

I nuovi imprenditori nell'economia italiana.

Breve storia del dopoguerra

di Massimo D'Angelillo – Genesis srl

Copyright Genesis, 2015

1. I nuovi imprenditori protagonisti del boom economico

I nuovi imprenditori furono protagonisti della ripresa economica del dopoguerra e del dopoguerra, contribuendo a creare attività completamente nuove rispetto a quelle esistenti fino agli anni Quaranta.

Molti dei fondatori delle odierne grandi imprese italiane erano giovani “start-upper” negli anni del boom economico: Luciano Benetton (nato nel 1935 crea l'impresa a 30 anni), Leonardo del Vecchio (1935, crea la prima occhialeria a 23 anni), Steno Marcegaglia (1930, a 29 anni inizia la prima produzione siderurgica), Giorgio Armani (1934, a 30 anni crea il marchio personale), Francesco Amadori (1932, a 37 anni crea l'Amadori), Giorgio Squinzi (1943, a 27 anni fonda la Mapei), solo per fare alcuni nomi.

Il boom fu tale perché con una società molto cambiata dall'anteguerra, l'economia cresceva trainata da nuovi consumi e nuovi investimenti, pubblici e privati.

Negli anni '50 il PIL crebbe mediamente, ogni anno, del 6,1%, e nel decennio successivo solo di poco meno: + 5,6%. Un ritmo che oggi definiremmo “cinese”¹.

La diffusione di auto e moto creava una domanda di veicoli (allora quasi tutti prodotti in Italia, dalle Fiat alla Lambretta), ma anche di pezzi di ricambio e servizi di manutenzione; gli stili di vita cambiati alimentavano una domanda continua di prodotti di abbigliamento, alimentari, di arredamento.

Non solo di prodotti si trattava: nei servizi il boom economico scatenava le potenzialità del turismo, con centinaia di migliaia di piccole attività (alberghi, ristoranti, bagni, ecc.) che sorgevano sulla costa romagnola come in Toscana, sulle Alpi come nelle isole.

Certamente, la crescita dei servizi era limitata dal fatto che gran parte dei bisogni delle persone erano soddisfatti all'interno delle famiglie, allora molto più numerose di oggi.

In agricoltura, spezzato il latifondo con la riforma agraria, si formavano milioni di piccole aziende agricole.

¹ L'economia della Repubblica Popolare Cinese cresce da quasi 40 anni a un ritmo medio del 7,5% annuo.

I giovani imprenditori di allora crearono una nuova struttura produttiva, che si andò a sovrapporre alle industrie già esistenti, private a statali: Fiat, Olivetti, ENI, Montecatini, Edison, Ansaldo, Breda, Marzotto, Barilla.

Fu una crescita caotica, che portò anche a parte dei problemi che l'Italia avrebbe dovuto affrontare in seguito: danni ambientali, speculazione edilizia, sprechi evasione fiscale, sfruttamento del lavoro.

La nuova imprenditoria del boom dimostrò però che, pur disordinatamente e senza un'adeguata regia nazionale, l'Italia era in grado di svilupparsi senza dipendere eccessivamente dagli investimenti stranieri. L'Italia si confermava un paese con propri stili di vita, una forte cultura del lavoro, e una propria imprenditoria.

Aprire una impresa negli anni del boom era complessivamente più facile che oggi. Mancavano i capitali, la società era povera, ma la domanda di beni e servizi cresceva rapidamente, anche perché l'Italia era uscita dall'isolamento ed era entrata a fare parte del Mercato Europeo Comune: esportare (mobili, piastrelle, capi di abbigliamento, elettrodomestici, prodotti alimentari, ecc.) in Francia, Germania, Olanda, era diventato facile.

Organizzare la produzione, per persone che non avevano una specifica formazione ma erano degli autodidatti (e non a caso molti ebbero successo, ma altrettanti fallirono lungo il percorso), non era facile: in compenso i terreni e gli immobili costavano poco, le tasse erano basse, la burocrazia limitata, la manodopera abbondante e poco costosa, anche perché molti lavoratori venivano dal Mezzogiorno e preferivano indirizzarsi al centro-nord piuttosto che emigrare all'estero.

L'apertura dei mercati esteri ovviamente era in entrambe le direzioni e per le imprese italiane iniziò la difficile partita della competizione con concorrenti esteri, soprattutto europei, molto agguerriti.

2. Gli anni Settanta e la fine del boom

Il boom economico non fu ininterrotto. Il periodo di massimo sviluppo si ebbe nel periodo 1958-63, poi alcune crisi e pronte riprese caratterizzarono il periodo successivo.

Gli anni Settanta portarono con sé l'esaurimento del lungo sviluppo del dopoguerra. La crisi petrolifera del 1973 (e poi quella del 1979) faceva capire che quello del costo dell'energia sarebbe diventato un problema serio e un serio freno allo sviluppo.

L'inflazione che si scatenò allora aprì un periodo di instabilità, con forti aumenti dei prezzi, ad esempio degli immobili, che favorirono iniziative speculative piuttosto che produttive.

Gli scioperi e i movimenti sociali operai e studenteschi facevano capire che la società stava cambiando e diventava più esigente, ad esempio sulle condizioni e sui costi del lavoro, oltre che sui diritti civili, che soprattutto i più giovani rivendicavano con forza.

Nelle tensioni sociali vi era poi il rischio concreto che si inserissero gruppi terroristici, di vario colore.

La crisi però fu superata, con una forte coesione sociale.

Anche negli anni '70 e nuove imprese fecero la loro parte. Fu l'epoca dello sviluppo dei cosiddetti "distretti industriali", aree specializzate su specifici settore (dalla maglieria di Carpi alle piastrelle di Sassuolo, dagli occhiali di Belluno alle cucine di Pesaro, dal biomedicale di Mirandola al panettone di Verona) e formate da piccole e medie imprese, create spesso da ex operai delle fabbriche più grandi.

In ogni distretto le imprese produttrici del prodotto finale, ad esempio una cucina, si avvalevano (e si avvalgono, i distretti in molti casi sopravvivono ancora oggi) di subfornitori specializzati, di

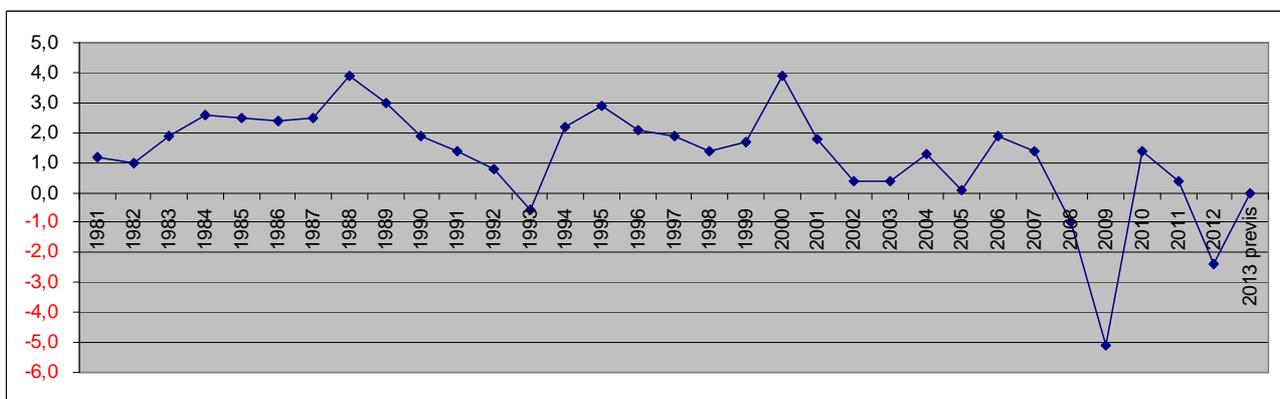
componenti (ad esempio vetrerie, fornitori di ferramenta, ecc.) e di servizi (trasporti, montaggio, ecc.).

Gli stili di vita, di abbigliamento, musicali, cambiavano rapidamente. Si sviluppavano nuovi servizi: per il tempo libero (cinematografi, discoteche, ecc.), il turismo, la salute, ecc.

La forte richiesta di emancipazione femminile e di parità tra uomo e donna faceva delle donne, soprattutto giovani, dei soggetti portatori di nuovi stili di vita e di consumo.

I nuovi stili di vita inducevano la nascita di attività commerciali di tipo nuovo: negozi di dischi, di strumenti musicali, jeanserie, fumetterie, motociclette e accessori, negozi di articoli sportivi, pub, pizzerie, paninoteche, ecc.

In seguito ai grossi progressi nella scolarizzazione, entravano in campo giovani imprenditori diplomati e laureati, che iniziavano a concepire prodotti e servizi innovativi, a partire da quelli dell'informatica, un settore allora che allora stava muovendo i primi passi.



3. Gli anni Ottanta

Il panorama economico degli anni '80 è positivo, anche se non più esplosivo come negli anni del boom.

L'economia cresce a un ritmo medio del 2,3% annuo, e nel decennio non si verificano anni di recessione.

Continua il trend verso l'internazionalizzazione delle produzioni, e le aziende si riorganizzano per diventare più competitive.

Se nel periodo precedente le nuove imprese avevano creato migliaia di laboratori e aziende di produzione, ora si entra in una fase di "terziarizzazione", cioè di diffusione di servizi.

Nasce allora il concetto di "servizio alle imprese" o di "servizio reale", cioè di servizi che aiutano le imprese esistenti ad essere più moderne e competitive.

Sono i giovani scolarizzati negli anni '70 a farsi portatori della diffusione dell'informatica. In Italia non nasce nessun leader internazionale, ed anzi quello che c'era (la Olivetti di Ivrea) entra in crisi, ma in compenso nascono migliaia di software house, che introducono nelle aziende clienti innovazioni che sono continue e coinvolgono la contabilità, la produzione (automazione), la gestione del magazzino, ecc.

L'informatica è però solo una delle esigenze dell'epoca. Un grande campo di espansione è quello del marketing, con migliaia di nuove agenzie pubblicitarie, studi grafici, studi fotografici, agenzie di organizzazione di fiere, agenzie di traduzione, ecc.

Servono anche nuovi criteri di organizzazione aziendale, visto che le aziende devono essere sempre più efficienti, per non sprecare materie prime, tempo di lavoro, energia, tutte risorse sempre più costose.

Nel commercio inizia l'offensiva delle grandi catene di supermercati, che fanno sparire i piccoli negozi, a meno che questi non siano capaci di modernizzarsi e fornire servizi specializzati.

Si sviluppano attività prima presenti in misura molto minore: agenzie viaggi, agenzie immobiliari, palestre, profumerie, negozi di computer, piccole radio e televisioni private, ecc.

Inizia a diffondersi il franchising: la catena Calzedonia, una di quelle che avrà più successo, inizia l'attività nel 1986. Nello stesso anno nasce anche Tecnocasa, come catena in franchising di agenzie immobiliari.

Il franchising servirà a trasformare in piccoli imprenditori tanti gestori di punti vendita.

Alcune sensibilità culturali nuove iniziano infatti a formarsi in questo periodo, e diventeranno fonti di iniziativa imprenditoriale, soprattutto negli anni seguenti: la sensibilità ecologica, la ricerca di una salute basata sulla buona alimentazione e su un regime di vita sano, l'interesse per le lingue e i viaggi all'estero, l'attenzione alla valorizzazione dei beni culturali, la ricerca della forma fisica, ecc.

Anche gli enti pubblici si modernizzano, introducendo l'informatica nella gestione di anagrafi, uffici amministrativi, ecc., e utilizzando fornitori esterni specializzati, per ridurre i costi (ad esempio per le pulizie o le mense), migliorare la qualità (studi di architetti, geologi, economisti, gestione musei, ecc.) e per lanciar nuovi servizi (Informagiovani, servizi sociali, attività culturali, ecc.).

In alcuni settori, ad esempio nei servizi sociali (anziani, bambini, disabili, ecc.), le imprese sono spesso create in forma cooperativa.

Negli anni '80 l'economia cresce, ma anche a causa dell'informatica, delle accresciute concorrenza e dei miglioramenti organizzativi, l'occupazione non cresce nella stessa misura. Si tratta di una "jobless growth", come fu chiamata allora: una crescita senza occupazione.

La disoccupazione diventa quindi un serio problema, soprattutto in certe aree del Mezzogiorno. Il modo per trovare un lavoro è spesso quello di mettersi in proprio.

Anche a livello politico si inizia a capire che le nuove imprese possono riuscire a ottenere risultati occupazionali importanti: nel 1986 viene varata una importante legge sulla imprenditoria giovanile, e nel 1992 verrà varata quella sulla imprenditoria femminile, dal momento che la disoccupazione colpisce soprattutto le donne.

Sono leggi nazionali, a cui si affiancheranno anche diverse leggi regionali.

Negli anni '80 le condizioni di avvio di una nuova impresa cambiano rispetto al periodo precedente. Il contesto è sempre più regolamentato (ad esempio in materia di ambiente o di sicurezza contro gli infortuni), le tasse più elevate (dati i maggiori costi che lo Stato si assume ora in materia di sanità, pensioni, scuola, ecc.), i costi delle risorse più elevati.

4. Gli anni Novanta

Gli anni '90 fanno entrare l'Italia in un'epoca certamente più complicata, a tutti i livelli. Il paese, sempre più aperto agli scambi internazionali, è anche più instabile perché deve più da vicino fare i conti con la competizione degli altri paesi, in primo luogo europei.

Nel 1992 l'Italia non riesce a mantenere il rapporto di cambio fissato all'interno dello SME (Sistema Monetario Europeo) e deve bruscamente svalutare la Lira, dopo che il governo ha tentato in tutti i modi di evitarlo con misure di tassazione molto pesanti e impopolari. La crisi tocca l'apice con la recessione del 1993, poi si riprende gradualmente.

Complessivamente, la crescita nel decennio avrà un ritmo medio dell'1,8% all'anno, di mezzo punto inferiore a quella del decennio precedente.

Il sistema politico non riesce più a dare risposte soddisfacenti ai cittadini e implode, con gli scandali di Tangentopoli che portano in carcere o a processo per corruzione molti esponenti dei partiti.

La mafia, di fronte a uno Stato indebolito, lo sfida apertamente con attentati eccellenti e stragi fra la popolazione.

In questo quadro, le nuove imprese hanno ancora una volta la funzione di creare occupazione e rinnovare il tessuto economico.

L'industria si dota sempre più di sistemi di automazione, che inducono servizi di progettazione, installazione e manutenzione di dispositivi elettronici.

L'elettronica entra sempre più anche nelle case (domotica), con cancelli automatici, sistemi di allarme, impianti di condizionamento.

Il settore informatico è sempre effervescente, con soluzioni per le imprese e applicazioni multimediali: Internet inizia a diffondersi e dà un impulso a un diverso tipo di comunicazione aziendale.

La multimedialità offre opportunità imprenditoriali nei videogiochi, nei software di simulazione, nei cartoni animati. Significativo il successo di una piccola azienda di Ancona, la Rainbow (imprenditore Iginio Straffi, 30 anni), che nel 1995 lancia un cartone animato che avrà un grande successo, anche internazionale: le Winx.

Nelle aziende vi è sempre più la consapevolezza che bisogna competere, con concorrenti stranieri molto agguerriti, tramite una maggiore qualità.

La qualità dipende però prima di tutto da quella delle risorse umane: forte sviluppo inizia ad avere il settore della formazione professionale, in parte finanziato anche dagli enti pubblici.

La qualità significa anche rispondere a standard tecnici più precisi: in questi anni si diffonde molto il mercato delle certificazioni di prodotto e di processo, con molti nuove imprese e consulenti che si specializzano in questo percorso.

In alcuni settori come l'alimentare, il marketing si basa sulla comunicazione della tipicità dei prodotti, tramite marchi DOP, DOC, IGP, ecc.

La ricerca della biologicità dei prodotti è sempre più spinta, perché in questo senso va la sensibilità dei consumatori, che avvantaggia tutta la filiera: le produzioni agricole biologiche, la realizzazione di prodotti alimentari, i negozi e i ristoranti bio, che si diffondono per la prima volta in modo significativo.

Tutto il discorso ambientale ha una forte valorizzazione: gli enti pubblici creano aree protette, che fanno gestire a gruppi spesso organizzati in cooperativa; la gestione dei rifiuti rende necessari servizi di raccolta e di riciclaggio (alcuni anch'essi per filiera: legno, plastica, ecc.); la prevenzione e il controllo dell'ambiente favoriscono lo sviluppo di laboratori specializzati e di esperti.

Standard di costruzione più elevati (ad esempio per prevenire gli effetti dei terremoti) favoriscono la diffusione di nuove figure professionali, come i geologi e gli ingegneri strutturisti.

Il turismo si rinnova, ampliando l'offerta e puntando su stili di consumo che piacciono molto anche ai turisti stranieri: gastronomia "slow", strade del vino, cultura e benessere fisico.

Sorgono parchi di divertimento tematici, e l'animazione diventa un servizio indispensabile per molte strutture turistiche.

Si diffonde l'agriturismo, contribuendo al rinnovamento e al rilancio di molte aziende agricole poco redditizie.

Le terme si rilanciano con nuovi servizi benessere, nelle città si diffondono centri benessere di nuova concezione.

La pratica dello sport si estende a nuove discipline, quali ad esempio il calcetto, il beach volley o lo sci-alpinismo.

Le palestre si trasformano in centri fitness e wellness e un'azienda particolarmente intraprendente, che era stata fondata nel 1983 da un imprenditore nato nel 1961 (quindi di 22 anni), la Technogym di Cesena, diventa leader nel mondo delle attrezzature di questo tipo.

La qualità dei locali pubblici italiani traina anche aziende specializzate negli allestimenti e nell'arredamento per locali.

Nel commercio, lo sviluppo della grande distribuzione mette in difficoltà il piccolo commercio, anche se alcune liberalizzazioni ("Legge Bersani" del 1998), eliminando le licenze dei negozi, rendono più facile l'avvio d'impresa.

La telefonia ha uno sviluppo impressionante, per i progressi tecnologici e la concorrenza che offre opportunità a diverse catene di gestori, con punti di vendita e assistenza in franchising.

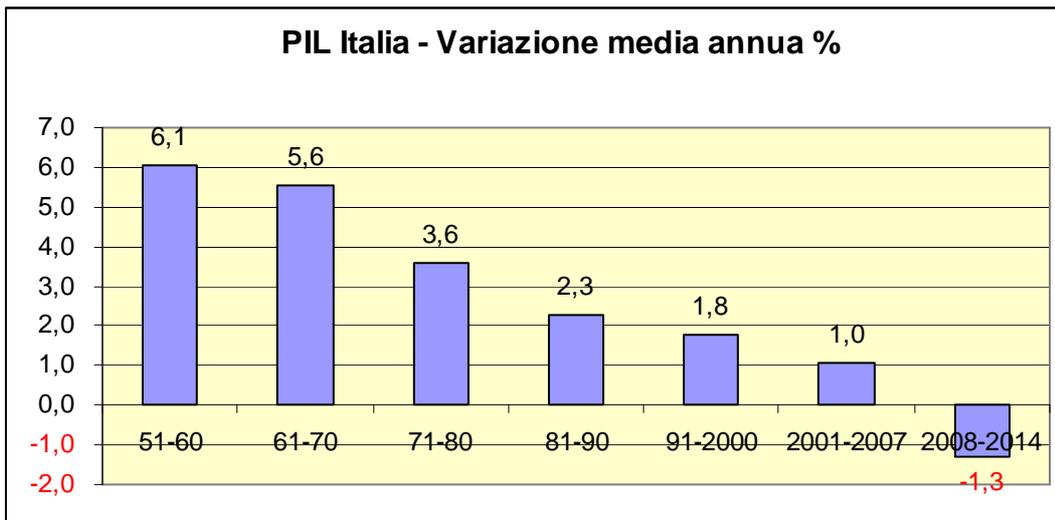
Nell'ambito sociale, si diffondono molte attività imprenditoriali rivolte all'infanzia, dai micronidi ai baby parking.

Si sviluppano attività che consentono ai clienti un risparmio di tempo, specie nelle città; ad esempio gastronomie e pizzerie di asporto, distributori automatici, lavaggi self service per auto e moto, lavanderie, anche self-service.

Ha un grande sviluppo il settore degli animali domestici: per gli allevamenti, i negozi specializzati, le toelettature, i servizi veterinari, ecc.

Negli anni '90 le politiche di promozione delle nuove imprese inaugurano nuovi strumenti come i primi incubatori, mentre buon successo la legge sulla imprenditoria femminile del 1992.

Le politiche europee riconoscono l'importanza della nuova imprenditoria per l'obiettivo della piena occupazione. Nel 1997 viene varata la Strategia Europea per l'occupazione, che fissa quattro pilastri, ossia l'idoneità al lavoro, l'imprenditorialità, l'adattabilità e le pari opportunità.



5. Nuovi imprenditori contro la crisi: gli anni 2000 e oltre

Il nuovo decennio si apre con la crisi di Internet negli USA e poi con gli attentati alle Torri Gemelle nel 2001, proseguendo con le guerre in Iraq e Afghanistan. E' quindi un decennio difficile, in cui la crescita dell'economia dapprima rallenta, per poi precipitare nella recessione nel 2008-2009 con la crisi finanziaria, anch'essa scoppiata negli USA.

Le politiche inefficaci messe in atto in Europa, con un accento prioritario sulla stabilità monetaria piuttosto che alla crescita hanno trascinato la crisi sino ad oggi.

In Europa e in Italia, nel 2002 entra in vigore l'Euro, valuta che in una prima fase consente di creare una stabilità monetaria, con l'abbassamento dei tassi di interesse anche per le imprese, ma poi diventa sempre più criticata per i vincoli di politica economica che impone ai diversi paesi.

La stagnazione economica e occupazionale di questo periodo rende sempre più importante il ruolo delle nuove imprese, che con la loro flessibilità e innovatività riescono a sviluppare attività, e soprattutto servizi, che vanno incontro ai bisogni dei cittadini.

In alcuni casi, le leggi agevolano l'apertura di nuove tipologie d'impresa, come nel caso delle parafarmacie (2008).

Fino al 2007-8 l'economia italiana ha una crescita modesta ma discreta, la popolazione aumenta e si vive in molte zone un boom edilizio, che incoraggia l'avvio di molte iniziative artigianali, nelle varie attività coinvolte dai cantieri edilizi.

Sono anni di immigrazione, e uno dei modi attraverso cui molti immigrati stranieri si inseriscono consiste nell'aprire piccole attività: nell'edilizia, nel commercio (fisso e ambulante), nella ristorazione.

L'immigrazione contribuisce a ringiovanire la popolazione, e a rendere pressante l'esigenza di ampliare la base dei servizi per l'infanzia. Continua però anche l'aumento del numero di anziani, che rendono maggiori le esigenze di servizi sociali spesso gestiti da cooperative o microimprese.

La crisi induce lo sviluppo di attività "low cost": ad esempio il Bed and Breakfast come forma di ricettività turistica, o il commercio di beni usati e vintage.

Nel consumo alimentare prosegue il trend del biologico, cui si affianca quello dei prodotti a km zero. Si assiste a un certo ritorno alle produzioni agricole, da parte di persone giovani in cerca di un'occupazione a contatto con la natura (spesso in produzioni biologiche).

Il fascino del prodotto alimentare non industriale si estende anche a prodotti non tipicamente italiani, come la birra, dove nascono decine di piccoli laboratori artigianali.

La cura del corpo, della forma fisica, dell'estetica non conosce crisi, con lo sviluppo di attività quali i centri di riabilitazione fisioterapia, i personal trainer o i centri benessere tipo SPA (Salus per Aquam).

Internet ha un nuovo impressionante sviluppo, con i social network e l'e-commerce. I social media cambiano ulteriormente la comunicazione aziendale di molte imprese, e favoriscono la nascita di nuove piccole imprese di comunicazione.

L'e-commerce spinge molte imprese a vendere direttamente saltando i canali commerciali tradizionali: alcune di queste diventano rapidamente importanti. Una per tutto la Yoox, specializzata nella vendita on line di abbigliamento di alta gamma, creata a Bologna nel 2000 da giovani imprenditori, che in pochi anni la porteranno al successo di Borsa.

L'informatica e Internet creano opportunità anche nella editoria elettronica, con e-book scaricabili on line, e prodotti da piccole case editrici.

Il rapporto con la rete consente anche prime forme sperimentali di raccolta di finanziamenti on line: il cosiddetto Crowdfunding.

Anche in campo educativo e professionale si sviluppa la formazione a distanza via Internet.

Negli anni 2000 si arriva poi alla consapevolezza che la crisi economica deve essere combattuta con l'innovazione, e che questa va sostenuta con programmi specifici. Si diffonde il concetto di "Start Up tecnologica": una nuova impresa nata dal contatto con l'Università e centri di ricerca.

Molti ambiti consentono l'avvio di nuove imprese ad alta tecnologia: dalle biotecnologie alla genetica, dalla robotica alle energie rinnovabili.

Il settore fotovoltaico, ad esempio, ha una grande diffusione, e favorisce una qualificazione di imprese tradizionali come quelle di costruzioni e dell'impiantistica elettrica.

In un'epoca di costi crescenti delle risorse, le nuove tecnologie possono contribuire al risparmio energetico, e quindi a combattere la crisi.

La crisi si contrasta anche con iniziative commerciali all'estero. L'ingresso della Cina nel WTO, e quindi l'apertura reciproca dei mercati, mettono in seria difficoltà attività manifatturiere tradizionali, ora non più competitive, ma aprono anche immensi mercati all'estero, per prodotti di alta qualità, tecnologica o di design.

Non a caso in questo periodo si consacrano come imprese di successo internazionale alcune ex nuove imprese fondate da giovani, come la Brunello Cucinelli, fondata nel 1978 da un imprenditore che all'epoca aveva solo 25 anni.

Le politiche per le nuove imprese, ora dotate di meno risorse a parte quelle europee, si concentrano sui corsi di formazione, su sgravi fiscali, concorsi di idee, servizi di consulenza e di coaching, e su progetti ancora embrionali di decollo di finanziamenti nel capitale di rischio delle imprese innovative, del tipo Venture Capital.

**