

Solo il 7,4% delle aziende è guidato da «under 30»

Imprenditoria giovanile Trentino agli ultimi posti

TRENTO — Non decolla in Trentino l'imprenditoria giovanile: solo il 7,39% infatti delle imprese è guidato da giovani. Così la nostra provincia si colloca al 78esimo posto della classifica nazionale stilata dalla Camera di commercio di Mestre.

Peggiora la situazione in Alto Adige, Bolzano infatti conquista la maglia nera dell'imprenditoria giovanile posizionandosi all'ultimo posto con un 5,45%.

In generale è l'intero Nordest a segnare il passo rispetto all'andamento nazionale.

Sul resto del territorio italiano la media delle imprese guidate da «under 30» è dell'8,7%.

Sotto la media l'intero Triveneto; unica eccezione è Verona con un 8,39%. Le provincie più vivaci sono al sud.

Cristofolini:

«Il benessere in cui viviamo non stimola. È indispensabile diffondere la cultura d'azienda tra i junior»

Le ragioni di questo andamento potrebbe essere nelle difficoltà del passaggio generazionale, problema tra i più complessi per le piccole medie imprese. Rocco Cristofolini, presidente del Gruppo giovani industriali di Trento getta acqua sul fuoco: «Non sono con-

vinto che ci sia un problema legato esclusivamente al passaggio generazionale - dice - piuttosto è innegabile che sul nostro territorio esistano già numerose imprese e crearne di nuove non è così immediato». E continua: «In un certo senso il benessere non stimola a mettersi in gioco».

Il quadro si complica se si tiene conto del fatto che il mercato occupazionale è abbastanza concorrenziale. Lente pubblico attrae molte risorse. «Il dato comunque spinge ad una riflessione - prosegue Cristofolini - è indispensabile dare una spinta alla diffusione della cultura imprenditoriale tra i giovani, su questo fronte c'è un gap di conoscenza».

Un'impresa, poi, non si mette in piedi dall'oggi al domani servono idee originali e creatività per trovare spazio sul mercato. Nessun limite invece sul fronte dell'accesso al credito. «Oggi le banche sono molto più disponibili che in passato a sostenere nuove idee, è certo che il business plan deve essere credibile», conclude Cristofolini.

Ma. Gi