagine è emerso anche che sono soprattutto le esperienze vissute direttamente, come la conoscenza personale di imprenditori o la pratica lavorativa, a rendere i giovani più aperti verso la classe imprenditoriale e più interessati alla possibilità di diventare a propria volta imprenditori.

Per questo motivo è necessario avvicinare maggiormente i giovani al mondo dell'economia. Occorre sensibilizzare i giovani stessi a ragionare in modo imprenditoriale e promuovere il contatto diretto con le imprese e i progetti di simulazione d'impresa durante le lezioni. Vanno inoltre incentivate caratteristiche caratteriali come la leadership, la resistenza a stress e fatica e la capacità di prendere decisioni. Ciò vale soprattutto per quei giovani che non hanno imprenditori in famiglia e, in generale, per le ragazze. Far conoscere loro esempi di imprenditori e imprenditrici di successo può accrescere l'identificazione con la professione di imprenditore e alimentare la loro curiosità ed il loro entusiasmo per l'imprenditorialità.

Indice

	Premessa	9
1.	Immagine dell'imprenditoria e potenziale imprenditoriale: definizione e significato	11
2.	L'indagine dell'IRE	14
	2.1 Immagine dell'imprenditoria	14
	2.2 Il potenziale imprenditoriale	19
3.	Conclusioni	29
	Appendice	31
	Popolazione statistica e campione	31
	Questionario	33
	Bibliografia	38

L'imprenditoria vista dai giovani

Premessa

Gli imprenditori e le imprenditrici hanno un ruolo fondamentale nell'economia. Essi sono il motore dello sviluppo economico di un territorio e contribuiscono così al suo successo. Per il futuro dell'Alto Adige è importante che i giovani abbiano un'immagine positiva della classe imprenditoriale e comprendano l'importanza delle imprese e dell'economia in generale. Un clima disteso tra economia e società significa minori tensioni e maggiore produttività sul lavoro, con conseguente miglioramento delle condizioni di vita di tutti i cittadini.

Un atteggiamento positivo verso l'imprenditoria è determinante per il successo del partenariato sociale, perché permette un dialogo aperto ed una spontanea collaborazione tra le parti. In questo modo, il partenariato sociale rende possibile il coinvolgimento di tutti i soggetti nei processi decisionali, creando i presupposti per una crescita sostenibile e una maggiore coesione sociale.

Infine, un'immagine positiva dell'imprenditoria e dell'essere imprenditori è decisiva per la crescita economica. Se i giovani sviluppano uno spirito imprenditoriale e sono disposti a diventare a loro volta imprenditori o imprenditrici, si avranno effetti positivi sulla successione d'impresa e sulla costituzione di nuove imprese, e quindi sul progresso e sulla prosperità dell'intera popolazione.

1. Immagine dell'imprenditoria e potenziale imprenditoriale: definizione e significato

“È imprenditore chi esercita professionalmente un'attività economica organizzata al fine della produzione o dello scambio di beni o di servizi”. Il codice civile italiano (art. 2082) definisce così l'imprenditore e precisa che egli è “il capo dell'impresa e da lui dipendono gerarchicamente i suoi collaboratori” (art. 2086). Naturalmente nella vita quotidiana si è sviluppata una percezione della classe imprenditoriale che va oltre questa definizione e che è determinata da “ciò che gli altri pensano” degli imprenditori e delle imprenditrici. Tale percezione è ciò che solitamente indichiamo con l'espressione “immagine dell'imprenditoria”.

Il concetto di “**immagine dell'imprenditoria**” comprende vari aspetti: dalla funzione che la società attribuisce alla classe imprenditoriale, alle caratteristiche che differenziano gli imprenditori dai “non imprenditori”, sino all'opinione personale che i singoli individui hanno dell'imprenditoria.

L'opinione delle persone sulla figura imprenditoriale è influenzata, positivamente o negativamente, da una pluralità di elementi: fonti “dirette”, come gli imprenditori conosciuti personalmente o le esperienze lavorative maturate, e “indirette”, come le notizie riferite dai media o da terze persone.

In generale si distingue tra l'immagine dell'imprenditore visto “da vicino” o “da lontano” (Schmolders, 1971). L'immagine “da vicino” si riferisce a esperienze concrete con imprenditori conosciuti personalmente, mentre l'immagine “da lontano” si rifà a opinioni generalizzate sull'imprenditoria. Tenzionalmente l'immagine “da vicino”, formata sulla base di esperienze dirette, è maggiormente differenziata ma anche più positiva rispetto all'astratta “immagine da lontano” (Werhahn, 1990).

Oltre agli influssi esterni, anche le caratteristiche sociodemografiche contribuiscono a determinare l'immagine che l'individuo ha della classe imprenditoriale. Tra i fattori rilevanti troviamo l'età, il livello d'istruzione e il contesto familiare.

Le caratteristiche sociodemografiche e individuali incidono inoltre fortemente sul “**potenziale imprenditoriale**”. Questo rappresenta il desiderio e la disponibilità della singola persona a intraprendere un'attività in proprio e dipende pertanto dalle sue valutazioni riguardo all'attrattività e alla concreta realizzabilità di una carriera imprenditoriale. Il potenziale imprenditoriale è importante per il progresso economico e la creazione di nuovi posti di lavoro, ed è quindi oggetto di numerosi studi. Matthews e Moser (1996) giungono alla conclusione che il sesso e il contesto familiare incidono in modo determinante sull'intenzione di creare un'impresa. Secondo Crant (1996), oltre al sesso e alla situazione familiare è assai rilevante anche la personalità dell'individuo, intesa come “spirito di iniziativa”.

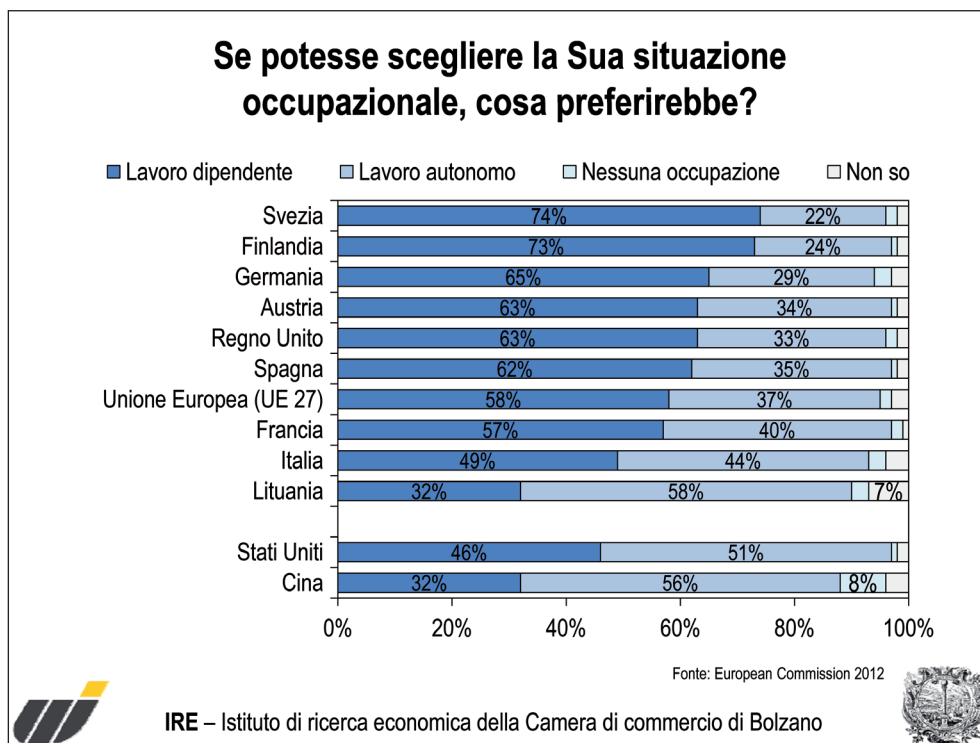
Minniti e Bygrave (1999) hanno fornito una spiegazione dell'effetto del contesto sociale sulla creazione di impresa. Essi affermano che la decisione di intraprendere un'attività autonoma dipende dalla quantità e dalla qualità delle informazioni di cui l'individuo dispone. In particolare, i ragazzi e le ragazze che hanno imprenditori in famiglia hanno la possibilità di osservarne direttamente il lavoro, maturando una diversa valutazione del rischio e dei costi legati alla creazione di un'impresa. Inoltre la disponibilità di reti e contatti già esistenti abbatta i costi di avviamento. Disporre di un modello di riferimento aumenta pertanto la probabilità che i giovani decidano di voler creare a propria volta un'azienda.

Robinson (1991) ritiene che il fattore determinante per la decisione di creare un'impresa sia l'atteggiamento personale e che proprio tale atteggiamento, più che le caratteristiche sociodemografiche e caratteriali, sia l'elemento che differenzia gli imprenditori dal resto della popolazione. L'atteggiamento, infatti, rivela l'ambizione, il bisogno di controllo, la forza innovativa e la sicurezza dei singoli in situazioni che richiedono capacità imprenditoriali.

Il potenziale imprenditoriale è poi funzione di una serie di fattori di tipo sociale e giuridico che variano da Paese a Paese o addirittura da regione a regione e che determinano la maggiore o minore convenienza della carriera imprenditoriale rispetto al lavoro dipendente. Citiamo, ad esempio, le caratteristiche del sistema fiscale, la complessità della burocrazia, il livello delle infrastrutture, il grado di flessibilità del mercato del lavoro e di protezione garantita ai lavoratori dipendenti, il livello delle retribuzioni contrattuali, il sistema di assicurazione sociale, ecc.

Ciò spiega le notevoli differenze esistenti tra i singoli Stati per quanto riguarda l'interesse della popolazione per il lavoro autonomo. A tal proposito, una recente rilevazione condotta dalla Commissione Europea ha evidenziato come la maggior parte dei cittadini europei (58%) preferisca il lavoro dipendente (European Commission, 2012). I cittadini europei che prediligono il lavoro autonomo (37%) sono relativamente pochi in rapporto a quanto accade negli Stati Uniti (51%) e in alcune economie in rapida crescita, come il Brasile (63%), la Cina (56%) e l'India (47%). Anche all'interno dell'Unione vi sono notevoli differenze tra i Paesi membri. In Italia, ad esempio, il lavoro autonomo è piuttosto ambito (44%). Le percentuali più elevate si riscontrano in Lituania (58%) e Grecia (50%), quelle più basse in Svezia (22%) e Finlandia (24%). In generale si guarda con maggior favore alla professione autonoma nei Paesi dell'Est e del Sud Europa, mentre al Nord è molto forte la preferenza per il lavoro dipendente.

Grafico 1



I dati della Commissione evidenziano inoltre come la predilezione per il lavoro autonomo sia più diffusa tra gli uomini (42%) rispetto alle donne (33%). Anche l'età gioca un ruolo importante: il 45% dei giovani tra i 15 ed i 24 anni preferirebbe un lavoro autonomo, ma già nella fascia tra i 25 ed i 39 anni la quota diminuisce al 37%, valore coincidente con la media dell'intera popolazione.

2. L'indagine dell'IRE

L'IRE - Istituto di ricerca economica della Camera di commercio di Bolzano ha compiuto un'indagine sul tema dell'immagine dell'imprenditoria e del potenziale imprenditoriale. Lo scopo era di accertare come i giovani altoatesini valutino gli imprenditori e le imprenditrici e se abbiano o no il desiderio di diventare a loro volta imprenditori. Si è inoltre analizzata l'influenza delle caratteristiche sociodemografiche e personali sulle opinioni dei giovani riguardo a questi temi.

In Alto Adige vi sono circa 29.500 ragazzi e ragazze che frequentano scuole secondarie di secondo grado, scuole professionali o corsi di apprendistato.¹ La rilevazione è stata condotta tra gli studenti di 16/17 anni di età. Per la partecipazione all'indagine sono state selezionate 96 classi (prevalentemente terze) di ogni tipologia di scuola e lingua d'insegnamento, per un totale di 1.600 studenti.²

Un collaboratore dell'IRE ha distribuito il questionario agli studenti delle classi coinvolte nell'indagine. Tale questionario comprendeva tre sezioni: la prima riguardante le caratteristiche sociodemografiche dei giovani intervistati, la seconda destinata a rilevare l'immagine che i giovani stessi hanno dell'imprenditoria e la terza concernente il potenziale imprenditoriale.³

2.1 Immagine dell'imprenditoria

La domanda centrale del sondaggio riguardava l'opinione che gli studenti e le studentesse hanno dell'imprenditoria. È emerso che il 41% dei giovani ha un'immagine "abbastanza positiva" degli imprenditori e un'ulteriore 15% "decisamente positiva". Solamente il 2% ha un'immagine "abbastanza negativa" e appena lo 0,3% "decisamente negativa". Il 43% dei giovani ha invece un'opinione "neutrale" della classe imprenditoriale.

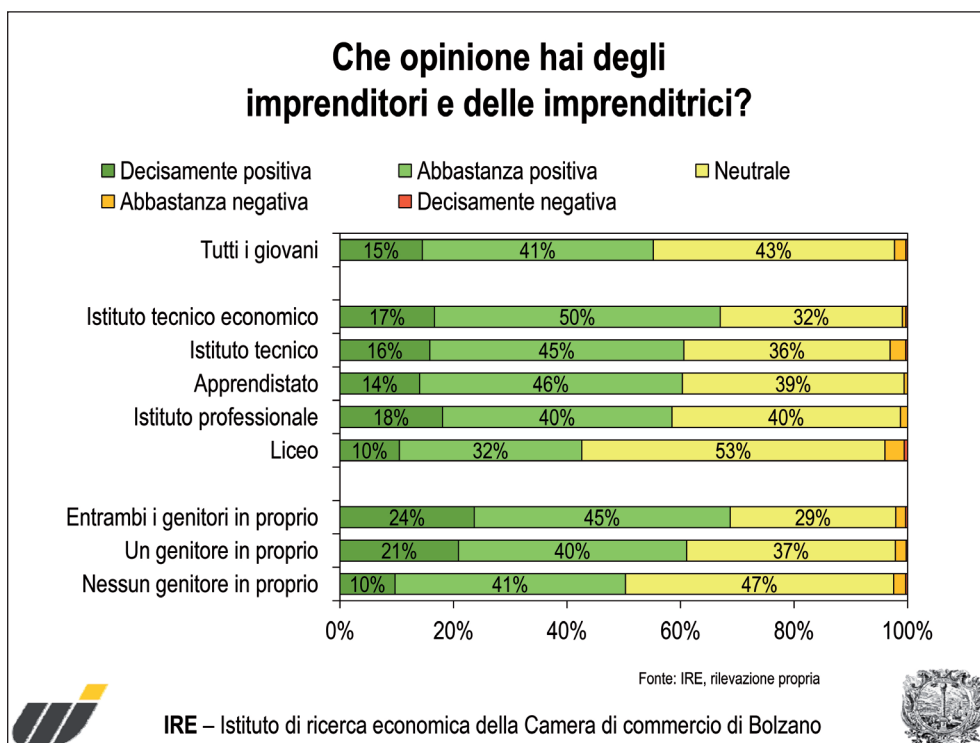
Il confronto dei dati altoatesini con quelli relativi alla Germania (Youth Entrepreneurship Barometer, 2007, Bertelsmann Stiftung) evidenzia una sostanziale similitudine: anche i giovani germanici considerano positivamente l'imprenditoria. In particolare, la quota di coloro che affermano di avere un'immagine "decisamente positiva", pari al 12%, è simile a quella da noi rilevata in Alto Adige (15%).

¹ Fonte: ASTAT, Annuario statistico della Provincia di Bolzano 2012.

² Per una descrizione dettagliata della popolazione statistica e del campione si veda l'appendice.

³ Il questionario utilizzato è riportato in appendice.

Grafico 2



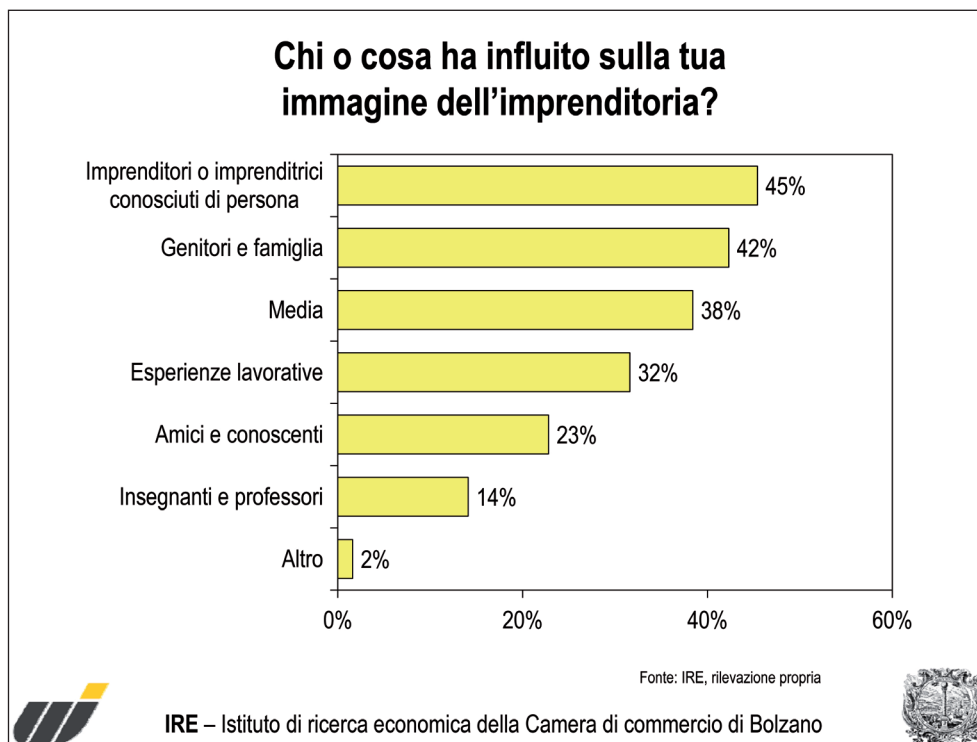
Il giudizio degli studenti altoatesini sugli imprenditori non varia significativamente in base al sesso o alla lingua d'insegnamento, mentre il contesto familiare gioca un ruolo rilevante: ragazzi e ragazze con uno o entrambi i genitori che lavorano in proprio (imprenditori o liberi professionisti) hanno un'opinione decisamente più positiva dell'imprenditoria.⁴ Inoltre, gli apprendisti e gli studenti che frequentano istituti tecnici o scuole professionali hanno un'immagine degli imprenditori generalmente migliore rispetto ai liceali.

Anche i tratti caratteriali influenzano il giudizio: ad esempio, coloro che attribuiscono a se stessi capacità di leadership, resistenza a stress e fatica e capacità di prendere decisioni tendono a dare una valutazione più favorevole della classe imprenditoriale. L'interesse personale per i temi economici è un ulteriore fattore che incide positivamente sui giudizi. A questo proposito, il 58% dei giovani vorrebbe ricevere a scuola maggiori informazioni sull'economia e sul lavoro autonomo, e ciò indipendentemente dalla tipologia di scuola frequentata.

Vi sono poi altri fattori che contribuiscono a determinare l'immagine che i ragazzi e le ragazze hanno degli imprenditori, il più importante dei quali è la conoscenza diretta. Ben il 45% degli intervistati ritiene che gli imprenditori o le imprenditrici conosciuti personalmente abbiano influenzato la propria immagine dell'imprenditoria. La famiglia (42%) è il secondo fattore in ordine di importanza, seguita dai media (38%) e dalle proprie esperienze lavorative (32%). Meno decisivi sono gli amici (23%) e la scuola (14%).

⁴ Il 60% dei giovani non ha nessun genitore che lavora in proprio. Nel 28% dei casi vi è un genitore che lavora in proprio, nel 12% entrambi i genitori.

Grafico 3



Generalmente i giovani che basano il proprio giudizio su esperienze dirette, quali la conoscenza personale di imprenditori o imprenditrici, l'ambito familiare o le proprie esperienze lavorative, tendono a valutare positivamente la classe imprenditoriale. Quelli che, invece, formano la propria opinione su fonti indirette, come i media, hanno spesso un'immagine più critica degli imprenditori. Ciò conferma l'ipotesi di Schmolders riguardo alle differenze tra l'immagine dell'imprenditore visto "da lontano" e "da vicino". Tenzionalmente l'immagine "da vicino", ad esempio quella del proprio datore di lavoro, è più differenziata ma anche più positiva (Werhahn, 1990).

L'opinione positiva che i giovani hanno dell'imprenditoria trova conferma analizzando il loro maggiore o minore consenso rispetto a una serie di affermazioni tipiche riguardo agli imprenditori. Le affermazioni positive raccolgono, infatti, un maggiore consenso rispetto a quelle negative. In particolare, oltre il 60% degli intervistati concorda con le asserzioni "gli imprenditori offrono i prodotti e i servizi che rendono possibile la nostra qualità di vita" e "gli imprenditori creano nuovi posti di lavoro". La maggior parte dei giovani (55%) si dichiara d'accordo anche sul fatto che "gli imprenditori sono innovativi e promuovono il progresso".

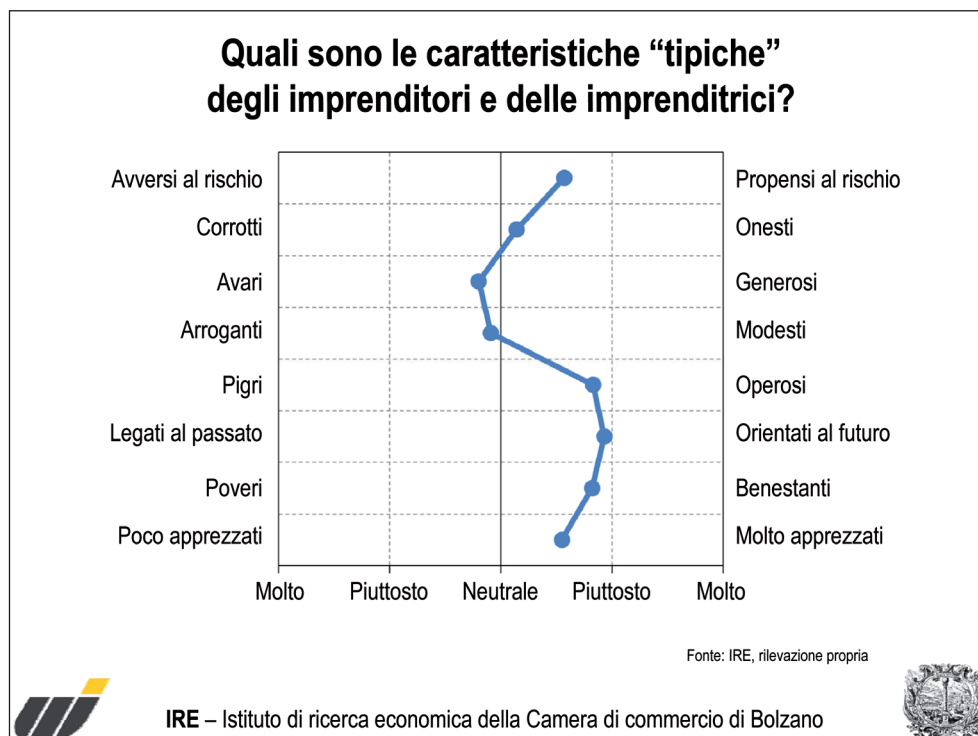
Le affermazioni negative sono assai meno condivise. Poco più di un quinto dei giovani ritiene che "gli imprenditori fanno uso del loro potere economico a fini politici" e che "pensano solo al proprio profitto e non assumono responsabilità sociale". Fa eccezione l'affermazione "gli imprenditori pretendono sempre di più dai loro dipendenti, ma non sono disposti a remunerarli maggiormente", che trova il consenso di quasi la metà degli intervistati.

Tabella 1

Consenso dei giovani rispetto ad una serie di affermazioni riguardanti gli imprenditori					
Affermazione	Per nulla concordi	Poco concordi	Neutrali	Abbastanza concordi	Completamente concordi
Gli imprenditori offrono i prodotti e i servizi che rendono possibile la nostra qualità di vita.	1%	5%	33%	41%	20%
Gli imprenditori creano nuovi posti di lavoro.	2%	10%	26%	36%	26%
Gli imprenditori sono innovativi e promuovono il progresso.	1%	9%	35%	45%	10%
Gli imprenditori pretendono sempre di più dai loro dipendenti, ma non sono disposti a remunerarli maggiormente.	6%	19%	35%	27%	13%
Gli imprenditori fanno uso del loro potere economico a fini politici.	11%	33%	34%	18%	4%
Gli imprenditori pensano solo al proprio profitto e non assumono responsabilità sociale.	14%	32%	33%	17%	4%

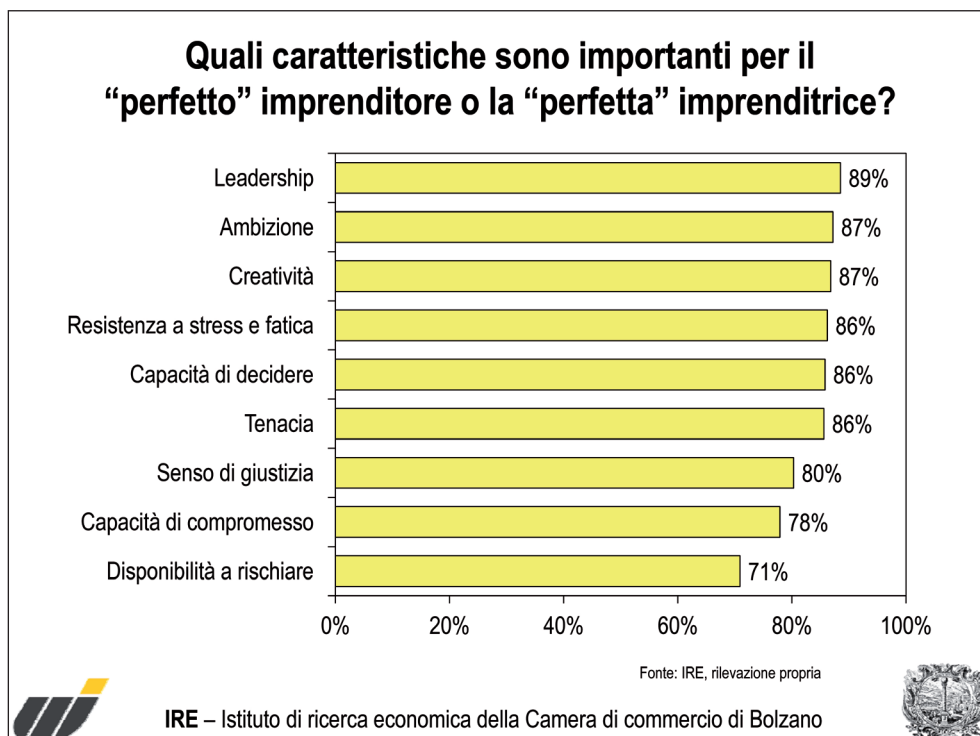
Per delineare l'immagine che i giovani hanno dell'imprenditore "tipico", si è provveduto a verificare quali siano le caratteristiche che essi associano alla classe imprenditoriale. Secondo gli studenti intervistati, gli imprenditori sarebbero tendenzialmente orientati al futuro, operosi e benestanti. I giovani danno poi un giudizio "neutrale" per quanto concerne l'onestà, generosità e modestia degli imprenditori.

Grafico 4



Dopo aver descritto l'immagine che i giovani hanno dell'imprenditoria attraverso le caratteristiche “tipiche” che essi attribuiscono agli imprenditori, è interessante appurare quali sarebbero, secondo loro, le caratteristiche del “perfetto” imprenditore o della “perfetta” imprenditrice. Gli studenti ritengono che per essere dei “perfetti” imprenditori occorranza soprattutto ambizione, capacità di leadership, resistenza a stress e fatica, capacità di prendere decisioni, creatività e tenacia. Anche doti come il senso di giustizia e la capacità di raggiungere compromessi sono ritenute importanti, ma in misura leggermente minore. Lo stesso vale per la disponibilità al rischio. Una certa disponibilità a rischiare è essenziale per gli imprenditori, ma evidentemente i giovani pongono l'accento sul fatto che il “perfetto” imprenditore debba essere prudente nell'assunzione dei rischi.

Grafico 5



2.2 Il potenziale imprenditoriale

Il potenziale imprenditoriale descrive l'attitudine, il desiderio e l'intenzione da parte dei giovani di dare vita a una propria impresa. A questo proposito, il 39% degli intervistati si sente tendenzialmente adatto a svolgere la professione di imprenditore, un ulteriore 44% non è certo di disporre delle doti necessarie e solo il 17% si sente inadatto.

Il confronto con i dati dello Youth Entrepreneurship Barometer (Bertelsmann Stiftung, 2007) evidenzia come la quota percentuale di giovani che si sentono portati per la professione di imprenditore o imprenditrice sia relativamente simile in Alto Adige (39%) e in Germania (44%).

Grafico 6

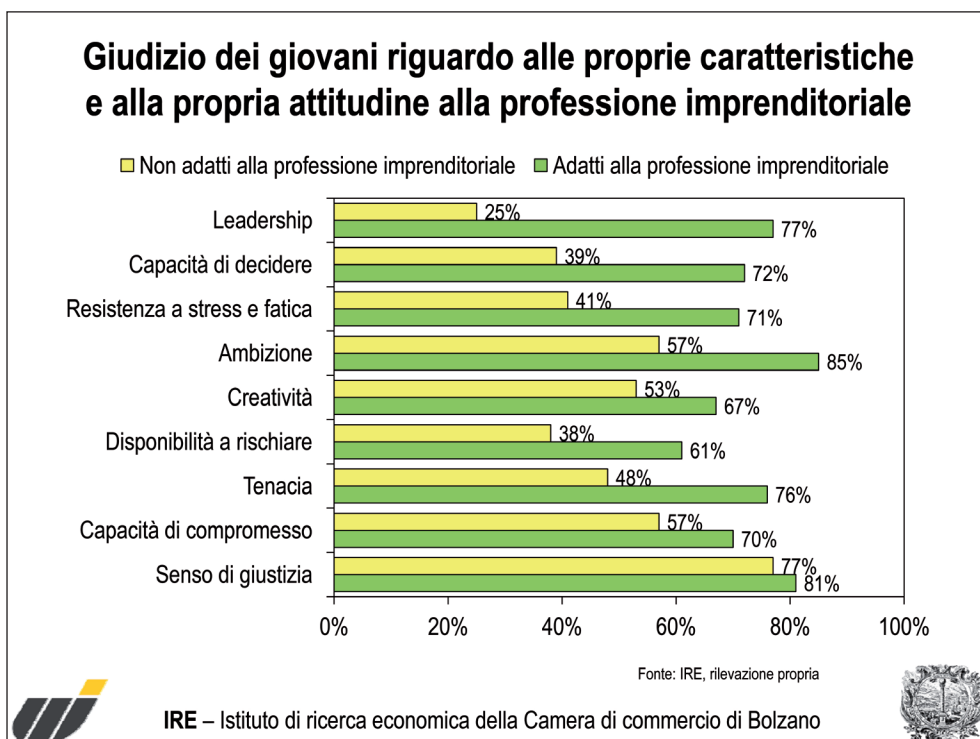


Mentre l'immagine che i giovani hanno dell'imprenditoria non varia significativamente tra ragazze e ragazzi, emergono forti differenze riguardo al giudizio che maschi e femmine danno della propria attitudine a svolgere la professione di imprenditore o imprenditrice. I ragazzi risultano infatti molto più convinti delle ragazze di poter diventare imprenditori. Differenze emergono anche in base al tipo di scuola frequentata: gli studenti e le studentesse degli istituti tecnici e delle scuole professionali sono più convinti della propria attitudine all'attività imprenditoriale rispetto ai liceali. La lingua d'insegnamento delle scuole non incide invece in modo significativo.

Anche il contesto familiare rappresenta un fattore molto importante. I giovani con almeno un genitore che lavora in proprio sono maggiormente convinti della propria attitudine alla professione di imprenditore. A questo proposito, non è rilevante che a svolgere il lavoro autonomo sia solo uno o entrambi i genitori.

Oltre alle caratteristiche sociodemografiche, anche i tratti caratteriali dei giovani intervistati incidono sull'attitudine all'imprenditorialità. I giovani che ritengono di essere portati per la professione imprenditoriale sono generalmente molto più sicuri delle proprie doti di leadership, di capacità di prendere decisioni e di resistere a stress e fatica. Inoltre si ritengono molto più ambiziosi, propensi al rischio e tenaci. Le differenze sono minori per quanto concerne la creatività, la capacità di giungere a compromessi e il senso di giustizia.

Grafico 7

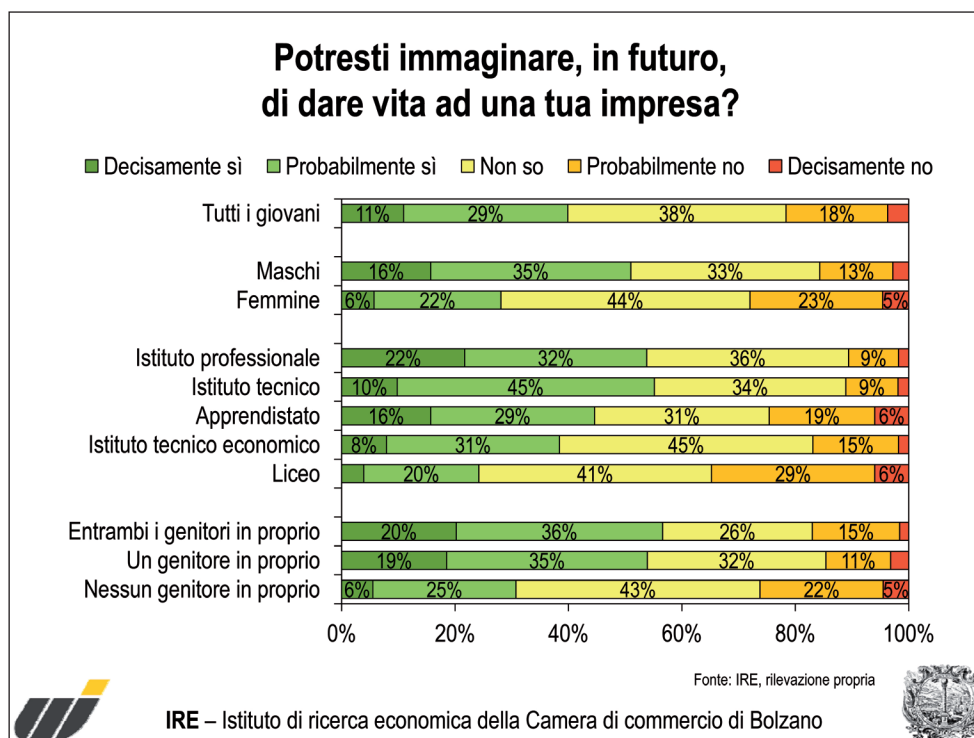


Alla domanda se riescano a immaginare di dare concretamente vita a un'impresa, l'11% dei giovani ha risposto "decisamente sì" e il 29% "probabilmente sì". Un ulteriore 38% è indeciso. Solamente il 18% ha risposto "probabilmente no" e appena il 4% "decisamente no".

Il confronto tra la percentuale di giovani che considerano la possibilità di avviare, in futuro, un'attività imprenditoriale e l'effettiva incidenza dei lavoratori autonomi in Alto Adige induce all'ottimismo. Infatti, mentre la quota effettiva di occupati indipendenti (imprenditori e liberi professionisti) si attesta al 25%⁵, ben il 40% dei giovani è aperto all'idea di creare una propria impresa. La mentalità imprenditoriale è pertanto molto diffusa tra i giovani, il che garantisce un buon potenziale per il futuro.

⁵ Fonte: Istat, anno di riferimento 2012.

Grafico 8



Naturalmente non vi è una piena corrispondenza tra il fatto di sentirsi adatti alla professione di imprenditore e il pianificare concretamente di dare vita ad una propria impresa.⁶ Da un lato vi sono ragazzi e ragazze che, pur ritenendo di avere la necessaria attitudine, non prendono in considerazione la possibilità di mettersi in proprio. Dall'altro, alcuni giovani accarezzano l'idea di avere una propria azienda pur non essendo certi delle proprie doti imprenditoriali. È però vero che i medesimi fattori che incidono sulla valutazione dei giovani relativamente alle proprie capacità imprenditoriali contribuiscono a determinare il loro interesse per la creazione di una propria impresa. Ad esempio, i ragazzi non solo si sentono mediamente più adatti a svolgere la professione di imprenditore rispetto alle ragazze, ma prendono anche più spesso in considerazione l'idea di dare effettivamente vita ad una propria azienda. Anche il contesto familiare si conferma importante: i giovani i cui genitori hanno un lavoro autonomo sono molto più interessati alla possibilità di diventare imprenditori rispetto ai figli di lavoratori dipendenti. Ciò conferma quanto affermato da Minniti e Bygrave (1999), che riconducono questo diverso atteggiamento di fronte all'imprenditorialità al fatto che i figli di imprenditori dispongono di maggiori informazioni sui rischi e i costi legati all'apertura di un'azienda. Essi possono inoltre beneficiare di un "modello" da seguire in famiglia e di minori costi di avviamento grazie alle reti e ai contatti già esistenti.

⁶ Il coefficiente di correlazione di Spearman tra queste due variabili è pari al 60%.

Come si è visto, il tipo di scuola frequentata è connesso con l'immagine che i giovani hanno dell'imprenditoria e con la loro attitudine alla professione imprenditoriale. Un analogo legame esiste anche fra il tipo di scuola e l'atteggiamento degli studenti e delle studentesse rispetto alla possibilità di creare una propria impresa. Bisogna però considerare che i progetti che i giovani hanno riguardo al proprio futuro, ivi compresa l'eventuale intenzione di creare un'azienda, possono condizionare la scelta della scuola. È pertanto possibile che chi propende per un'attività lavorativa autonoma tenda a preferire un determinato percorso formativo che altrimenti non avrebbe scelto. Questo effetto è probabilmente più forte dell'influenza esercitata dal tipo di scuola sull'intenzione di creare un'impresa. In ogni caso, l'indagine evidenzia come l'intenzione di dare vita a un'azienda sia diffusa soprattutto tra gli studenti delle scuole professionali e degli istituti tecnici, mentre coloro che meno prendono in considerazione tale possibilità sono i liceali. Anche in questo caso la lingua d'insegnamento non incide in maniera significativa.

Oltre alle caratteristiche sociodemografiche, anche i tratti caratteriali individuali incidono sull'intenzione o meno di creare un'impresa. I giovani che si attribuiscono doti di leadership, capacità di prendere decisioni, resistenza a stress e fatica, creatività e ambizione sono maggiormente disposti ad avviare una propria attività. Se consideriamo i citati tratti caratteriali come indicativi dello "spirito d'iniziativa" di una persona, trova conferma l'affermazione di Crant (1996) secondo cui uno spiccato spirito d'iniziativa accresce la probabilità di avviare un'attività.

Per quanto riguarda il tipo di attività che i ragazzi e le ragazze sceglierebbero per dare vita alla propria impresa, le preferenze si orientano prevalentemente verso il settore gastronomico e alberghiero, seguito dal comparto manifatturiero, dal commercio, dall'agricoltura e dall'edilizia. Il settore dei servizi sembra invece meno attraente agli occhi degli studenti.

L'aspetto sorprendente è che le preferenze dei giovani riguardo ai settori potenzialmente interessanti per avviare una propria attività non rispecchiano l'effettiva struttura dell'economia altoatesina. Il settore dei servizi incide per il 18% sul totale delle imprese della provincia, ma solo il 4% dei potenziali futuri imprenditori sceglierebbe questo comparto per dare vita alla propria impresa. Il motivo va forse cercato nell'immagine più astratta che i giovani hanno del settore dei servizi rispetto ad altri comparti, il che rende loro difficile pensare concretamente a un'attività in questo campo. L'opposto accade per la manifattura e gli alberghi e ristoranti, che rappresentano settori decisamente più "concreti" per i giovani. La quota di potenziali imprenditori che sceglierebbero questi settori per mettersi in proprio è circa doppia rispetto all'incidenza che i medesimi settori hanno sul totale delle imprese esistenti in provincia.

Solamente nel caso dell'edilizia e del commercio vi è una corrispondenza tra le preferenze dei giovani e l'effettiva rilevanza che questi comparti hanno in termini di numero di imprese.⁷

Grafico 9



Le preferenze dei giovani riguardo al settore in cui dare eventualmente vita alla propria impresa variano secondo la scuola frequentata. I liceali e gli studenti degli istituti tecnici economici preferirebbero aprire un'attività nel commercio o nella ristorazione, mentre gli allievi degli istituti tecnici prediligono l'edilizia, il comparto manifatturiero e l'agricoltura. Gli studenti delle scuole professionali sono orientati soprattutto verso alberghi e ristoranti, agricoltura e manifattura. Infine, gli apprendisti si interessano soprattutto al comparto manifatturiero, agli alberghi e ristoranti e all'edilizia.

⁷ Per quanto concerne l'agricoltura, la percentuale di giovani che sceglierebbero tale attività appare assai bassa rispetto all'incidenza che il settore ha sul totale delle imprese altoatesine. Si deve però tenere presente che in molti casi le imprese agricole rappresentano un'attività secondaria. Considerando solamente gli agricoltori a tempo pieno, la rilevanza dell'agricoltura in termini di numero di imprese verrebbe ridimensionata e la differenza con il "potenziale imprenditoriale" espresso dai giovani diminuirebbe sensibilmente.

Grafico 10

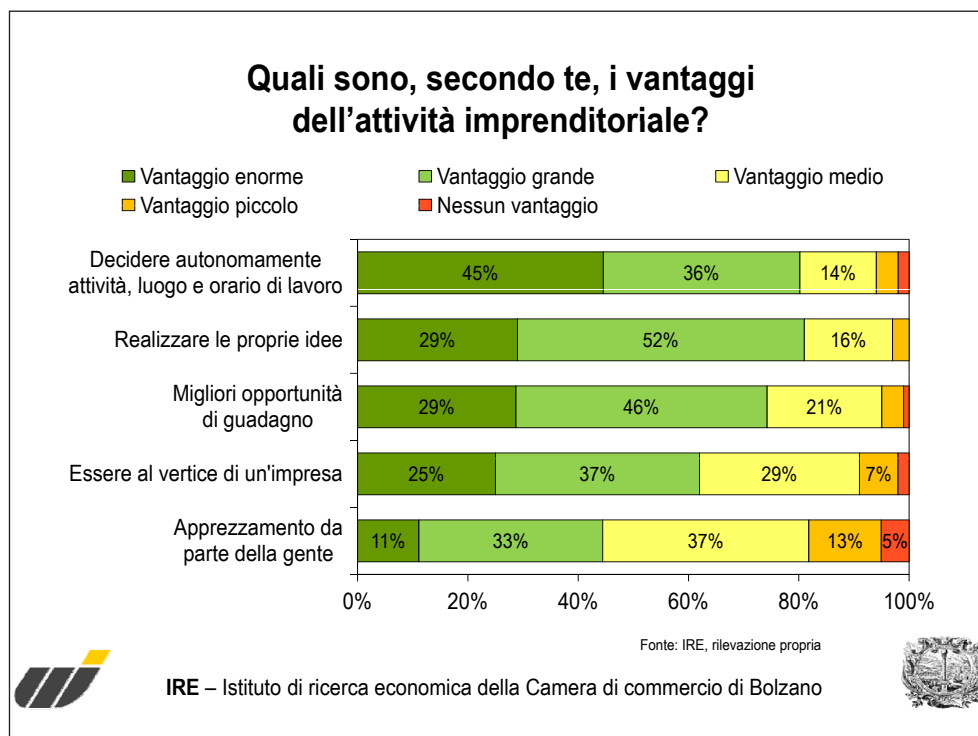


Anche il contesto familiare influenza la scelta del tipo di attività. I giovani provenienti da famiglie di imprenditori si orientano spesso verso il settore in cui operano i propri genitori.

Il desiderio e l'intenzione di dare vita ad una propria impresa dipendono dai vantaggi e dagli svantaggi che i ragazzi e le ragazze attribuiscono alla professione di imprenditore. La nostra indagine evidenzia come generalmente i giovani attribuiscono maggiore rilevanza agli aspetti positivi del lavoro autonomo rispetto a quelli negativi.

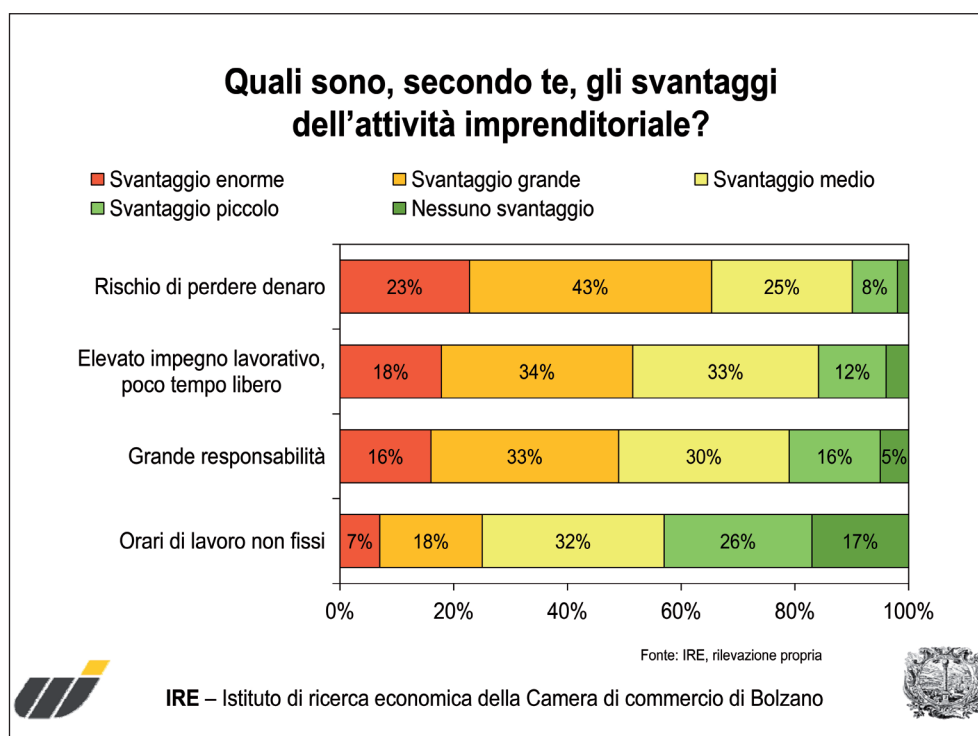
Essi apprezzano soprattutto la possibilità di decidere autonomamente l'attività e l'orario di lavoro, nonché di realizzare le proprie idee. Entrambi questi fattori sono considerati un "grande" vantaggio da oltre l'80% degli intervistati. Per circa tre quarti dei giovani sono molto importanti le maggiori opportunità di guadagno e oltre la metà di loro attribuisce grande rilevanza al fatto di essere al vertice di un'impresa e svolgere funzioni direttive. La considerazione sociale di cui l'imprenditore gode è invece considerata meno importante.

Grafico 11



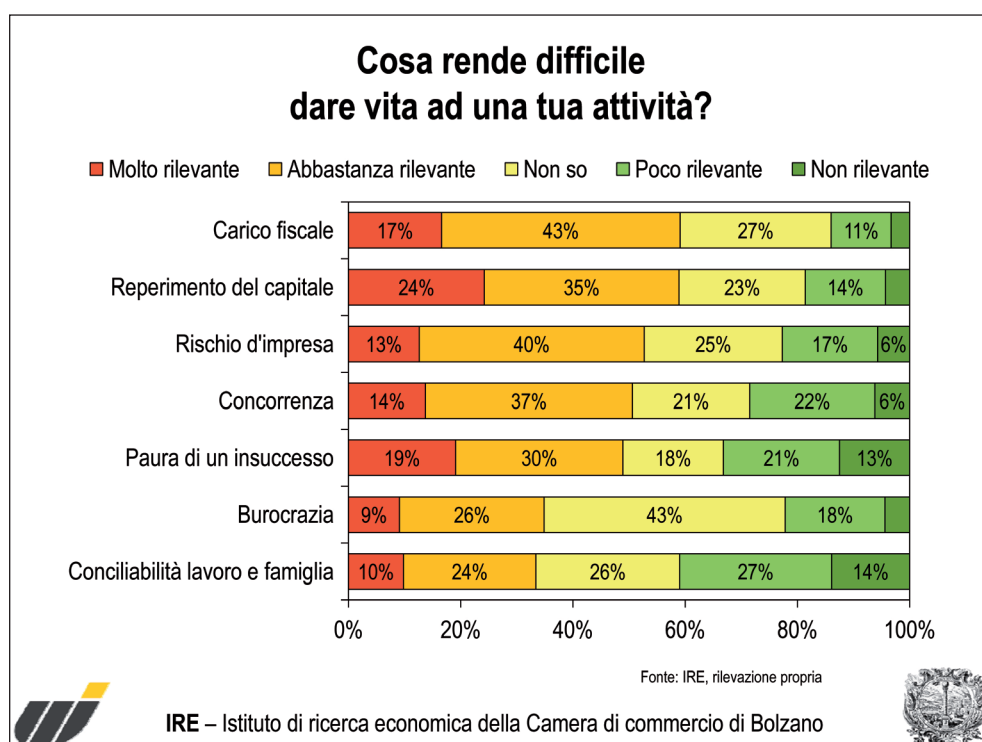
Naturalmente, pur apprezzando molto i vantaggi del ruolo di imprenditore, i giovani ne considerano anche gli aspetti negativi. La maggior parte di loro ritiene un “grande” svantaggio il rischio di perdere denaro e circa la metà indica come svantaggi molto rilevanti anche il poco tempo libero e la grande responsabilità. Il fatto di non avere orari di lavoro fissi è invece considerato un problema minore.

Grafico 12



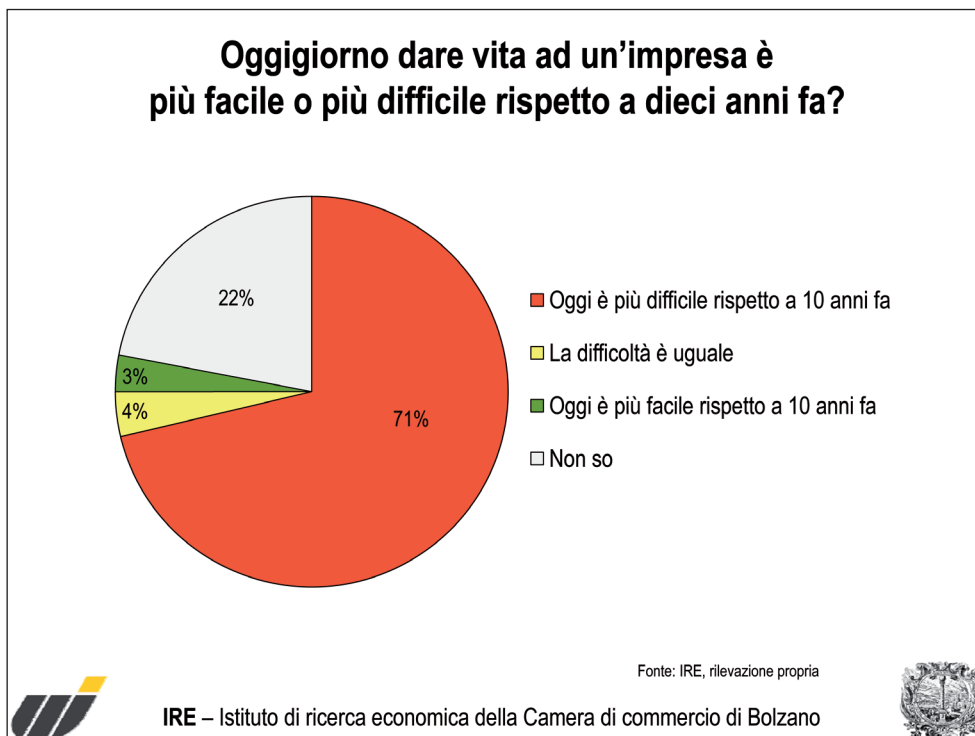
Gli studenti sono ben consapevoli del fatto che mettersi in proprio significa affrontare ostacoli e difficoltà. I problemi maggiormente percepiti sono il carico fiscale e il reperimento del capitale iniziale. Circa la metà dei giovani teme inoltre il rischio d'impresa, la concorrenza e la possibilità di insuccesso. Destano invece meno preoccupazione la burocrazia e la conciliabilità di lavoro e famiglia.

Grafico 13



In generale, la netta maggioranza (70%) dei giovani altoatesini pensa che oggi aprire un'attività sia più difficile rispetto a dieci anni fa. Solo pochi ritengono che oggi sia più semplice (3%) o che le difficoltà siano analoghe (4%). Alla domanda sul perché oggi sia più difficile dare vita a un'impresa, i giovani rispondono citando la maggiore concorrenza e la crisi economica, che ostacola il reperimento del capitale iniziale e incide negativamente sulla domanda e sul potere d'acquisto dei consumatori. Molti ritengono inoltre che oggi siano maggiori i costi, la pressione fiscale e la complessità di norme e prescrizioni.

Grafico 14



3. Conclusioni

L'opinione che i giovani altoatesini hanno degli imprenditori è tendenzialmente positiva e molti di loro sono anche disposti a valutare la possibilità di mettersi in proprio. Questi risultati sono incoraggianti, perché l'immagine dell'imprenditoria e lo spirito imprenditoriale sono importanti sia per il partenariato sociale, sia per la crescita economica e il benessere della popolazione.

La considerazione che i ragazzi e le ragazze hanno degli imprenditori e il loro desiderio di creare a propria volta un'impresa dipende da numerosi fattori. Tra le caratteristiche sociodemografiche gioca un ruolo fondamentale il contesto familiare: i giovani i cui genitori lavorano in proprio hanno un'opinione migliore dell'imprenditoria, prendono maggiormente in considerazione la possibilità di aprire una propria attività e sono più sicuri della propria attitudine alla professione di imprenditore.

Anche il sesso è un fattore rilevante. Non vi sono differenze significative tra ragazzi e ragazze per quanto riguarda il loro giudizio sugli imprenditori, ma emergono forti diversità nel potenziale imprenditoriale. I ragazzi sono maggiormente interessati alla possibilità di mettersi in proprio e la quota di coloro che si sentono adatti alla carriera imprenditoriale è più elevata tra i maschi che tra le femmine. Per promuovere la parificazione di uomini e donne in campo economico pare quindi opportuno incentivare in modo mirato le neoimprenditrici e rafforzare la consapevolezza delle ragazze riguardo alle proprie doti imprenditoriali. Attualmente in Alto Adige le imprese femminili sono solo il 23,5% del totale.⁸

L'opinione degli studenti sull'imprenditoria e il potenziale imprenditoriale sono correlati anche con il tipo di scuola frequentata. Gli apprendisti e gli allievi delle scuole professionali e degli istituti tecnici e tecnico-economici giudicano gli imprenditori in modo più positivo rispetto ai liceali. Inoltre gli studenti degli istituti tecnici e delle scuole professionali considerano più spesso l'ipotesi di costituire una propria impresa, mentre i liceali sono meno interessati a mettersi in proprio. La lingua d'insegnamento della scuola non sembra invece correlata con l'immagine che gli studenti e le studentesse hanno dell'imprenditoria, né con il loro desiderio o la loro attitudine a diventare imprenditori.

Oltre alle caratteristiche sociodemografiche dei giovani, sono rilevanti anche i loro tratti caratteriali. I ragazzi e le ragazze che ritengono di possedere doti di leadership, resistenza a stress e fatica e capacità di prendere decisioni evidenziano un atteggiamento maggiormente positivo nei confronti degli imprenditori. Inoltre, la creatività e l'ambizione rafforzano la fiducia dei giovani nelle proprie capacità imprenditoriali e accrescono il desiderio di dare vita ad un'attività propria.

⁸ Fonte: IRE, La congiuntura in Trentino-Alto Adige, luglio 2013.

Le caratteristiche personali (caratteristiche sociodemografiche e tratti caratteriali) dei giovani condizionano l'immagine che essi hanno dell'imprenditoria, ma vi contribuiscono anche fattori esterni. Quando i giovani formano la propria opinione soprattutto sulla base di elementi diretti, come ad esempio la conoscenza personale di imprenditori o le proprie esperienze lavorative, la loro immagine dell'imprenditoria tende a essere positiva. Quando invece prevalgono fonti indirette di conoscenza, il giudizio è spesso più critico. Sono pertanto le esperienze dirette a rendere i giovani più aperti nei confronti dell'imprenditoria e della carriera imprenditoriale, e in futuro sarà sempre più importante promuovere le iniziative volte ad avvicinare gli studenti al mondo dell'economia e delle imprese. Ad esempio, sono senz'altro utili i progetti di simulazione d'impresa realizzati durante le lezioni (IFS - Impresa formativa simulata). È inoltre importante che i giovani abbiano la possibilità di identificarsi con gli imprenditori, attraverso dei "modelli" positivi. Ciò vale in particolare per le ragazze, il cui interesse per la carriera imprenditoriale può essere alimentato mostrando loro esempi di imprenditrici di successo.

In generale, i risultati dell'indagine permettono di essere ottimisti riguardo al futuro del partenariato sociale e dell'economia in Alto Adige. Oltre la metà dei giovani mostra interesse per i temi economici e per il lavoro autonomo. Il potenziale imprenditoriale degli studenti e delle studentesse può comunque essere ulteriormente sviluppato, agendo a vari livelli. Occorre stimolare lo spirito imprenditoriale dei giovani che non provengono da famiglie di imprenditori e rafforzare la fiducia delle ragazze nelle proprie capacità imprenditoriali. È inoltre importante incentivare caratteristiche caratteriali come la leadership, la resistenza a stress e fatica e la capacità di prendere decisioni.

Appendice

Popolazione statistica e campione

In Alto Adige si contano circa 29.500 tra apprendisti e studenti di scuole secondarie di secondo grado e istituti professionali.⁹ Nel presente studio gli istituti scolastici sono raggruppati in cinque macro-categorie: licei, istituti tecnici economici, istituti tecnici, scuole professionali e apprendistato.

Tabella 2

Iscritti alla scuola secondaria di secondo grado e ai corsi di apprendistato in Alto Adige, per tipo di scuola e lingua di insegnamento							
Categorie IRE	Tedesco		Italiano		Ladino	Totale	
Licei	Humanistisches Gymnasium	1.649	Liceo classico	1.062			
	Realgymnasium	1.909	Liceo scientifico	1.104			
			Liceo linguistico	80	Liceo linguistico	50	
			Liceo artistico	139	Liceo artistico	114	
			Liceo della comunicazione	107			
	Pädagogisches Gymnasium	1.942	Liceo pedagogico	534			
			Istituto tecnico per le attività sociali	82			
	Lehranstalt für Soziales	1.078					
	Totale	6.578	Totale	3.108	Totale	164	9.850
Istituti tecnici economici	Handelsoberschule	2.870	Isituto tecnico commerciale	828	Isituto tecnico commerciale	281	
	Lehranstalt für Wirtschaft und Tourismus	778	Istituto prof. per i servizi economico-aziendali e turistici	439			
	Fachoberschule für Soziales: Tourismus	332					
	Totale	3.980	Totale	1.267	Totale	281	5.528
Istituti tecnici	Gewerbeoberschule	1.623	Istituto tecnico industriale	268			
	Oberschule für Geometer	333	Istituto tecnico per geometri	242			
	Lehranstalt für Industrie und Handwerk	14	Istituto professionale industriale	369			
	Fachoberschule für Soziales: Biotechnologie	331					
	Oberschule für Landwirtschaft	551					
	Totale	2.852	Totale	879	-		3.731
Scuole professionali	Lehranstalt für Gastgewerbe	813	Istituto professionale alberghiero e ristorazione	422			
	Land- und Hauswirtschaftsschulen	789					
	Landesberufsschulen	3.461	Formazione professionale	1.249	Scuola professionale	43	
			Istituto professionale per i servizi sociali	318			
	Totale	5.063	Totale	1.989	Totale	43	7.095
Apprendistato	Totale	2.969	Totale	302	-		3.271
Totale		21.442		7.545		488	29.475

⁹ Fonte: ASTAT, Annuario statistico della Provincia di Bolzano 2012.

Per la stima del numero di studenti appartenenti a ciascuna macro-categoria sono stati utilizzati i dati dell'Annuario statistico 2012 dell'ASTAT.

La tabella 2 riporta la suddivisione delle varie tipologie di scuole nelle cinque macro-categorie.

La rilevazione è stata condotta su un campione di apprendisti e studenti che nell'anno scolastico 2012/2013 frequentavano la terza classe di una scuola secondaria di secondo grado o di una scuola professionale. Sono stati invitati a partecipare al sondaggio almeno due istituti per ogni macro-categoria di scuole e per ciascuna lingua di insegnamento (tedesca, italiana e ladina). Complessivamente hanno preso parte alla rilevazione 96 classi, per un totale di 1.600 tra studenti e apprendisti. Il 35% dei giovani intervistati frequenta un liceo, il 20% un istituto tecnico economico, il 13% un istituto tecnico, il 22% una scuola professionale e il 10% un corso di apprendistato. Il 69% è iscritto a una scuola tedesca, il 26% a una scuola italiana e il 5% a una scuola ladina.

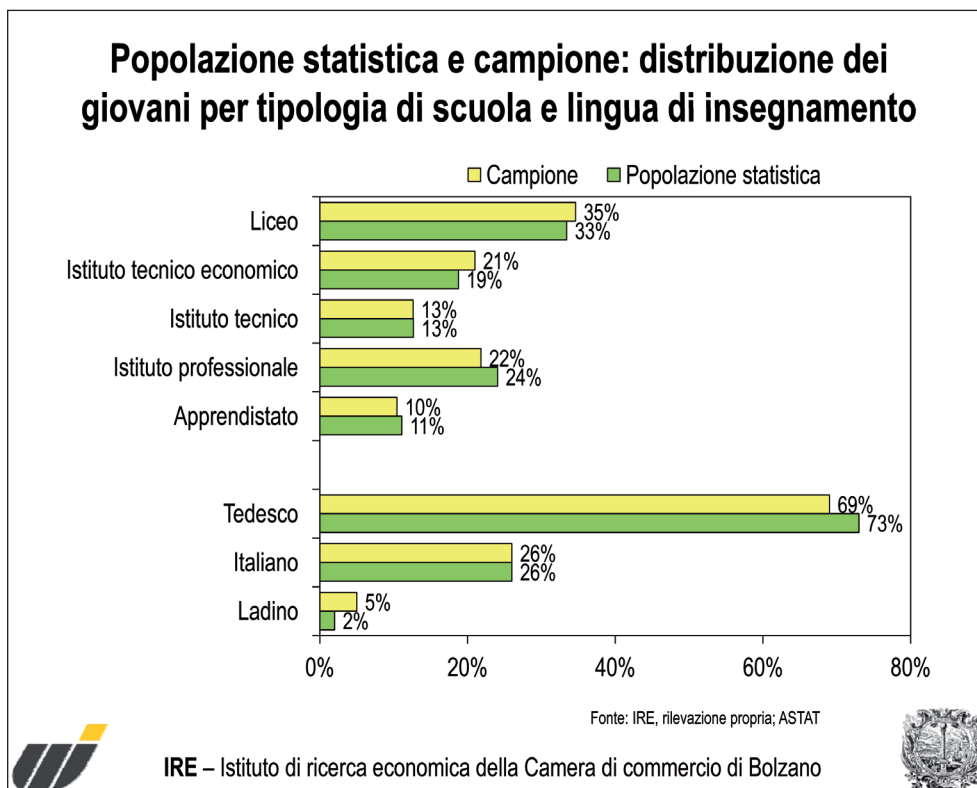
Gli studenti intervistati hanno in media 16,5 anni. Il 48% è di sesso femminile (765 studentesse), il 52% di sesso maschile (835 studenti). Per quanto concerne il contesto familiare, il 60% dei giovani indica di non avere genitori che lavorano in proprio, il 28% ha un genitore che lavora in proprio e il 12% ha entrambi i genitori che lavorano in proprio.

La tabella e il grafico seguenti riportano la numerosità della popolazione studentesca altoatesina e il numero di studenti intervistati, per ciascuna tipologia di scuola e lingua d'insegnamento.

Tabella 3

Composizione della popolazione e del campione per tipologia di scuola								
Tipologia	Tedesco		Italiano		Ladino		Totale	
	Popolazione	Campione	Popolazione	Campione	Popolazione	Campione	Popolazione	Campione
Licei	6.578	335	3.108	185	164	34	9.850	554
Istituti tecnici economici	3.980	234	1.267	70	281	24	5.528	328
Istituti tecnici	2.853	128	879	74	-	-	3.732	202
Scuole professionali	5.063	256	1.989	75	43	18	7.095	349
Apprendistato	2.969	152	302	15	-	-	3.271	167
Totale	21.443	1.105	7.545	419	488	76	29.476	1.600

Grafico 15



Questionario

Il questionario si suddivide in tre parti:

- la prima parte raccoglie le caratteristiche sociodemografiche dello studente e dei suoi genitori (età, sesso, comune di residenza, scuola frequentata, professione dei genitori);
- nella seconda parte si approfondisce l'immagine che gli studenti hanno degli imprenditori ed i fattori che concorrono a formare tale immagine;
- la terza parte riguarda l'interesse dei giovani a dare vita ad una propria impresa e le loro doti imprenditoriali.

Per l'indagine sono state utilizzate due versioni del questionario, con le medesime domande disposte in ordine diverso. In metà dei questionari utilizzati la seconda parte (analisi dell'immagine degli imprenditori) precedeva la terza (interesse a creare una propria impresa e autovalutazione delle capacità imprenditoriali). Nell'altra metà l'ordine di queste due sezioni era invertito, pertanto la terza parte precedeva la seconda. L'utilizzo di due diverse versioni del questionario è stato deciso sia per ridurre il rischio che gli studenti copiassero l'uno dall'altro durante la compilazione in classe, sia per evitare che l'ordine delle domande potesse incidere sui risultati.

Indagine tra gli studenti: "IMMAGINE DEGLI IMPRENDITORI"

L'IRE - Istituto di ricerca economica della Camera di commercio di Bolzano conduce uno studio volto ad analizzare l'immagine che gli studenti altoatesini hanno dell'imprenditoria e a comprendere se i giovani siano potenzialmente interessati a intraprendere in futuro un'attività autonoma. Le risposte che fornirete saranno trattate in modo anonimo. Vi ringraziamo per la Vostra collaborazione!

SEZIONE 1 TI PREGHIAMO DI RISPONDERE AD ALCUNE DOMANDE RIGUARDANTI TE E I TUOI GENITORI

1. Quanti anni hai?	_ _ anni	
2. Sesso:	☐ Maschile	☐ Femminile
3. Qual è il tuo comune di residenza?		
4. Che scuola frequenti?		
☐ Liceo		
☐ Istituto tecnico economico		
☐ Istituto tecnico tecnologico		
☐ Formazione professionale a tempo pieno		
☐ Formazione professionale di apprendistato		
5. Qual è la situazione occupazionale di tuo padre?		
☐ Lavora in proprio (a es. imprenditore, contadino, artigiano in proprio, medico privato, albergatore, ecc.)		
☐ Lavora come dipendente (a es. operaio, impiegato, insegnante, medico presso un ospedale, ecc.)		
☐ Non occupato / casalingo / in pensione		
6. In quale settore lavora tuo padre? (Se attualmente non lavora, indica il settore relativo alla sua ultima occupazione)		
☐ Agricoltura	☐ Alberghi e ristoranti	
☐ Comparto manifatturiero (artigianato e industria)	☐ Pubblica Amministrazione, scuola, sanità	
☐ Edilizia	☐ Servizi	
☐ Commercio	☐ Altro: _____	
7. Qual è la situazione occupazionale di tua madre?		
☐ Lavora in proprio (a es. imprenditrice, contadina, artigiana in proprio, medico privato, albergatrice, ecc.)		
☐ Lavora come dipendente (a es. operaia, impiegata, insegnante, medico presso un ospedale, ecc.)		
☐ Non occupata / casalinga / in pensione		
8. In quale settore lavora tua madre? (Se attualmente non lavora, indica il settore relativo alla sua ultima occupazione)		
☐ Agricoltura	☐ Alberghi e ristoranti	
☐ Comparto manifatturiero (artigianato e industria)	☐ Pubblica Amministrazione, scuola, sanità	
☐ Edilizia	☐ Servizi	
☐ Commercio	☐ Altro: _____	

SEZIONE 2
ESPRIMI LA TUA OPINIONE! RISPONDI ALLE SEGUENTI DOMANDE E
INDICA IN CHE MISURA CONCORDI CON LE DIVERSE AFFERMAZIONI

Prima di iniziare è necessario chiarire a chi ci riferiamo con la parola “imprenditore” e quali compiti svolge l'imprenditore o l'imprenditrice.

È imprenditore o imprenditrice chi gestisce in proprio un'impresa, assumendone il relativo rischio. Gli imprenditori producono o distribuiscono prodotti e offrono servizi. Sono quindi imprenditori, a esempio, gli artigiani indipendenti, i commercianti, gli albergatori, gli industriali, gli agricoltori diretti, ecc.

1. Che opinione hai degli imprenditori?				
1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Decisamente negativa	Abbastanza negativa	Neutrale	Abbastanza positiva	Decisamente positiva

2. Chi ha influenzato maggiormente la tua immagine degli imprenditori? (È possibile scegliere più risposte)	
☐ Imprenditori che conosco personalmente	
☐ Esperienze lavorative	
☐ Genitori e famiglia	
☐ Insegnanti e professori	
☐ Amici e conoscenti	
☐ Media (TV, radio e stampa)	
☐ Altri fattori: quali?	

3. Quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni?					
	Per nulla d'accordo		↔	Completamente d'accordo	
Gli imprenditori offrono i prodotti e servizi che rendono possibile la nostra qualità di vita.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Gli imprenditori fanno uso del loro potere economico a fini politici.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Gli imprenditori pensano solo al proprio profitto e non assumono responsabilità sociale.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Gli imprenditori sono innovativi e promuovono il progresso.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Gli imprenditori pretendono sempre di più dai loro dipendenti, ma non sono disposti a remunerarli maggiormente.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Gli imprenditori creano nuovi posti di lavoro.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐

4. Quali sono le caratteristiche “tipiche” degli imprenditori?						
	Molto	Piuttosto	Neutrale	Piuttosto	Molto	
Avversi al rischio	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	Propensi al rischio
Corrotti	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	Onesti
Avari	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	Generosi
Arroganti	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	Modesti
Pigri	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	Operosi
Legati al passato	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	Orientati al futuro
Poveri	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	Benestanti
Poco apprezzati	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	Molto apprezzati

5. Secondo te, quali caratteristiche e capacità deve possedere il perfetto imprenditore o la perfetta imprenditrice?					
	Per niente importante	Poco importante	Neutrale	Abbastanza importante	Molto importante
Disponibilità a rischiare	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Capacità di leadership	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Resistenza a stress e fatica	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Creatività	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Tenacia	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Capacità di prendere decisioni	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Ambizione	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Senso di giustizia	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Capacità di fare compromessi	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐

6. Se ti chiediamo di pensare a un imprenditore o a un'imprenditrice qualunque, chi ti viene in mente? Quale attività svolge? Di che tipo di impresa si tratta?
 _____

7. Descrivi brevemente l'imprenditore o l'imprenditrice cui hai pensato rispondendo alla domanda precedente (età, sesso, caratteristiche, stile di direzione, ragioni del successo, ecc.).
 _____

SEZIONE 3
POTRESTI IMMAGINARE DI FARE L'IMPRENDITORE? TI CHIEDIAMO DI RISPONDERE ALLE DOMANDE E DI INDICARE SE SEI D'ACCORDO CON LE VARIE AFFERMAZIONI

1. Potresti immaginare, in futuro, di dare vita ad un'impresa?				
1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Decisamente no	Probabilmente no	Non so	Probabilmente sì	Decisamente sì

2. Se alla domanda precedente hai indicato le risposte (4) o (5), in quale settore ti piacerebbe intraprendere la tua attività imprenditoriale?	
☐ Agricoltura	☐ Alberghi e ristoranti
☐ Comparto manifatturiero (artigianato e industria)	☐ Servizi
☐ Edilizia	☐ Altro: _____
☐ Commercio	

3. In che misura possiedi le seguenti caratteristiche?					
	Per niente	Poco	Non so	Abbastanza	Molto
Disponibilità a rischiare	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Capacità di leadership	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Resistenza a stress e fatica	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Creatività	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Tenacia	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Capacità di prendere decisioni	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Ambizione	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Senso di giustizia	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Capacità di fare compromessi	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐

4. Pensi di essere adatto/a a fare l'imprenditore?				
1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Decisamente no	Probabilmente no	Non so	Probabilmente sì	Decisamente sì

5. Quanto sei soddisfatto/a della preparazione acquisita a scuola nelle materie economiche?				
1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Molto insoddisfatto/a	Abbastanza insoddisfatto/a	Neutrale	Abbastanza soddisfatto/a	Molto soddisfatto/a

6. Pensi che a scuola si dovrebbe apprendere di più sull'economia e sul lavoro in proprio?				
1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Decisamente no	Probabilmente no	Non so	Probabilmente sì	Decisamente sì

7. Che cosa rende difficile avviare una tua attività? Quali fattori sono problematici?					
	Per niente	Poco	Non so	Abbastanza	Molto
Carico fiscale	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Concorrenza	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Burocrazia	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Rischio d'impresa	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Reperimento del capitale iniziale	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Conciliabilità di lavoro e famiglia	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Paura di un insuccesso	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐

8. Quali sono, secondo te, i vantaggi della professione di imprenditore / imprenditrice?					
	Nessun vantaggio	Piccolo vantaggio	Vantaggio medio	Grande vantaggio	Enorme vantaggio
Realizzare le proprie idee	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Apprezzamento da parte della gente	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Migliori opportunità di guadagno	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Essere al vertice di un'impresa	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Decidere autonomamente l'attività, il luogo e l'orario di lavoro	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐

9. Quali sono, secondo te, gli svantaggi della professione di imprenditore / imprenditrice?					
	Nessuno svantaggio	Piccolo svantaggio	Svantaggio medio	Grande svantaggio	Enorme svantaggio
Rischio di perdere denaro	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Grande responsabilità	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Orari di lavoro non fissi	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐
Elevato impegno lavorativo, poco tempo libero	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐

10. Intraprendere un'attività imprenditoriale, al giorno d'oggi, è	
☐ ...più difficile rispetto a dieci anni fa	
☐ ...né più facile, né più difficile rispetto a dieci anni fa	
☐ ...più facile rispetto a dieci anni fa	
☐ Non so	

11. Potresti motivare la tua risposta?	
	

Bibliografia

Crant, J.M. (1996). The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions, in „Journal of Small Business Management“, 34, 3, pagg. 317-332.

European Commission, Gallup Organisation (2009). Entrepreneurship in the EU and beyond, http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_283_en.pdf

European Commission (2012). Entrepreneurship in the EU and beyond, Flash Eurobarometer 354.

Matthews, C.H. e Moser, S.B. (1996). A Longitudinal Investigation of the Impact of Family Background and Gender on Interest in Small Firm Ownership, in „Journal of Small Business Management“, 35, 4, pagg. 29-43.

Minniti, M., Bygrave, W. (1999). The Microfoundations of Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice* 23 (4). pagg. 41-52.

Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner, J.c. e Hunt, H.K. (1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship, in “Entrepreneurship: Theory and Practice”, 15, 4, pagg. 13-32.

Schmölders, G. (1971). *Der Unternehmer im Ansehen der Welt*. Bergisch Gladbach, Lübbe. ISBN 3-7857-0080-6.

Werhahn, P. (1990). *Der Unternehmer: seine ökonomische Funktion und gesellschaftspolitische Verantwortung*, Ordo Socialis, Paulinus-Verlag, Trier.

Youth Entrepreneurship Barometer, Bertelsmann Stiftung (2007).
http://www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-7217A849-77480248/bst/YEB_short_2007.pdf



CAMERA DI COMMERCIO,
INDUSTRIA, ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA DI BOLZANO



IRE
ISTITUTO DI RICERCA ECONOMICA

La nostra attività comprende:

- ⇒ **Informazioni e dati economici** per imprese, associazioni e studenti (si assegnano anche tesi di laurea)
- ⇒ **Rapporti e relazioni** per convegni e attività di formazione
- ⇒ **Pubblicazioni regolari:**
 - Relazione sulla situazione economica in Alto Adige (annuale)
 - Barometro dell'economia (semestrale)
 - Listino dei prezzi all'ingrosso (mensile)
- ⇒ **Studi speciali:**
 - Barometro dell'economia - Risultati provvisori 2013 - Previsioni 2014 (2013)
 - Il commercio su aree pubbliche in Alto Adige - Un pilastro del commercio di vicinato (2013)
 - Barometro dell'economia – Bilancio intermedio 2013 (2013)
 - Agenda di riforme per l'Alto Adige – Impulsi per la crescita e proposte di risparmio (2013)
 - La congiuntura in Trentino – Alto Adige – luglio 2013 (2013)
 - Barometro dell'economia – Risultati definitivi 2012 – previsioni 2013 (2013)
 - Euregio Tirolo – Alto Adige – Trentino. L'opinione delle imprese in merito al potenziale di cooperazione (2013)
 - Il ritratto economico dell'Alto Adige 2012 (2013)
 - Barometro dell'economia – Risultati provvisori 2012 – previsioni 2013 (2012)
 - Alto Adige 2030 – Visto da fuori (2012)
 - Barometro dell'economia – Bilancio intermedio 2012
 - Politica economica e sociale – Linee guida per l'Alto Adige (2012)
 - L'Alto Adige verso il futuro – dimensione aziendale (2012)
 - Opportunità di mercato della carne bovina dell'Alto Adige (2012)
 - Barometro dell'economia – Risultati definitivi 2011 – previsioni 2012 (2012)
 - Barometro dell'economia – Risultati provvisori 2011 – previsioni 2012 (2011)
 - Un'analisi socioeconomica e demografica – I comuni altoatesini (2011)
 - Barometro dell'economia – Bilancio intermedio 2011 (2011)
 - Agenzie di viaggi locali: "La raggiungibilità dell'Alto Adige è buona?" (2011)
 - Artigianato altoatesino – Struttura e evoluzione (2011)
 - Contributo della CCIAA in occasione della 9ª "Giornata dell'economia" (2011)
 - Barometro dell'economia – Risultati definitivi 2010 – previsioni 2011 (2011)
 - L'Alto Adige verso il futuro – Le colonne portanti (2011)
 - Ricerca e sviluppo – Il punto di vista delle imprese altoatesine innovative (2011)

Le pubblicazioni antecedenti sono consultabili su internet.

ISTITUTO DI RICERCA ECONOMICA

I-39100 Bolzano, via Alto Adige 60
tel. 0471 945706, fax 0471 945712
internet: <http://www.camcom.bz.it/ire>
e-mail: wifo@camcom.bz.it

