

# Giovani e impresa, la crisi si vince con rappresentanza e “artigenialità”

Le imprese under 35 in Italia e nel Veneto sono in calo, e quando nascono faticano ad affrontare un concreto percorso di crescita che possa permettere loro di fare strada. È partito da questa presa di coscienza l'incontro territoriale dei **Giovani Imprenditori CNA** riunitisi oggi a Palazzo Thiene a Vicenza, nella cornice del Festival Città Impresa 2022. Obiettivo dell'appuntamento, fare il punto sulle difficoltà odierne degli imprenditori di nuova generazione, ma soprattutto condividere una strategia di rilancio a partire proprio dalla capacità di fare rete.

Il [Presidente CNA Giovani Imprenditori Veneto](#) Diego Stimoli ha illustrato ai 50 presenti – imprenditori e professionisti legati all'associazione con meno di 40 anni – i dati di un'indagine del Centro Studi CNA che ha fotografato la situazione dell'imprenditoria giovanile locale e nazionale nel decennio 2011-2020. Statistiche alla mano, l'aspetto più critico emerso è il calo del 22% delle attività con titolari under 35, con l'indice di diffusione (rapporto tra numero di imprese e popolazione 18-34 anni) abbassatosi di quasi 10 punti percentuali, dal 61,5% del 2011 al 51,9% del 2020.

«Provando a dare un senso a questi numeri – spiega Diego Stimoli – ci siamo accorti che **le nuove giovani imprese che nascono oggi sono per lo più ditte individuali, che restano tali anche dopo anni.** Ciò conferma la mancanza di un'attitudine alla crescita, ovvero l'unico modello che permette alle imprese di territorio di fare strada in un mondo sempre più competitivo, mettendosi così al riparo dal rischio di scomparire».

**Per il Veneto si conferma l'artigianato la scelta preferita dai nuovi giovani imprenditori** (38% contro la media nazionale del 33%), con punte proprio a Vicenza e Verona (rispettivamente 42% e 39%).

«E ciò testimonia come – prosegue Stimoli – proprio all'interno di questo ambito dobbiamo cominciare a lavorare per invertire le tendenze. Anche perché gli strumenti a disposizione li abbiamo tutti. Chiaramente il primo passo è cambiare il percepito che associa ancora purtroppo all'immagine dell'artigiano un piccolo mondo imprenditoriale chiuso in se stesso e poco incline al cambiamento. In realtà l'artigianalità giovane, che noi abbiamo voluto ribattezzare *artigenialità*, è proprio l'elemento che consente ai piccoli di fare il grande salto, se messa a sistema».



Tra le proposte da cui CNA intende partire, la necessità di riscrivere le regole della lobby e avviare politiche di **“buona impresa artigiana”**, per far sentire la voce dei giovani come veri protagonisti del loro tempo e diffondere una nuova cultura d'impresa basata su management evoluto, educazione finanziaria, previdenza, ma anche digitalizzazione e sostenibilità. «Cioè tutto ciò che deve far parte del bagaglio culturale del nuovo imprenditore giovane – conclude Stimoli –, per renderlo più forte oggi e in grado di portare avanti l'onda lunga di questo approccio all'impresa anche alle generazioni di domani».



Fonte: <https://www.cnavenetovest.it/>