

L'attivazione imprenditoriale in Italia

Rapporto GEM 2023-2024

A cura di
Alessandra Micozzi





Il presente volume è pubblicato in open access, ossia il file dell'intero lavoro è liberamente scaricabile dalla piattaforma **FrancoAngeli Open Access**

(<http://bit.ly/francoangeli-oa>).

FrancoAngeli Open Access è la piattaforma per pubblicare articoli e mono-grafie, rispettando gli standard etici e qualitativi e la messa a disposizione dei contenuti ad accesso aperto. Oltre a garantire il deposito nei maggiori archivi e repository internazionali OA, la sua integrazione con tutto il ricco catalogo di riviste e collane FrancoAngeli massimizza la visibilità, favorisce facilità di ricerca per l'utente e possibilità di impatto per l'autore.

Per saperne di più: [Pubblica con noi](#)

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "[Informatemi](#)" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

L'attivazione imprenditoriale in Italia

Rapporto GEM 2023-2024

A cura di
Alessandra Micozzi

FrancoAngeli 

Copyright © 2024 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore ed è pubblicata in versione digitale con licenza Creative Commons Attribuzione-Non commerciale-Non opere derivate 4.0 Internazionale (CC-BY-NC-ND 4.0)

L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito <https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/deed.it>

Indice

<i>Prefazione, di Giovanni Cannata</i>	7
<i>Executive summary</i>	11
<i>1. Introduzione</i>	13
<i>2. L'avvio di nuove imprese in Italia</i>	17
<i>3. La propensione imprenditoriale</i>	23
<i>4. L'attività imprenditoriale in Italia</i>	35
<i>5. Caratteristiche delle nuove iniziative</i>	53
<i>6. Il gap di genere</i>	61
<i>7. L'indagine ai soggetti chiave</i>	69
<i>Riferimenti bibliografici</i>	109
<i>Appendice – Il progetto GEM</i>	115
<i>Indice delle figure</i>	119
<i>Gli autori</i>	123

Prefazione

Avviato nel 1999 dal Babson College (USA) e dalla London Business School (UK), il GEM (Global Entrepreneurship Monitor) è divenuto il principale strumento di studio dell'attività imprenditoriale a livello mondiale.

Oltre alla pubblicazione dei rapporti nazionali e di un rapporto globale, il consorzio GEM mette a disposizione della comunità scientifica i dati raccolti nei diversi paesi, organizzati in forma comparabile. Dall'utilizzo dei dati GEM sono state sviluppate centinaia di pubblicazioni scientifiche, che hanno consentito di ottenere una migliore conoscenza del fenomeno dell'imprenditorialità e delle sue determinanti. Tale conoscenza risulta fondamentale per orientare le politiche nazionali e locali di sostegno all'imprenditorialità.

Il "Decreto sviluppo", emanato nel 2012 e successivamente ampliato e modificato, ha costituito il primo intervento organico di politiche per il sostegno all'imprenditorialità (in particolare l'imprenditorialità innovativa) e per la creazione di un ecosistema favorevole alla nascita e allo sviluppo di nuove imprese. Malgrado ciò, le rilevazioni GEM successive al 2013 mettono in luce che l'Italia si mantiene agli ultimi posti fra i paesi europei per tassi di attivazione imprenditoriale della popolazione.

Il fenomeno ha cause di tipo strutturale che investono diversi aspetti dell'economia e della società: sia quelli più direttamente collegati alla propensione imprenditoriale, come il sistema della formazione scolastica e universitaria, la normativa sull'impresa e sul lavoro, il sistema finanziario; sia aspetti attinenti alla cultura e agli atteggiamenti prevalenti negli individui e nelle famiglie. L'Italia, ad esempio, è fra i paesi nei quali le persone mostrano la maggiore avversione al rischio e fra quelli con i più bassi tassi di attivazione imprenditoriale nella popolazione femminile. Nel nostro paese è anche relativamente poco sviluppata l'attività imprenditoriale interna alle imprese (intrapreneurship), risultato della scarsa diffusione di modelli organizzativi e di governance orientati alla valorizzazione del capitale umano.

Elevare i tassi di attivazione imprenditoriale in tutte le fasce di età e nelle diverse condizioni in cui questa si esprime è un obiettivo fondamentale ai fini della crescita e dell'innovazione. L'indagine GEM può contribuire in modo significativo ad individuare i fattori dai quali dipende la propensione imprenditoriale e a rendere maggiormente efficaci le conseguenti azioni di policy.

Questo obiettivo è diventato ancora più impellente a seguito della grave crisi sociale ed economica determinata dalla pandemia da Covid-19 che ha colpito in modo significativo il nostro paese. La capacità di reazione e di ripresa dipenderà non solo dall'entità dell'intervento finanziario a livello macroeconomico ma soprattutto dalla capacità di reazione della popolazione; all'interno di quest'ultima la propensione imprenditoriale costituirà un fattore cruciale per accelerare la ripresa e per indirizzarla verso obiettivi di sostenibilità economica, ambientale e sociale.

Per tale motivo, Universitas Mercatorum ha deciso di dare il proprio contributo scientifico e sociale finanziando interamente l'indagine relativa al nostro paese.

Nel processo di attivazione imprenditoriale, la fase dell'ideazione dell'impresa è trascurata dalle statistiche nazionali, e questo costituisce un limite in quanto gli imprenditori nascenti, cioè quegli individui coinvolti in attività di gestazione volte ad avviare una nuova impresa sono centinaia di milioni nel mondo.

Il successo di tali attività di gestazione è segnato dall'emergere di una nuova azienda pienamente operativa attraverso la registrazione presso la Camera di Commercio.

Per tale motivo, i risultati dell'indagine sono presentati in partnership con Unioncamere in quanto l'analisi della propensione imprenditoriale, che si evince dall'indagine GEM, è assolutamente complementare rispetto all'analisi sull'attivazione delle nuove imprese registrata dalle Camere di Commercio.

Questo rapporto, da un canto vuole essere testimonianza di una consolidata relazione con il sistema camerale che ha dato origine alla nostra Università, dall'altro vuole essere testimonianza della cura che viene messa nell'attività di ricerca e di conseguente formazione; in aggiunta, una terza missione è l'idea "impresa e lavoro al centro" con il rilancio di Universitas Mercatorum, i cui esiti sono all'attenzione di tutti.

Sono molto grato alla Prof.ssa Micozzi, coordinatrice di questa ricerca e curatrice attenta di questo volume per l'impegno profuso con altri colleghi della nostra Università e con la collaborazione di studiosi dell'Università Politecnica delle Marche.

Questo volume è fonte di riflessioni operative e di servizio tanto sul fronte delle iniziative istituzionali quanto come bacino di riferimento per ulteriori attività di ricerca che l'Ateneo auspicabilmente sosterrà in futuro.

Prof. Giovanni Cannata
Rettore di Universitas Mercatorum

Executive summary

L'indagine GEM, svolta su un campione rappresentativo della popolazione adulta e con un panel di testimoni privilegiati, consente di ottenere dati e informazioni sulle **caratteristiche del fenomeno imprenditoriale** nel nostro paese.

Nell'ultimo decennio si è registrata una tendenza alla **riduzione dell'avvio di nuove imprese** in Italia. La riduzione è spiegata in larga misura dal **calo della propensione imprenditoriale**, cioè dalla percentuale di popolazione adulta che si attiva per l'avvio di nuove imprese.

L'indagine GEM segnala una **ripresa della propensione imprenditoriale negli ultimi anni**, in relazione al rimbalzo dell'attività economica post-pandemia. In Italia **la propensione imprenditoriale è fortemente pro-ciclica** essendo prevalente l'imprenditorialità per opportunità e non per necessità.

Malgrado la ripresa degli ultimi anni, l'indagine GEM segnala che **l'Italia rimane fra i paesi a più bassa propensione imprenditoriale**. È anche fra i paesi nei quali è più ampio il gap fra la propensione imprenditoriale della popolazione e l'effettiva attivazione di nuove imprese.

In Italia è bassa l'attività di **intrapreneurship**, cioè il coinvolgimento dei dipendenti nello sviluppo di nuove attività all'interno di imprese e organizzazioni.

A spiegare il gap fra propensione e attivazione vi sono sia **fattori soggettivi** (minore propensione al rischio) sia **fattori di contesto** (carenza di opportunità, difficoltà regolamentari e normative).

Andrebbe affrontato con maggiore decisione il tema della **formazione all'imprenditorialità** che è segnalato dagli esperti fra i fattori di maggiore debolezza del nostro paese.

Il confronto con gli altri paesi evidenzia un basso livello di propensione imprenditoriale nelle fasce di età sopra i 45 anni. Considerato il progressivo invecchiamento della popolazione andrebbe prestata maggiore attenzione ai fattori che influenzano la **propensione imprenditoriale nelle fasce di popolazione più anziane** (silver entrepreneurship).

La propensione imprenditoriale cresce in modo significativo al crescere dei **livelli di istruzione**. La bassa percentuale di laureati nella popolazione adulta potrebbe contribuire a spiegare la bassa propensione imprenditoriale nel nostro paese.

Il **gap di genere** è particolarmente significativo nell'attività imprenditoriale ed è più elevato nel nostro paese rispetto alla media. Anche in questo ambito un maggiore impegno nella **formazione all'imprenditorialità in ambito scolastico** risulta decisivo.

1. Introduzione

In questo rapporto sono presentati i risultati dell'indagine GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) per l'Italia relativi al 2023.

L'indagine GEM costituisce la più estesa rilevazione dell'attività imprenditoriale a livello internazionale. Avviata nel 1999, essa ha interessato oltre 100 paesi nel mondo. L'indagine relativa al 2023 ha coinvolto 46 paesi con interviste dirette ad oltre 100.000 individui e interviste a circa 2.000 testimoni privilegiati.

L'indagine GEM è svolta con una metodologia stabile nel tempo e comune a tutti i paesi. Ciò consente il confronto dei risultati fra i diversi paesi coinvolti nell'indagine e l'esame del loro andamento temporale.

Il GEM si compone di due diverse indagini. La prima è condotta su un campione rappresentativo della popolazione adulta ed è volta ad indagare il livello e le caratteristiche dell'attività imprenditoriale. La seconda è condotta attraverso interviste ad un panel di esperti ed è finalizzata ad individuare i punti di forza e di debolezza dell'ecosistema imprenditoriale nazionale.

L'indagine sulla popolazione adulta rileva l'attività imprenditoriale delle persone indipendentemente dal loro stato occupazionale. Coinvolge, quindi, sia persone che stanno av-

viando un'attività in proprio sia dipendenti che stanno sviluppando una nuova attività imprenditoriale per conto dell'organizzazione nella quale lavorano. L'indagine consente pertanto di ottenere una raffigurazione completa dell'attività imprenditoriale presente in un paese.

La pandemia da Covid-19, diffusasi a livello globale a partire dai primi mesi del 2020, ha avuto un impatto rilevante sulle attività economiche in generale e sull'avvio di nuove imprese in modo particolare. Negli anni successivi vi è stata una rapida ripresa, che ha interessato anche il nostro paese. Per un lungo periodo, seguito alla crisi finanziaria del 2008-2009, l'Italia è stata agli ultimi posti della graduatoria internazionale per vivacità imprenditoriale della popolazione. A partire dal 2021 si è evidenziata una netta ripresa. Malgrado il recupero degli ultimi anni, il livello dell'attività imprenditoriale rimane nel nostro paese strutturalmente basso rispetto a quanto osservato negli altri paesi industrializzati e con un andamento fortemente pro-ciclico. Nel 2023 l'Italia si colloca al 36esimo posto (su 46 paesi) nel ranking globale.

Aumentare la propensione imprenditoriale della popolazione è fondamentale non solo per le prospettive di crescita dell'economia ma anche per favorire l'innovazione e affrontare le crescenti sfide in ambito sociale e ambientale. Ciò vale a maggior ragione nell'attuale contesto in relazione ai profondi mutamenti nell'economia e nella società prodotti dalla transizione digitale ed ecologica.

I dati e le analisi contenuti in questo rapporto aiutano nella comprensione delle caratteristiche dell'attività imprenditoriale nel nostro paese, utili a disegnare azioni di policy efficaci. L'indagine prende in considerazione i diversi aspetti che possono influire sulla propensione imprenditoriale, sia

con riferimento alle variabili demografiche (età, sesso, livello di istruzione, reddito, ecc.) sia con riferimento alle variabili di contesto. In particolare, sono approfondite le cause che contribuiscono a spiegare la discrepanza osservata fra l'intenzione imprenditoriale, cioè l'interesse per una carriera imprenditoriale, e la sua effettiva traduzione nell'avvio di nuove imprese.

Oltre alle evidenze desumibili dall'indagine sulla popolazione adulta, il Rapporto esamina i risultati dell'analisi condotta intervistando un panel di esperti. Questa indagine è volta ad individuare i punti di forza e di debolezza dell'ecosistema imprenditoriale italiano, in comparazione a quello degli altri paesi.

L'indagine GEM Italia è stata resa possibile grazie al sostegno dell'Universitas Mercatorum. Ad essa ha collaborato il Centro per l'Innovazione e l'Imprenditorialità dell'Università Politecnica delle Marche.

L'indagine presso la popolazione adulta è stata realizzata dalla società IPSOS.

Il coordinamento dell'indagine e la redazione del presente rapporto sono stati curati dal team GEM Italia:

- Alessandra Micozzi, coordinatrice (Universitas Mercatorum);
- Tommaso Maria Cucchiarelli, Andrea Mazzitelli e Giusy Sica (Universitas Mercatorum);
- Diego D'Adda, Donato Iacobucci, Francesca Micozzi e Martina Orci (Università Politecnica delle Marche).

In particolare:

- Alessandra Micozzi ha curato la stesura del libro;
- Donato Iacobucci, Diego D'Adda e Martina Orci hanno contribuito alla stesura dei capitoli dal primo al sesto;
- Tommaso Maria Cucchiarelli, Francesca Micozzi e Giusy Sica hanno contribuito alla stesura dei capitoli 5, 6 e 7;
- Diego D'Adda e Andrea Mazzitelli si sono occupati delle rielaborazioni statistiche dei dati GEM.

2. L'avvio di nuove imprese in Italia

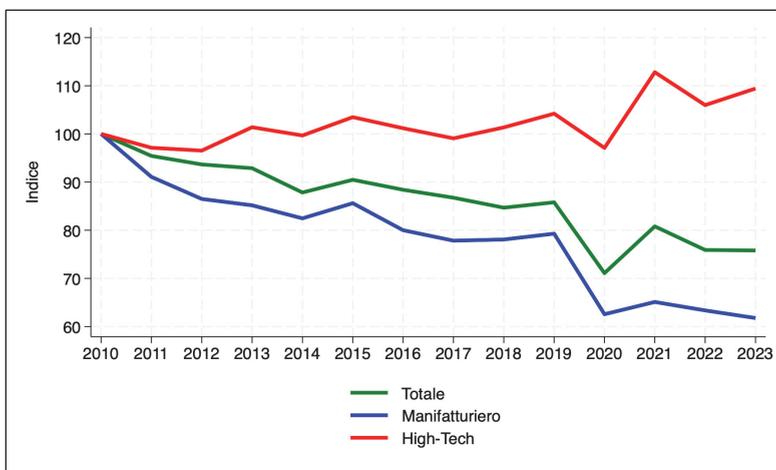
L'avvio di una nuova impresa costituisce il principale aspetto dell'imprenditorialità ma non ne è l'unico. L'indagine GEM utilizza un indicatore di attività imprenditoriale, il TEA (*Total Early Stage Entrepreneurial Activity*), che misura la percentuale della popolazione adulta (compresa tra 18 e 64 anni) che al momento dell'indagine sta avviando un'impresa o ha iniziato un'attività imprenditoriale da meno di 42 mesi. Nel TEA sono compresi non solo coloro che hanno effettivamente avviato un'impresa ma anche chi si accinge a farlo (*nascent entrepreneur*) e chi sta sviluppando una nuova attività all'interno di imprese e istituzioni esistenti (*intrapreneurship*).

L'attenzione dedicata all'avvio di nuove imprese deriva da due elementi: da una parte esso costituisce l'aspetto dell'imprenditorialità che ha la maggiore rilevanza quantitativa; dall'altra è il fenomeno per il quale vi è maggiore disponibilità di dati e informazioni.

Questa sezione del Rapporto è basata sull'esame delle informazioni rese disponibili nel database Movimprese relative alle iscrizioni di nuove imprese presso il Registro Imprese delle Camere di Commercio. Movimprese fornisce lo stock delle imprese (registrate e attive), le nuove iscrizioni e le cancellazioni con disaggregazione provinciale e settoriale.

Al pari di quanto rilevato dalle indagini GEM, i dati Movimprese segnalano una tendenziale riduzione nell'avvio di nuove imprese nel nostro paese. Fatto 100 il numero di iscrizioni registrato nel 2010, nell'ultimo biennio le iscrizioni si sono attestate di poco sopra il 75% (vedi Figura 1). Ancora più rilevante è stato il calo nell'avvio di imprese manifatturiere il cui livello nel 2023 è pari al 60% di quello registrato nel 2010. Al contrario, le iscrizioni nei settori a più alto contenuto di conoscenza (High-Tech) mostrano un andamento difforme con una crescita significativa soprattutto nel post-pandemia¹.

Figura 1 – Iscrizioni di nuove imprese in Italia (indici 2010 = 100)

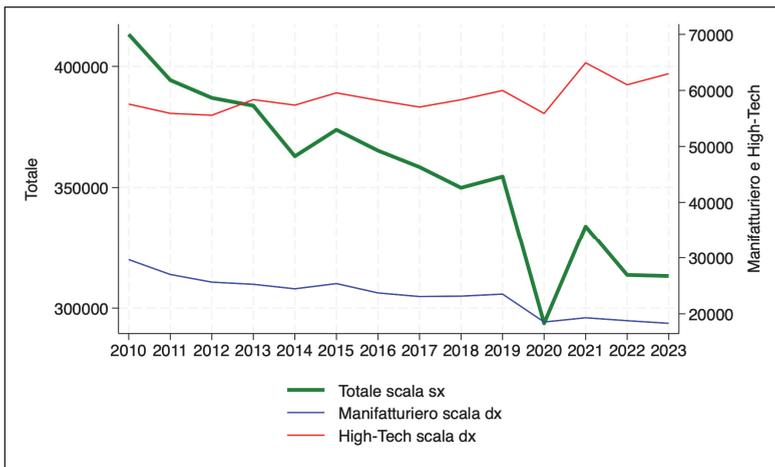


Fonte: Elaborazioni su dati Movimprese

¹ I settori ad alta tecnologia comprendono sia attività manifatturiere sia attività nei servizi. I codici ATECO considerati nella definizione dei settori High-Tech sono elencati in Appendice.

In termini assoluti questo ha comportato una riduzione nell'avvio di nuove imprese dalle oltre 400.000 nel 2010 a poco più di 300.000 nel 2023 (vedi Figura 2). Nel caso del manifatturiero si è passati dalle 21.000 imprese del 2010 a meno di 13.000 nel 2023. L'attenzione per il manifatturiero si giustifica per la rilevanza di questo settore nel sostenere la capacità innovativa e la competitività dell'intero sistema economico. Al manifatturiero fa capo, infatti, oltre l'80% della spesa privata in ricerca e sviluppo e oltre il 90% dell'export. La maggiore riduzione osservata nell'avvio di imprese manifatturiere riflette uno strutturale ridimensionamento del settore a favore dei servizi, ma è anche un segnale della perdita di competitività delle produzioni italiane, tenuto conto che il settore manifatturiero è fra quelli più esposti alla concorrenza internazionale.

Figura 2 – Iscrizioni di nuove imprese in Italia (valori assoluti)



Fonte: Elaborazioni su dati Movimprese

Le considerazioni relative al manifatturiero sono parzialmente controbilanciate dalla tenuta delle iscrizioni nei settori High-Tech e dal loro sensibile incremento negli ultimi anni, trainati soprattutto dalle attività nei servizi².

La pandemia da Covid-19 e le conseguenti restrizioni alla mobilità e alle attività economiche hanno avuto un impatto significativo sulle iscrizioni di nuove imprese, determinando una riduzione nel 2020 di quasi il 20%. Il “rimbalzo” del 2021 ha riportato i valori sul trend di lungo periodo ma non ha compensato la perdita di nuove imprese osservata nel 2020. Fra i settori più colpiti vi sono quelli collegati al turismo e alle attività di intrattenimento. Al contrario, le iscrizioni nei settori High-Tech sono cadute meno della media nel 2020 e hanno avuto un più deciso rimbalzo nel 2021. Al contrario, nel manifatturiero non vi è stato il recupero post-pandemia.

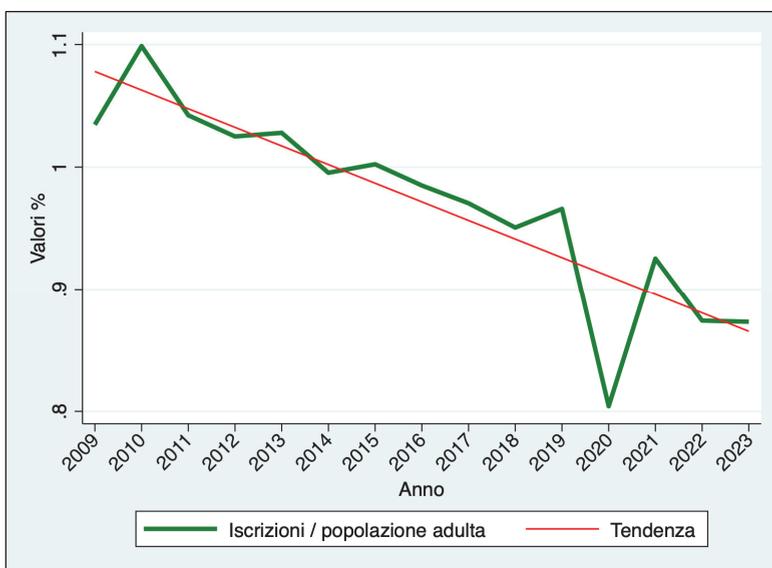
A spiegare la riduzione nell’avvio di nuove imprese nel nostro paese concorrono due fattori: da un lato la riduzione della popolazione adulta, dall’altro il calo nella propensione imprenditoriale della popolazione. Dopo il picco raggiunto nel 2011 (37,5 milioni) la popolazione adulta italiana è calata continuamente fino a 35,7 milioni all’inizio del 2023. Nello stesso periodo si è osservato un continuo calo della propensione imprenditoriale, misurata dal numero di nuove imprese sulla popolazione adulta; la percentuale è passata dall’1,1% del 2010 allo 0,87% del 2023 (vedi Figura 3). È stato soprattutto il calo della propensione imprenditoriale a determinare la riduzione nell’iscrizione di nuove imprese nell’ul-

² Tale andamento è da mettere in relazione anche con i provvedimenti emanati nel 2012 a favore delle startup innovative.

timo decennio. La riduzione osservata fra il 2010 e il 2023 (circa 100.000 nuove imprese) è dovuta per il 20% al calo della popolazione adulta e per l'80% al calo della propensione imprenditoriale³.

Per tale ragione è essenziale comprendere i fattori dai quali dipende la propensione imprenditoriale e le azioni che possono essere messe in atto per invertire la tendenza alla sua riduzione.

Figura 3 – Andamento della propensione imprenditoriale in Italia (valori %)



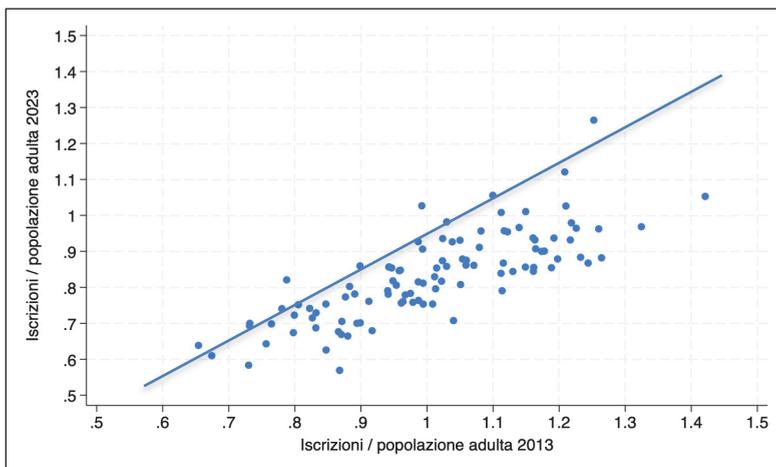
Fonte: Elaborazioni su dati Istat e Movimprese

³ Se si fosse mantenuta la stessa propensione imprenditoriale osservata nel 2010, nel 2023 si sarebbero avute 393 mila iscrizioni invece delle 313 mila osservate.

La propensione imprenditoriale presenta forti differenze territoriali, con valori che vanno da un minimo di 0,5% ad un massimo di 2%, un rapporto di 4 a 1 fra massimo e minimo (Iacobucci & Micozzi, 2014).

Un aspetto caratterizzante la propensione imprenditoriale è quello della persistenza (Cainelli et al., 2020). Le province con bassa o alta propensione imprenditoriale tendono a mantenere queste posizioni anche a distanza di decenni. La Figura 4 evidenzia il fatto che, con pochissime eccezioni, tutte le province hanno ridotto la propensione imprenditoriale nell'ultimo decennio (posizionandosi al di sotto della retta a 45°). La distribuzione fra i due anni evidenzia il fenomeno dell'elevata persistenza.

Figura 4 – Distribuzione delle province per propensione imprenditoriale nel 2013 e nel 2023

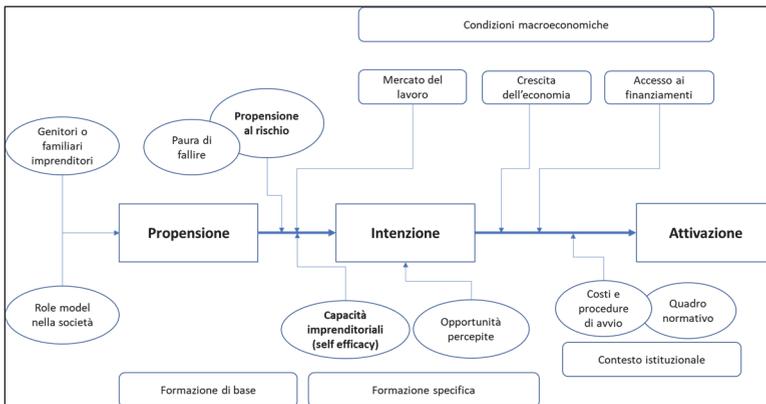


Fonte: Elaborazioni su dati Istat e Movimprese

3. La propensione imprenditoriale

La decisione di avviare una nuova attività è il risultato di una combinazione di atteggiamenti e intenzioni individuali all'interno di un contesto ambientale, sociale e culturale, che può incoraggiare o ostacolare questa decisione. Oltre che sulle proprie capacità, l'imprenditore deve fare affidamento sui *soggetti* che interagiscono con l'impresa, inclusi finanziatori, dipendenti, fornitori e clienti, nonché sul sostegno, l'approvazione e l'incoraggiamento di familiari e amici. I principali fattori soggettivi e di contesto che influenzano la decisione di avviare un'attività imprenditoriale sono riepilogati nella Figura 5.

Figura 5 – Fattori che influenzano l'attivazione imprenditoriale



Fonte: Iacobucci, 2021

Questi diversi fattori individuali e di contesto sono indagati dal GEM attraverso diverse domande.

In particolare, viene chiesto all'intervistato:

- a) se conosce qualcuno che ha avviato un'impresa;
- b) se ritiene vi siano buone opportunità per iniziare una nuova attività;
- c) quanto ritiene sia facile avviare una nuova impresa.

Vi sono anche domande relative alla percezione delle proprie capacità e alla propensione al rischio.

Conoscere qualcuno che ha avviato un'attività imprenditoriale può aumentare la consapevolezza di questa scelta, e favorire la valutazione dei costi e benefici ad essa associati.

Conoscere un imprenditore significa disporre di un *role model* ma anche una maggiore possibilità di sviluppare relazioni utili all'attività imprenditoriale (Abbasianchavari & Moritz, 2021; Kong et al., 2020).

L'importanza di questi aspetti è evidente dalla maggiore propensione imprenditoriale mostrata dalle persone i cui genitori o familiari sono coinvolti, o sono stati coinvolti, in un'attività imprenditoriale.

La percezione della presenza di buone opportunità per avviare un'attività imprenditoriale fornisce indicazioni sulla vivacità del contesto ambientale, ma dipende anche dalla capacità di riconoscere tali opportunità.

Per tale ragione questo aspetto è strettamente collegato a quello della percezione delle proprie capacità (*self efficacy*).

Infine, il giudizio sulla facilità o meno nell'avvio di un'impresa riflette il modo con il quale le persone percepiscono l'ambiente come abilitante o vincolante per l'attività imprenditoriale.

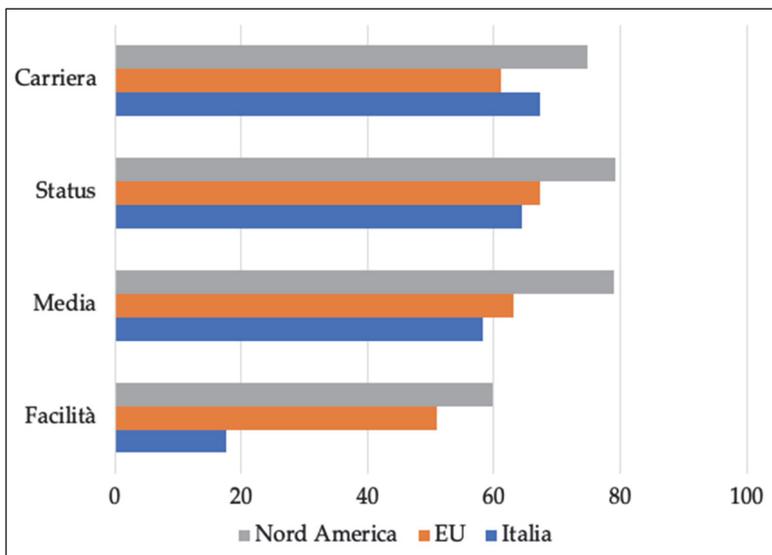
Al pari di quanto osservato in altri paesi, anche in Italia vi è discrepanza fra la propensione imprenditoriale, cioè l'interesse dichiarato verso l'attività imprenditoriale e l'effettiva messa in atto di tale intenzione (attivazione).

Negli anni post-pandemia sono migliorati entrambi gli indicatori rispetto ai valori osservati nel passato. Nel 2020 e 2021 il rapporto fra i due si era mantenuto inferiore al 50% e decisamente più basso rispetto agli altri paesi avanzati. Nel 2023 la differenza risulta pressoché annullata.

A spiegare la differenza fra propensione e attivazione è soprattutto la percezione di una maggiore difficoltà nell'avvio di una nuova impresa. In Italia meno del 20% degli intervistati ritiene sia semplice avviare una nuova impresa; una percentuale decisamente inferiore a quanto osservato negli altri paesi avanzati.

L'Italia risulta avere valori inferiori alla media europea e alla media dei paesi del nord America anche per la percezione che la carriera imprenditoriale sia una carriera desiderabile e la percezione che lo status imprenditoriale sia desiderabile, così come la percezione che i media prestino attenzione alle attività imprenditoriali di successo (vedi Figura 6).

Figura 6 – Fattori di contesto per l'attività imprenditoriale (% della popolazione adulta) – 2023



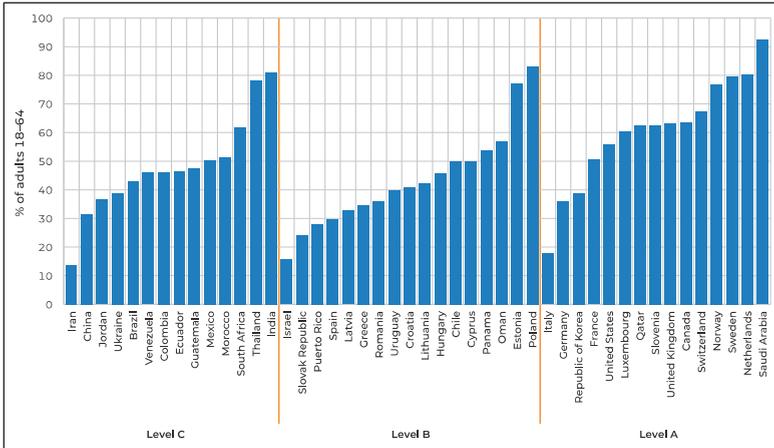
Legenda

- Carriera: le persone considerano l'imprenditorialità una carriera desiderabile
- Status: gli imprenditori godono di uno status elevato
- Media: i media prestano attenzione agli imprenditori di successo
- Facilità: le persone convengono che nel proprio paese sia semplice avviare un'impresa

Fonte: Elaborazioni su dati GEM

Le difficoltà percepite nell'avvio di una nuova impresa sembrano particolarmente elevate nel nostro paese e risultano l'elemento di maggiore differenza con gli altri paesi nello spiegare la bassa attivazione imprenditoriale della popolazione adulta (Figura 7).

Figura 7 – Nel proprio paese è semplice avviare un’impresa (% della popolazione adulta che è d’accordo con l’affermazione)

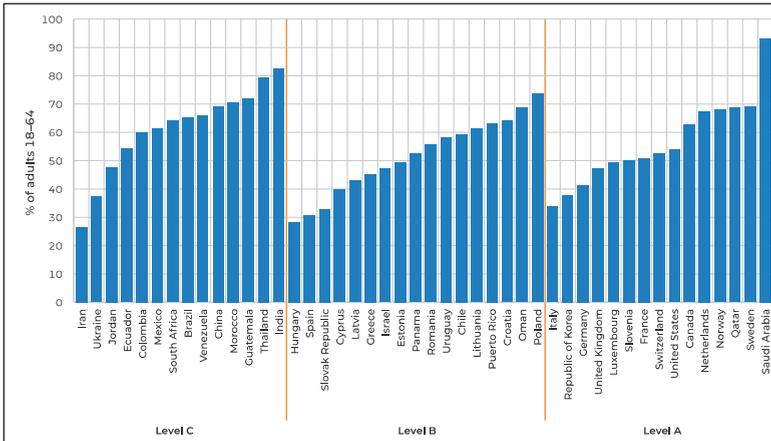


Fonte: GEM Global Report, 2023-2024

È anche molto bassa in Italia la percentuale di coloro che intravedono buone opportunità di avviare una nuova impresa nell’immediato futuro (Figura 8).

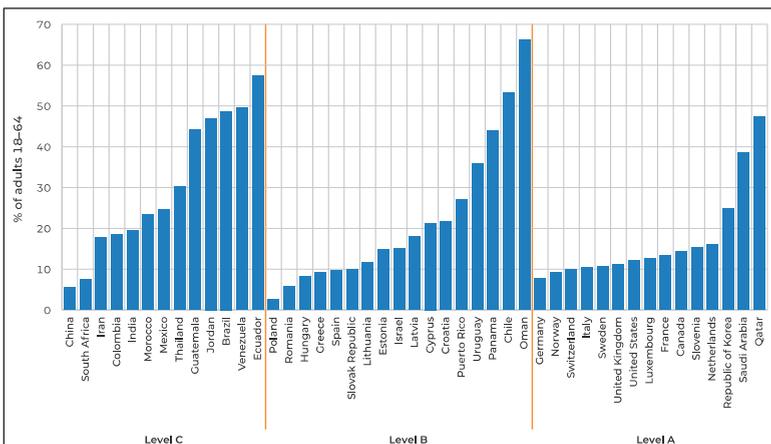
Questa percezione di scarse opportunità di avvio di nuove imprese sembra persistere anche per le prospettive di medio periodo (Figura 9). In questo aspetto il nostro paese è allineato a quanto osservato negli altri paesi europei.

Figura 8 – Nei prossimi sei mesi vi saranno buone opportunità per avviare una nuova impresa (% della popolazione adulta che è d'accordo con l'affermazione)



Fonte: GEM Global Report, 2023-2024

Figura 9 – Intende avviare un'impresa nei prossimi tre anni (% popolazione adulta)



Fonte: GEM Global Report, 2023-2024

La presenza di opportunità per l'avvio di nuove imprese può considerarsi più un fattore soggettivo che un fattore di contesto.

Una delle principali capacità di un imprenditore è, infatti, quella di individuare e perseguire opportunità (*opportunity recognition*).

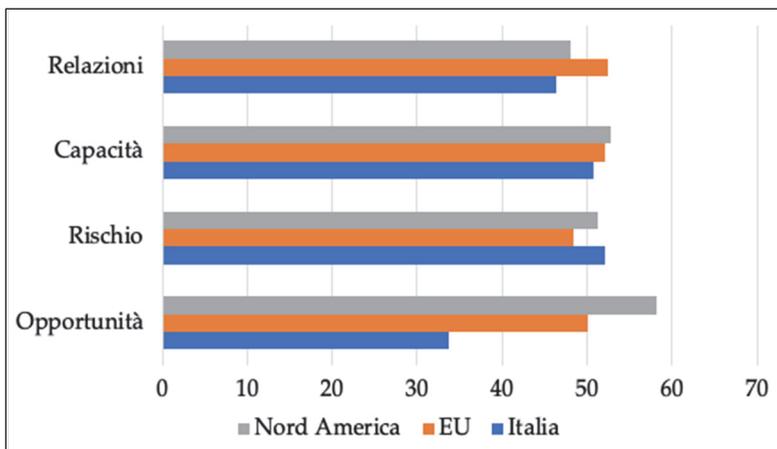
Una vasta letteratura ha evidenziato che la capacità di riconoscere opportunità di business non dipende tanto dalla "presenza" di queste opportunità nel contesto ambientale quanto dalla capacità e dalla volontà dell'imprenditore di attivarsi per perseguirle.

Secondo questa letteratura le opportunità non sono "trovate" ma sono "costruite": "opportunities are made not found" (Ardichvili et al., 2003, p. 113). La capacità di riconoscere le opportunità rimanda, quindi, a fattori soggettivi piuttosto che di contesto.

A frenare il passaggio dalla propensione all'attivazione imprenditoriale vi sono, infatti, soprattutto fattori soggettivi. Nelle passate indagini gli italiani mostravano un distacco negativo con gli altri paesi avanzati nella percezione delle proprie capacità e nella propensione al rischio.

Nell'indagine relativa al 2023 questi aspetti si sono riallineati alla media mentre permane una differenza significativa nelle opportunità percepite (vedi Figura 10).

Figura 10 – Opportunità, capacità percepite e paura di fallire (% della popolazione adulta) – 2023



Legenda

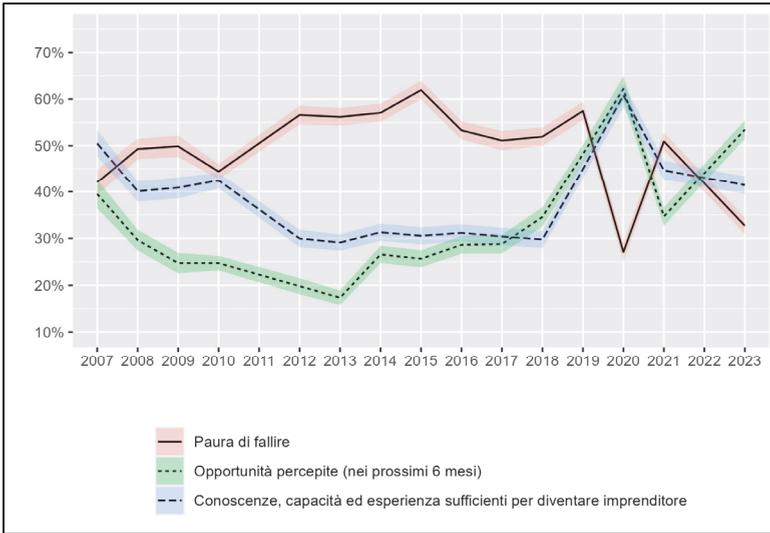
- Relazioni: conosce qualcuno che ha avviato un'impresa
- Capacità: ritiene di avere l'esperienza e le capacità per avviare un'impresa
- Rischio: è restio ad avviare un'impresa per paura di fallire
- Opportunità: ritiene vi siano buone opportunità per avviare un'impresa

Fonte: Elaborazioni su dati GEM

Analizzando l'andamento di queste domande nel tempo, si nota che la paura di fallire è molto cresciuta tra 2020 e 2021, mentre diminuisce nei due anni di osservazione successivi. Le opportunità percepite hanno un andamento opposto, scendono tra 2020 e 2021 e salgono considerevolmente negli ultimi due anni di osservazione.

La percezione degli intervistati di possedere le conoscenze e competenze per diventare imprenditori ha un andamento tendenzialmente decrescente con un aumento tra il 2018 e il 2020 (Figura 11).

Figura 11 – Andamento della paura di fallire, opportunità percepite, conoscenze e capacità percepite, 2007-2023



Fonte: Elaborazioni su dati GEM

Relativamente alla domanda sulle relazioni, quindi sulla conoscenza di qualcuno che ha avviato una impresa, la percentuale delle donne è inferiore rispetto a quella degli uomini (51,4 vs 41,2).

Sia nel caso degli uomini sia nel caso delle donne, le percentuali registrate sono inferiori rispetto ai paesi UE e mondo in generale.

Lo stesso vale per le opportunità percepite per cui la percentuale di uomini che pensano che nei prossimi 6 mesi ci saranno buone opportunità per avviare un'attività nella zona in cui vivono è maggiore rispetto alla percentuale di donne (37 vs 30,4).

Sia nel caso degli uomini sia nel caso delle donne, le percentuali registrate sono inferiori rispetto ai paesi UE e mondo in generale.

Si osserva il divario di genere anche nel caso della domanda che riguarda la percezione di possedere le conoscenze, le capacità e l'esperienza necessarie per avviare una nuova attività.

La percentuale degli uomini in questo caso è del 56,6% contro la percentuale delle donne che si attesta intorno al 45%.

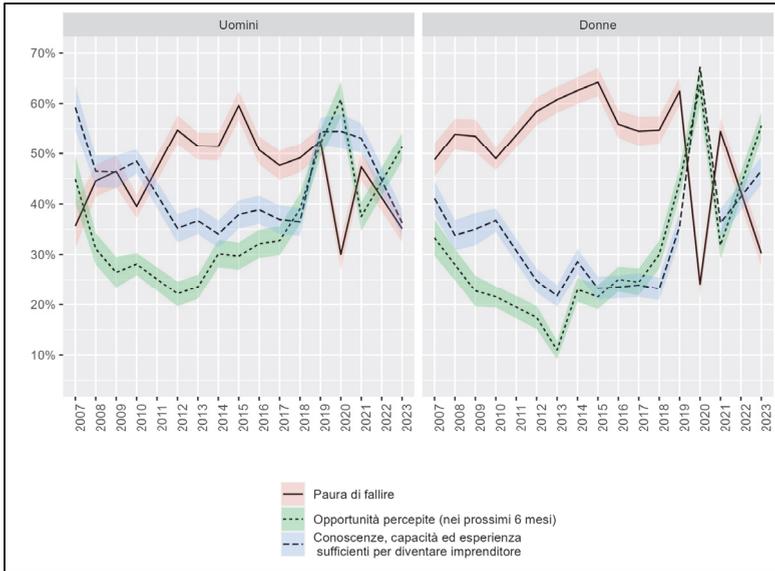
Sia nel caso degli uomini sia nel caso delle donne, le percentuali registrate sono in linea con quelle registrate nei paesi UE e inferiori rispetto a quelle della media mondiale.

Come ci si aspetta, la percentuale di tutti gli uomini che hanno dichiarato che la paura di fallire impedirebbe loro di avviare una nuova attività è più bassa rispetto a quella registrata per le donne (47,6 vs 56,6).

Sia nel caso degli uomini sia nel caso delle donne, le percentuali registrate sono maggiori rispetto ai paesi UE e mondo in generale.

La Figura 12 riporta l'andamento delle risposte relativamente alla paura di fallire, le opportunità percepite e le conoscenze e competenze percepite per genere.

Figura 12 – Andamento della paura di fallire, opportunità percepite, conoscenze e capacità percepite, per genere, 2007-2023



Fonte: Elaborazioni su dati GEM

4. L'attività imprenditoriale in Italia

Nel confronto internazionale, l'Italia mostra uno dei più bassi livelli nell'indicatore TEA (vedi Figura 13).

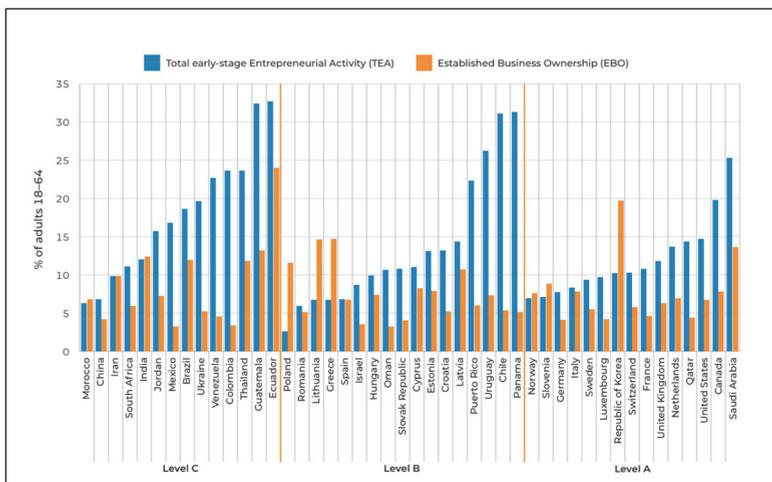
Il TEA (*Total early-stage Entrepreneurship Activity*) misura il livello dell'attività imprenditoriale nella popolazione adulta considerando sia le persone coinvolte nell'avvio di una nuova impresa (imprenditorialità nascente), sia le persone che hanno avviato un'impresa da meno di 42 mesi¹.

Se si considera il TEA di 46 economie nel mondo nel 2023, si nota come l'Italia si posizioni al 36esimo posto nel rank mondiale.

La figura mostra anche un altro indicatore, EBO (*Established Business Ownership*) che rappresenta la percentuale di persone in età adulta che possiede un'impresa.

¹ Per maggiori dettagli sulla definizione e sulla costruzione dell'indicatore si veda l'Appendice.

Figura 13 – TEA (Total Entrepreneurial Activity) nel 2023 (% della popolazione adulta) e EBO (Established Business Ownership)

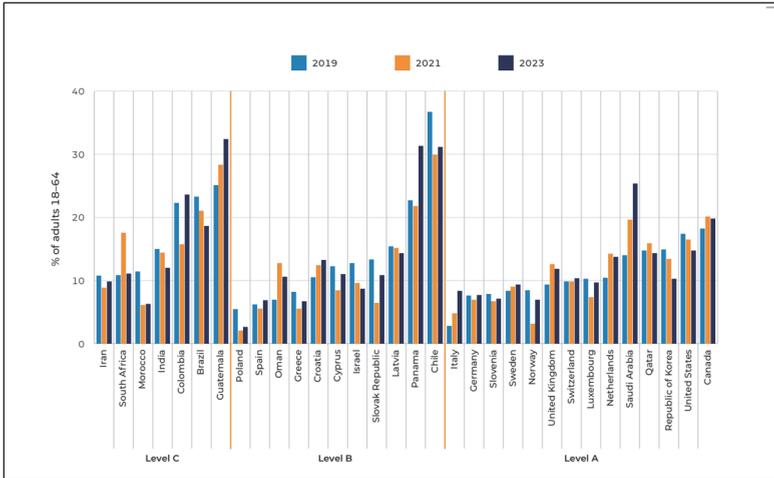


Fonte: GEM Global Report, 2023-2024

Se osserviamo l’andamento del TEA nel 2019, 2021 e 2023 notiamo come in Italia il TEA sia cresciuto in modo significativo negli ultimi anni (vedi Figura 14).

Questo dato conferma il carattere pro-ciclico dell’attività imprenditoriale nel nostro paese. In Italia, come nella maggior parte dei paesi avanzati, l’attività imprenditoriale “per necessità” è una componente minoritaria per cui il fenomeno complessivo è influenzato in larga misura dall’imprenditorialità “per opportunità”.

Figura 14 – TEA (Total Entrepreneurial Activity) 2019, 2021, 2023 (% della popolazione adulta)

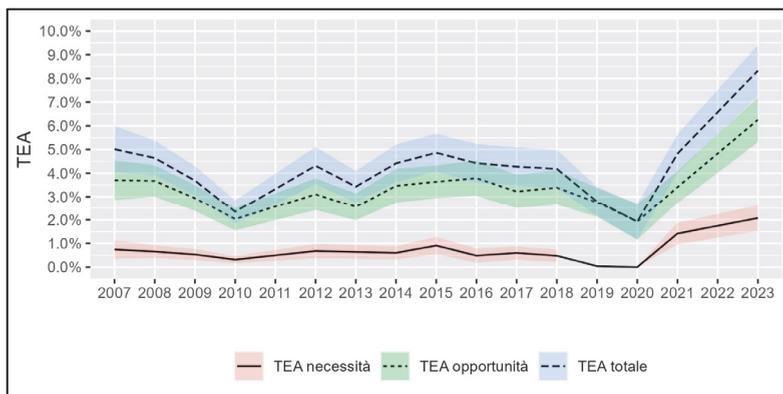


Fonte: GEM Global Report, 2023-2024

La Figura 15 mostra l'andamento del TEA fra il 2007 e il 2023 e la sua disaggregazione fra TEA per opportunità e TEA per necessità².

² L'indagine GEM contiene una serie di domande che consentono di operare la distinzione fra l'imprenditorialità per necessità, indotta dall'assenza di alternative occupazionali, e l'imprenditorialità per opportunità, associata alla possibilità di incrementare il proprio reddito o al desiderio di indipendenza.

Figura 15 – TEA: attivazione imprenditoriale per opportunità e per necessità³



Fonte: Elaborazioni su dati GEM

Il TEA ha mostrato un calo considerevole nel 2009 e nel 2010, a seguito della crisi finanziaria iniziata nell'autunno del 2008. Successivamente si assiste ad un progressivo anche se non costante recupero fino al 2015, anno nel quale il TEA è tornato vicino ai valori pre-crisi (intorno al 5%).

A partire dal 2016 inizia un lento declino dell'indicatore fino alla brusca caduta osservata nel biennio 2019-2020. Nel 2020 si è toccato il valore più basso dell'intero periodo. Dal 2021 si assiste ad un recupero che porta nel 2022 il TEA a registrare il livello più alto nel periodo d'osservazione, superato ulteriormente nel 2023.

³ Nel grafico, e in altri successivi, è evidenziato anche il "range di variazione" degli indicatori tenuto conto che si tratta di stime ottenute da un campione della popolazione. L'area colorata intorno alla linea che riporta la stima puntuale dell'indicatore rappresenta l'intervallo di confidenza al 90%, calcolato tenendo conto del numero effettivo di interviste e del loro peso campionario rispetto alla popolazione.

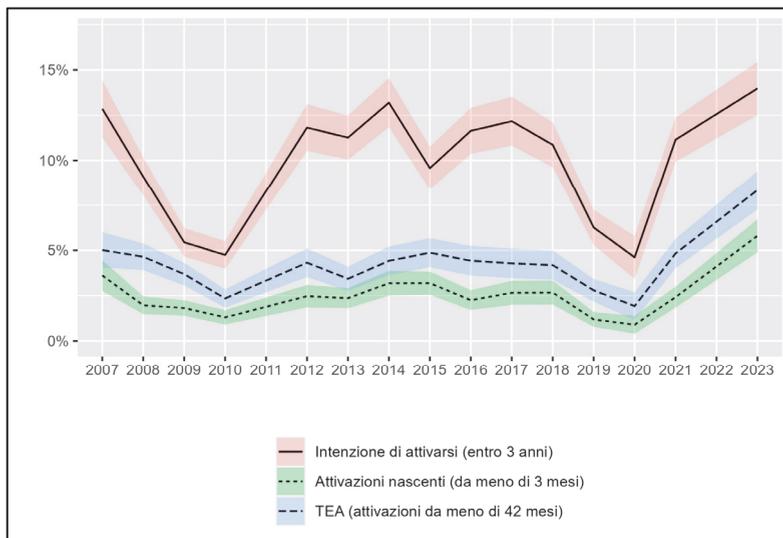
In generale nei paesi avanzati la percentuale di imprenditorialità per opportunità è decisamente superiore a quella per necessità e quest'ultima non è quasi mai la componente determinante gli andamenti del TEA. Tuttavia, in Italia la componente per necessità è fra le più basse in assoluto. I valori bassissimi osservati nel biennio 2019-2020 possono essere messi in relazione alle misure di sostegno al reddito attuate prima della pandemia (reddito di cittadinanza) e alle misure di contenimento della disoccupazione messe in atto nel 2020 (blocco dei licenziamenti).

Nel 2021 si assiste ad un aumento del TEA per necessità che cresce anche nei due anni successivi; l'incidenza rispetto al fenomeno complessivo è tornata nel 2023 ai valori osservati nel 2007, mentre la crescita della propensione imprenditoriale in questi ultimi anni è in gran parte determinata da motivazioni diverse rispetto alla necessità.

Il TEA è la somma di due componenti: la percentuale di persone che ha avviato un'impresa da meno di 42 mesi (*new business owner*) e la percentuale di persone che sta avviando un'impresa (*nascent entrepreneur*).

Nel 2019 e nel 2020 l'indicatore è caduto con la stessa intensità osservata nella crisi del 2009-2010 (vedi Figura 16), mentre si assiste ad un considerevole aumento dal 2020 al 2021, poi proseguito nel biennio 2022-23, trainato tanto da chi sta avviando un'impresa quanto da chi l'ha avviata da meno di 42 mesi.

Figura 16 – Scomposizione del TEA (valori %)

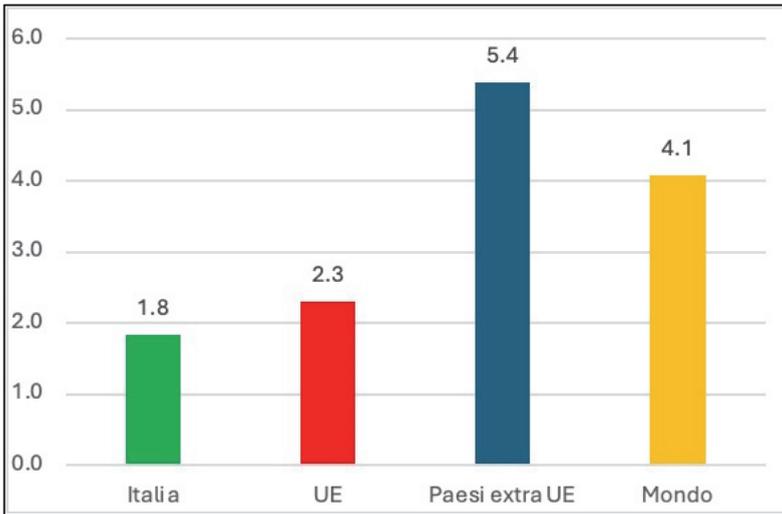


Fonte: Elaborazioni su dati GEM

Un dato interessante riguarda la variabile DISENT, ossia la percentuale di tutti gli intervistati (18-64) che, negli ultimi 12 mesi, hanno chiuso, interrotto o abbandonato un'attività di proprietà e gestione, una qualsiasi forma di lavoro autonomo, o la vendita di beni o servizi a chiunque e l'attività non è proseguita.

Come si evince dalla figura 17, l'Italia ha una percentuale più bassa di persone che abbandonano l'attività rispetto ai paesi EU, extra-EU, ma anche rispetto alla media globale.

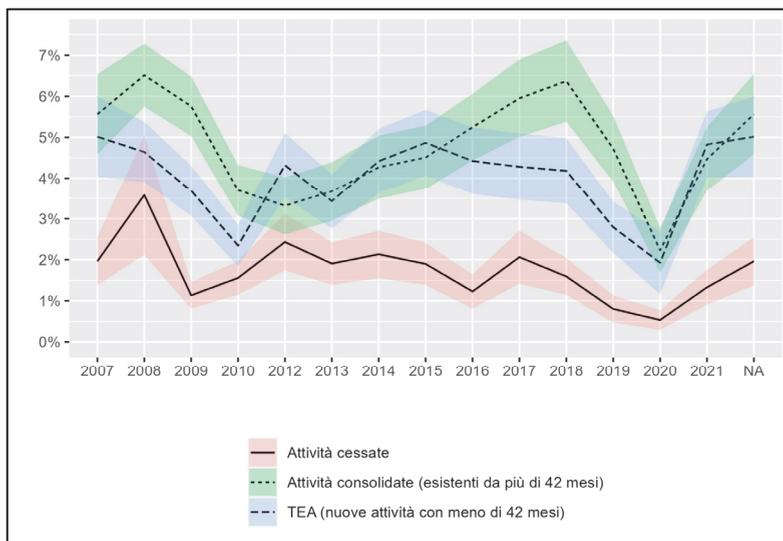
Figura 17 – Percentuale di tutti gli intervistati (18-64) che, negli ultimi 12 mesi, hanno chiuso, interrotto o abbandonato un'attività di proprietà e gestione, una qualsiasi forma di lavoro autonomo, o la vendita di beni o servizi a chiunque e l'attività non è proseguita



Fonte: Elaborazioni su dati GEM

La figura 18 che segue mostra i diversi andamenti delle attività cessate, delle attività consolidate e del TEA.

Figura 18 – Andamento delle attività cessate, delle attività consolidate e del TEA 2007-2023

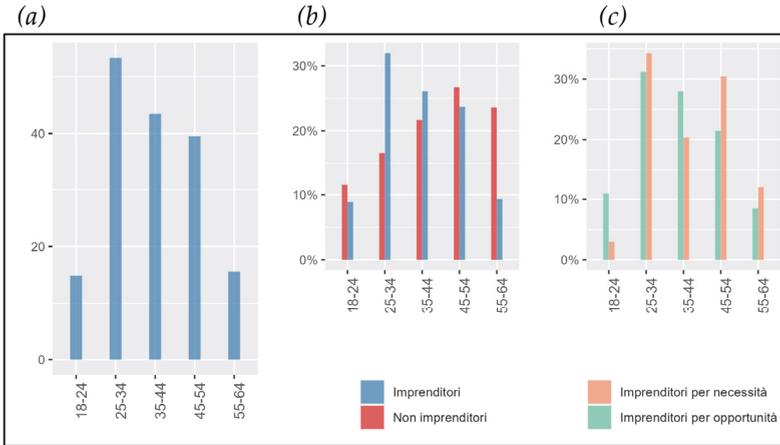


Fonte: Elaborazioni su dati GEM

Attivazione imprenditoriale per classi di età

Nella Figura 19 è riportata la distribuzione del TEA per classi d'età nel 2023. Più precisamente: nella figura (a) le barre rappresentano il numero di persone che hanno sviluppato un'attività imprenditoriale; nella figura (b) le barre rappresentano le percentuali di persone che hanno attivato iniziative imprenditoriali rispetto alle percentuali di chi non si è attivato; la figura (c) rappresenta le percentuali di imprenditori che si sono attivati per opportunità e per necessità nelle diverse fasce di età.

Figura 19 – Attivazione imprenditoriale per classi di età, 2023

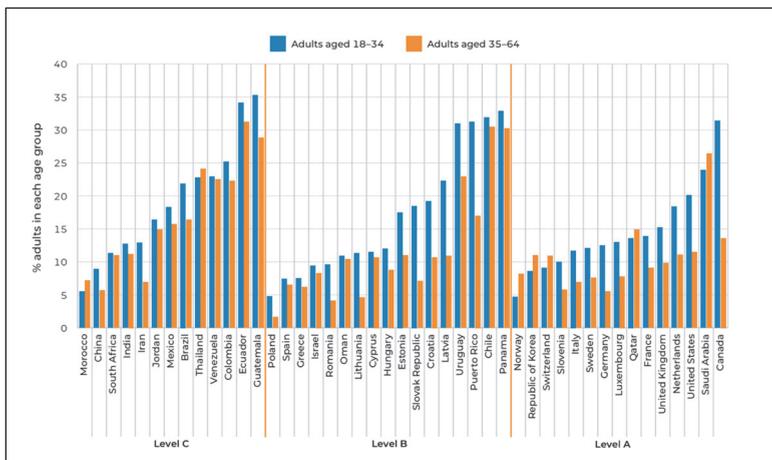


Fonte: Elaborazioni su dati GEM

In generale, la quota di persone che si attiva imprenditorialmente è maggiore nelle fasce d'età dai 25 ai 44 anni; quelle nelle quali gli individui sono nelle prime fasi della carriera lavorativa e mostrano maggiore propensione a modificare il loro status. Questa caratteristica è valida per tutti i paesi. È interessante notare che vi è una significativa differenza per classi di età nella proporzione fra imprenditorialità per opportunità e per necessità: nella fasce fra i 25 e i 44 anni prevale la prima mentre fra i più giovani e soprattutto nella fascia 55-64 prevale l'imprenditorialità per necessità.

Il confronto con gli altri paesi avanzati (vedi Figura 20) evidenzia il basso livello di TEA in Italia nella fascia sopra ai 35 anni.

Figura 20 – TEA per classi di età (% sugli adulti della classe di età)



Fonte: GEM Global Report, 2023-2024

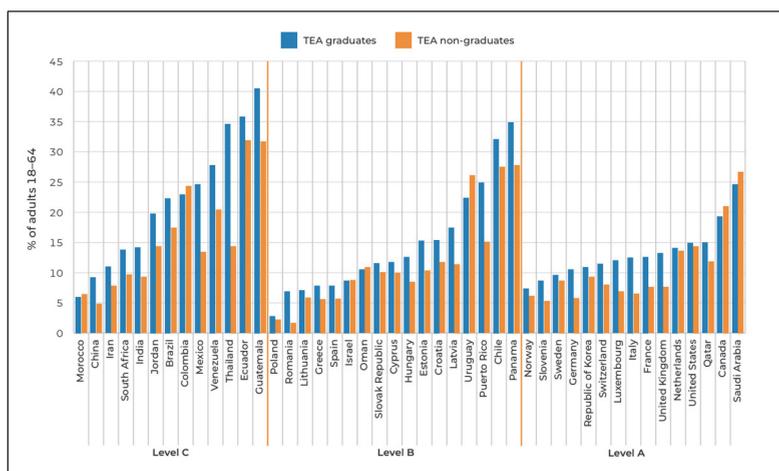
Quest'ultimo aspetto è particolarmente preoccupante considerato il progressivo invecchiamento della popolazione che caratterizza il nostro paese. Il tema della “*silver entrepreneurship*” ha solo di recente attirato l’attenzione degli studiosi (Ratten, 2019) ed è ancora scarsamente considerato negli interventi di policy, che si concentrano in prevalenza verso la popolazione giovane. È un tema cui dovrà essere prestata maggiore attenzione al fine di identificare le specificità della *silver entrepreneurship* sia con riferimento alle motivazioni che possono indurre le persone in età avanzata ad impegnarsi in un’attività imprenditoriale sia con riferimento alle azioni di stimolo e di sostegno che possono essere messe in campo in questo ambito (Maalaoui et al., 2020; Wickstrøm et al., 2020).

Attivazione imprenditoriale e formazione

Le indagini GEM hanno chiaramente evidenziato la relazione positiva fra livelli di istruzione e propensione imprenditoriale. Le persone che hanno conseguito una laurea mostrano una propensione ad avviare nuove imprese significativamente più elevata di quelle con livelli di istruzione secondaria che a loro volta hanno una propensione imprenditoriale più elevata di coloro che hanno livelli di istruzione più bassi.

L'Italia non fa eccezione a questa regola: il TEA delle persone laureate è maggiore rispetto ai non laureati (Figura 21). L'Italia, come noto, ha una quota di laureati sulla popolazione adulta fra le più basse nella UE; questo contribuisce in parte a spiegare i bassi valori del TEA nel nostro paese.

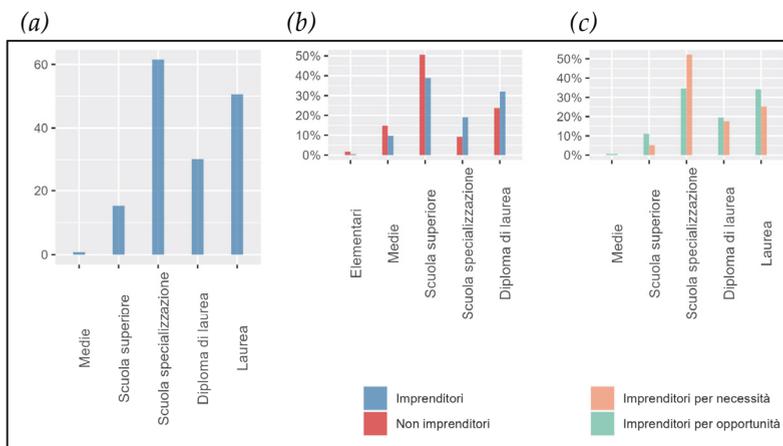
Figura 21 – Confronto dei valori del TEA laureati e non laureati per paese, 2021



Fonte: GEM Global Report, 2023-2024

Scendendo nel dettaglio del TEA in Italia per livelli di istruzione, si nota come nel 2023 la maggior parte delle iniziative imprenditoriali sono state promosse da persone che hanno proseguito il percorso di studio oltre la scuola superiore. Sia nel caso dell'imprenditorialità per opportunità che per necessità, si nota, rispetto al precedente dato del 2021, un incremento della percentuale di persone con la scuola di specializzazione, quasi identico al decremento osservato per la percentuale di persone che hanno terminato la scuola superiore (Figura 22).

Figura 22 – TEA per livello di istruzione (valori %), 2023

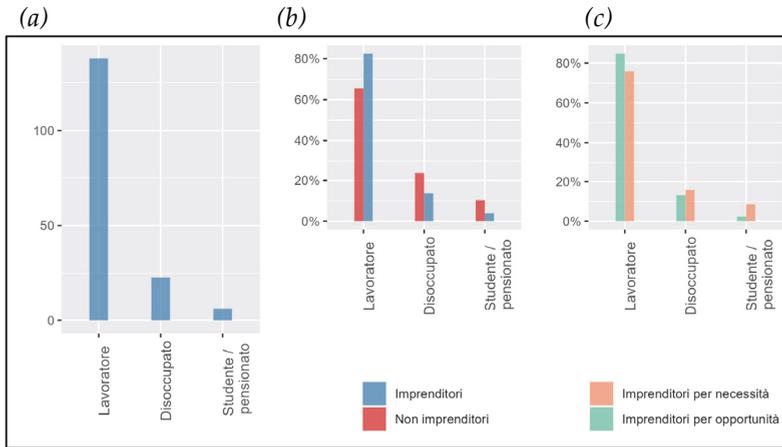


Fonte: Elaborazioni su dati GEM

Attivazione imprenditoriale e condizione occupazionale

La Figura 23 riporta la distribuzione dell'attivazione imprenditoriale per stato occupazionale (occupati, disoccupati e studenti/ pensionati).

Figura 23 – Attivazione imprenditoriale e occupazione, 2023



Fonte: Elaborazioni su dati GEM

Dal grafico (a) si evince che la quasi totalità dei neo imprenditori era occupata in un'altra attività lavorativa. Analoga evidenza proviene dalla figura (b), che documenta come il tasso di imprenditorialità sia più alto tra i lavoratori rispetto alle altre due categorie. La figura (c) sembra suggerire, nonostante i numeri campionari siano limitati, che mentre tra i lavoratori che iniziano un'attività imprenditoriale prevalga una motivazione legata all'opportunità e non alla necessità, per i disoccupati e gli studenti/pensionati è l'opposto.

Questi risultati sono congruenti con le motivazioni dell'attività imprenditoriale esaminate in precedenza. Tali motivazioni sono riferibili per la quasi totalità alla ricerca di migliori opportunità economiche o di lavoro piuttosto che ad uno stato di necessità.

Se si analizza la relazione tra essere imprenditori nascenti e il reddito, emerge come la maggior parte degli intervistati si colloca in una fascia di reddito tra il 20 e i 40 mila euro mentre nelle fasce di reddito sopra i 40 mila euro la percentuale più alta è quella degli imprenditori rispetto ai non imprenditori (Figura 24).

Figura 24 – Le classi di reddito degli intervistati e la differenza tra imprenditori e non imprenditori per classi di reddito, 2023



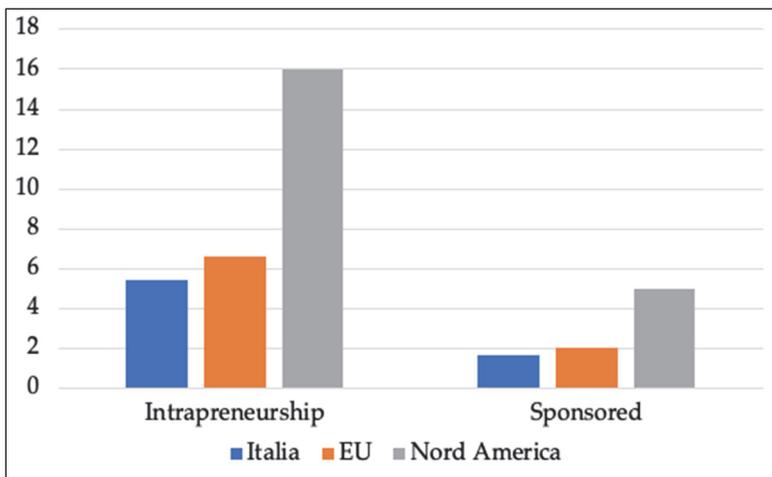
Fonte: Elaborazioni su dati GEM

L'imprenditorialità interna

L'imprenditorialità è generalmente associata alle persone che decidono di avviare un'attività in proprio. In realtà il fenomeno imprenditoriale si manifesta anche all'interno di imprese esistenti quando i dipendenti di un'impresa o di un'istituzione sono coinvolti nell'avvio di una nuova attività, su loro iniziativa o su sollecitazione del loro datore di lavoro. Si tratta di un'attività destinata ad assumere sempre maggiore rilevanza ai fini dei processi di innovazione e che in alcuni casi viene esplicitamente riconosciuta e strutturata (*intrapreneurship*).

In generale la percentuale di persone coinvolte nell'imprenditorialità interna (*intrapreneurship*) è inferiore a quella che si attiva autonomamente (TEA). Nelle precedenti indagini l'Italia presentava valori di imprenditorialità interna inferiori alla media europea, a sua volta decisamente inferiori a quanto osservato in altri paesi avanzati (in particolare il Nord America). Nel 2023 il dato italiano rimane inferiore alla media europea anche se il gap risulta contenuto. Il confronto con il Nord America conferma il fatto che nel nostro paese e nella UE sono meno diffuse le forme di coinvolgimento dei dipendenti in attività imprenditoriali (Figura 25). Il divario è evidente sia nel coinvolgimento dei dipendenti nell'avvio di nuove attività all'interno delle imprese esistenti (*intrapreneurship*) sia nell'attività di nuove imprese sponsorizzate dall'impresa già avviata e che vedono il coinvolgimento dei dipendenti come proprietari e/o manager.

Figura 25 – Occupati coinvolti nell'imprenditorialità interna (% sulla popolazione adulta) – 2023



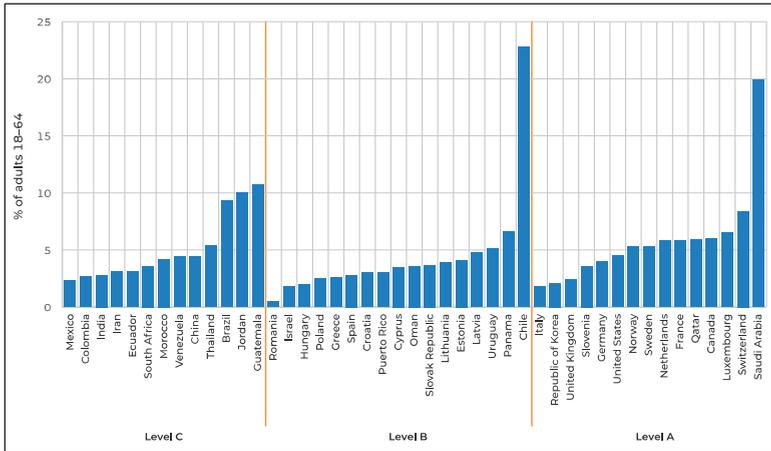
Legenda

- Intrapreneurship: coinvolto nell'avvio di una nuova iniziativa come parte del proprio lavoro
- Sponsored: nuova impresa in partnership con il datore di lavoro

Fonte: Elaborazioni su dati GEM

La scarsa propensione degli imprenditori italiani a favorire l'attività imprenditoriale dei propri dipendenti trova conferma nella bassa percentuale di persone che investirebbero in attività imprenditoriali promosse e gestite da altri (Figura 26). Dati che sembrano confermare l'individualismo che caratterizza l'attività imprenditoriale nel nostro paese.

Figura 26 – Percentuale degli intervistati che investirebbe in un'attività gestita da altri (% della popolazione adulta)



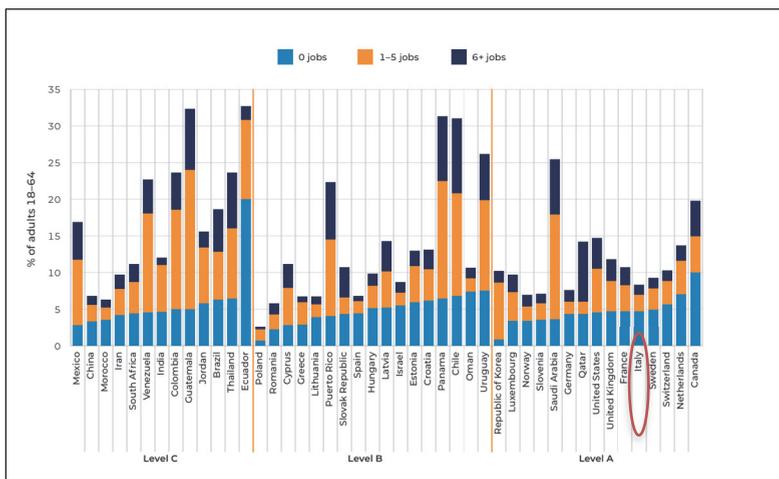
Fonte: GEM Global Report, 2023-2024

5. Caratteristiche delle nuove iniziative

L'impatto positivo sul sistema economico dell'avvio di nuove iniziative dipende in misura considerevole dal loro orientamento alla crescita. Nel caso italiano le indagini degli ultimi anni evidenziano una scarsa propensione alla crescita delle nuove iniziative. Sono generalmente inferiori alla media degli altri paesi le nuove imprese che prevedono significativi incrementi occupazionali; questo dato era emerso con particolare rilevanza nel 2020, anno nel quale nessuna delle nuove imprese prevedeva una significativa crescita degli occupati a cinque anni dall'attivazione. Anche per questo indicatore si segnala un significativo miglioramento nell'indagine relativa al 2023; rimane prevalente la quota di nuove imprese che non prevede incrementi di occupazione ma è comunque significativa quella che prevede incrementi di occupati nei prossimi cinque anni. Ciò nonostante, la bassa propensione alla crescita sembra essere una caratteristica strutturale delle nuove imprese italiane. Essa è da ricondurre in primo luogo alla presenza di vincoli esterni all'impresa fra i quali le difficoltà di accesso ai finanziamenti e la presenza di un quadro normativo e di regolamentazione che non incentiva la crescita. Vi sono, però, anche limiti interni determinati dalla scarsa propensione alla crescita manifestata dagli imprenditori, determinata dall'obiettivo di limitare i rischi

dell'attività d'impresa ed evitare possibili perdite di controllo della stessa.

Figura 27 – TEA per incremento degli occupati a 5 anni – 2023

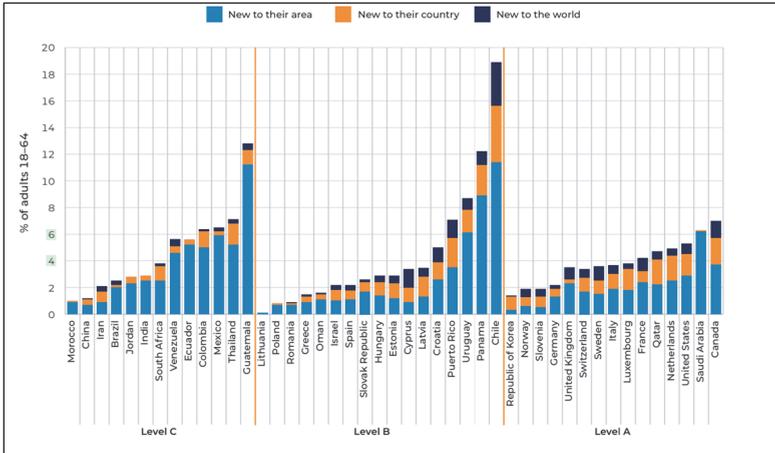


Fonte: GEM Global Report, 2023-2024

La scarsa propensione ad assumere rischi trova corrispondenza nell'indicatore relativo al grado di innovazione delle nuove imprese. In Italia prevalgono quelle con un grado di innovazione contenuto all'area locale mentre sono inferiori alla media degli altri paesi industrializzati le iniziative che ritengono di aver introdotto innovazioni significative a livello nazionale o internazionale (vedi Figura 28).

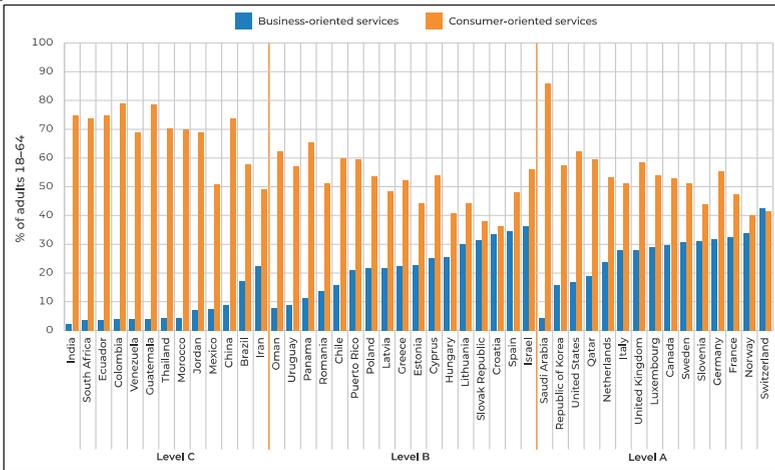
Al pari di quanto avviene nei paesi industriali avanzati, una quota consistente delle nuove imprese rivolge la propria offerta ad altre imprese piuttosto che al consumatore finale (Figura 29).

Figura 28 – TEA per grado di innovazione – 2023



Fonte: GEM Global Report, 2023-2024

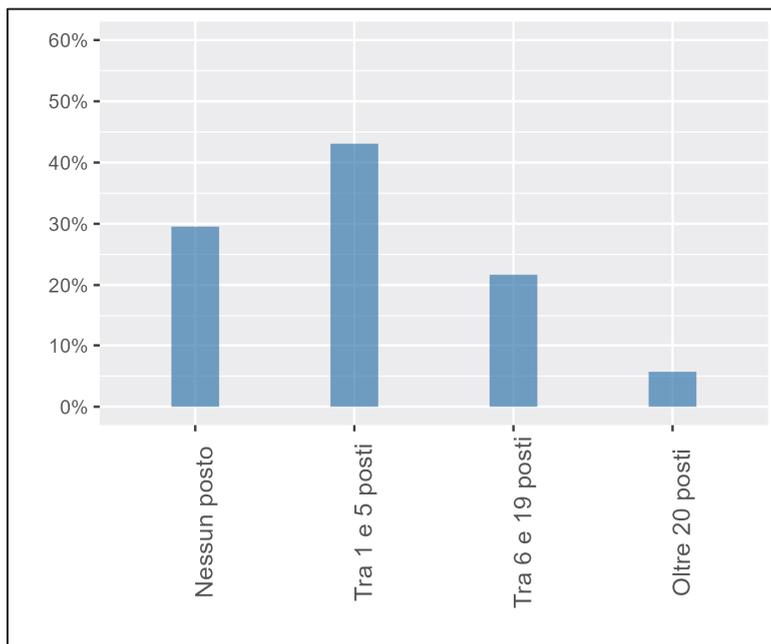
Figura 29 – Business-oriented o consumer-oriented services (% della popolazione adulta)



Fonte: GEM Global Report, 2023-2024

Scendendo nel dettaglio dei dati relativi all'Italia, si nota che la percentuale più alta di risposte si trova tra coloro che si aspettano di assumere da 1 a 5 persone (Figura 30).

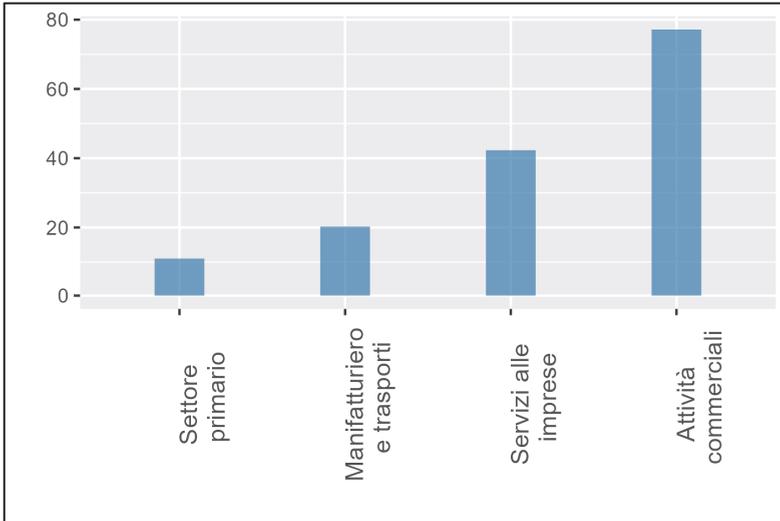
Figura 30 – Aspettativa di occupazione delle imprese nascenti



Fonte: Elaborazioni su dati GEM

Per ciò che riguarda i settori in cui i nascenti imprenditori hanno l'intenzione di avviare o hanno già avviato le imprese, la maggior parte degli intervistati propende per attività commerciali o di servizi alle imprese.

Figura 31 – Settori delle imprese nascenti



Fonte: Elaborazioni su dati GEM

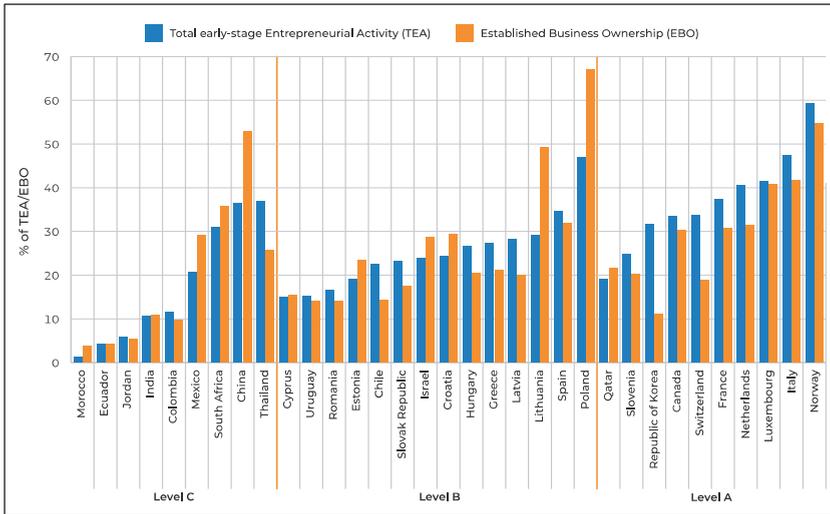
Imprenditorialità e sostenibilità

Negli ultimi anni è cresciuta in modo considerevole la sensibilità degli imprenditori e delle imprese per i temi della sostenibilità: ambientale e sociale. Per questo, da alcuni anni l'indagine GEM dedica specifica attenzione al fenomeno.

La percentuale di imprenditori nuovi o già avviati che hanno attivato iniziative per migliorare la sostenibilità della propria impresa in Italia è interessante. Ciò è vero sia con riferimento all'impatto ambientale (Figura 32) sia con riferimento all'impatto sociale (Figura 33).

È interessante notare che è anche molto elevata nel nostro paese la percentuale di imprenditori che conosce ed è consapevole degli SDGs (*Sustainable Development Goals*) ONU (Figura 34).

Figura 34 – Conoscenza dei Sustainable Development Goals ONU



Fonte: GEM Global Report, 2023-2024

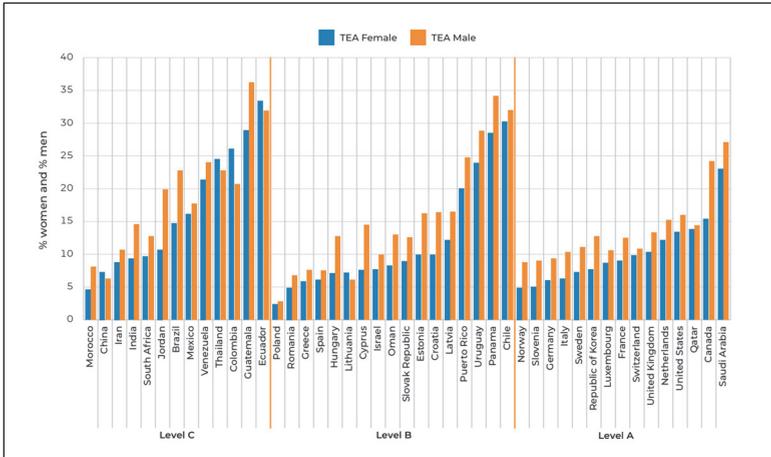
6. Il gap di genere

L'indagine GEM consente di differenziare i tassi di attivazione imprenditoriale per genere. In linea con la maggior parte dei paesi avanzati, anche in Italia i tassi di attivazione imprenditoriale sono significativamente più alti per gli uomini rispetto alle donne.

I tassi di attivazione imprenditoriale femminili più bassi sono in Italia, Polonia, Slovenia e Norvegia. I livelli più alti di imprenditoria femminile sono in Medio Oriente e Africa, e in 6 paesi il TEA femminile è maggiore di quello maschile: Thailandia, Colombia, Ecuador, Lituania, Marocco e Cina (Figura 35).

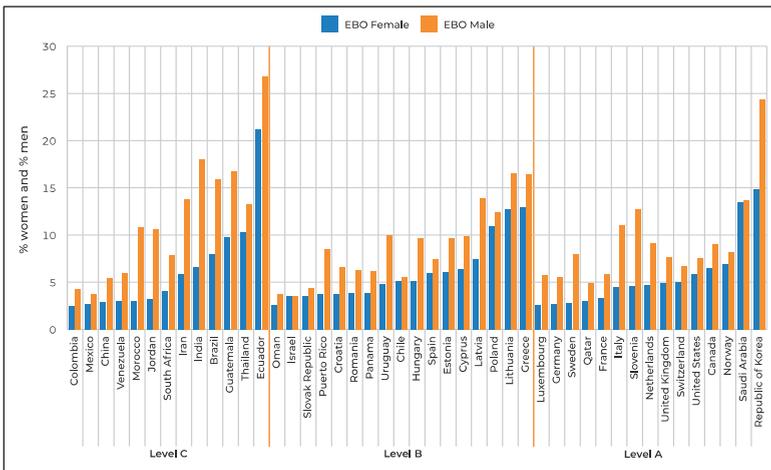
Il gap di genere è più accentuato per gli imprenditori che già posseggono un'attività (*established business owner*) rispetto alle nuove iniziative (Figura 36).

Figura 35 – TEA per genere e per paese, 2023



Fonte: GEM Global Report, 2023-2024

Figura 36 – Established business owners per genere (% della popolazione adulta)

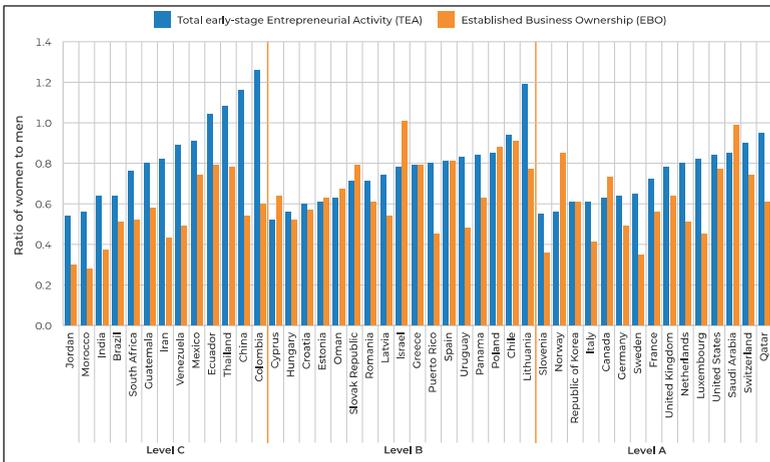


Fonte: GEM Global Report, 2023-2024

Il rapporto fra donne che si attivano imprenditorialmente e uomini è infatti pari al 40% nel caso delle imprese già avviate, mentre sale al 60% se si considerano le persone che stanno avviando un'attività (Figura 37).

Questo farebbe ipotizzare un progressivo ridimensionamento del gap di genere nell'avvio di nuove iniziative imprenditoriali.

Figura 37 – Rapporto fra donne e uomini nella nuova imprenditorialità e nelle imprese già costituite



Fonte: GEM Global Report, 2023-2024

Scendendo nel dettaglio per l'Italia, la Figura 38 mostra l'andamento nel tempo del TEA per genere.

Ad eccezione del 2010, anno nel quale si è assistito ad un crollo della propensione imprenditoriale maschile, in tutto il periodo dal 2007 al 2023, i tassi di attivazione imprenditoriale delle donne risultano circa la metà di quelli osservati per gli uomini.

Tra il 2009 e il 2016 si assiste ad una crescita del TEA delle donne, che a fine periodo era tornato al valore del 2007. Tra il 2018 e il 2020 assistiamo ad un calo considerevole del principale indicatore di attivazione imprenditoriale (TEA) preso in considerazione nel presente rapporto, che poi cresce sensibilmente negli anni 2021-2023. In particolare si osserva che nel 2023 il TEA delle donne arriva quasi a raddoppiare il suo massimo precedente raggiunto nel 2021.

Figura 38 – TEA per genere



Fonte: Elaborazioni su dati GEM

Le motivazioni che spiegano il consistente divario di genere nell’attivazione imprenditoriale sono molteplici e possono essere correlate alle aspettative, alle identità, alla cultura, all’ambiente imprenditoriale, alla capacità di reperire risorse finanziarie (Bullough et al., 2022; Delmar & Davids-

son, 2000; Kwapisz & Hechavarría, 2018; Langowitz & Minniti, 2007).

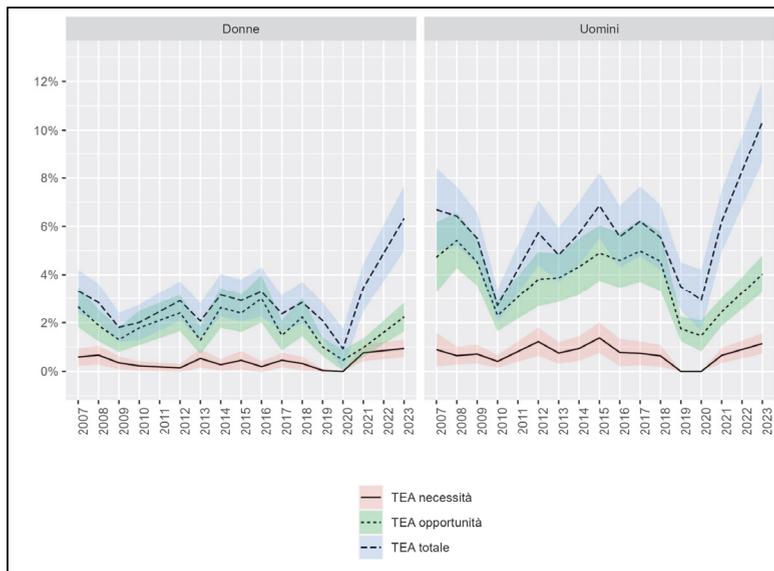
La ricerca scientifica ha identificato gli aspetti sociali, culturali, infrastrutturali, educativi, lavorativi e relativi al ruolo delle donne nella società come ostacoli o facilitatori all'imprenditoria femminile (Bullough et al., 2017; Welter & Smallbone, 2010).

L'aspetto culturale è fondamentale in quanto le consuetudini e le aspettative sociali sono fortemente radicate in qualsiasi cultura e l'orientamento all'imprenditorialità riflette almeno in parte le percezioni dei singoli che molto spesso sono intrisi di pregiudizio. Il *role model* tradizionalmente legato alla donna la vede responsabile della famiglia e della casa e questo limita l'accesso a carriere come quelle imprenditoriali che richiedono forte commitment e autostima (Bullough et al., 2022).

Analizzando le motivazioni che spingono all'avvio di un'impresa, possiamo notare che la differenza tra uomini e donne riguarda soprattutto l'imprenditorialità per opportunità (Figura 39).

Ciò dipende anche dal fatto che nel nostro paese è in generale scarsamente significativa l'attivazione imprenditoriale per necessità, la quale, per le donne, è leggermente aumentata solo a partire dal 2021.

Figura 39 – Imprenditorialità per genere: necessità e opportunità

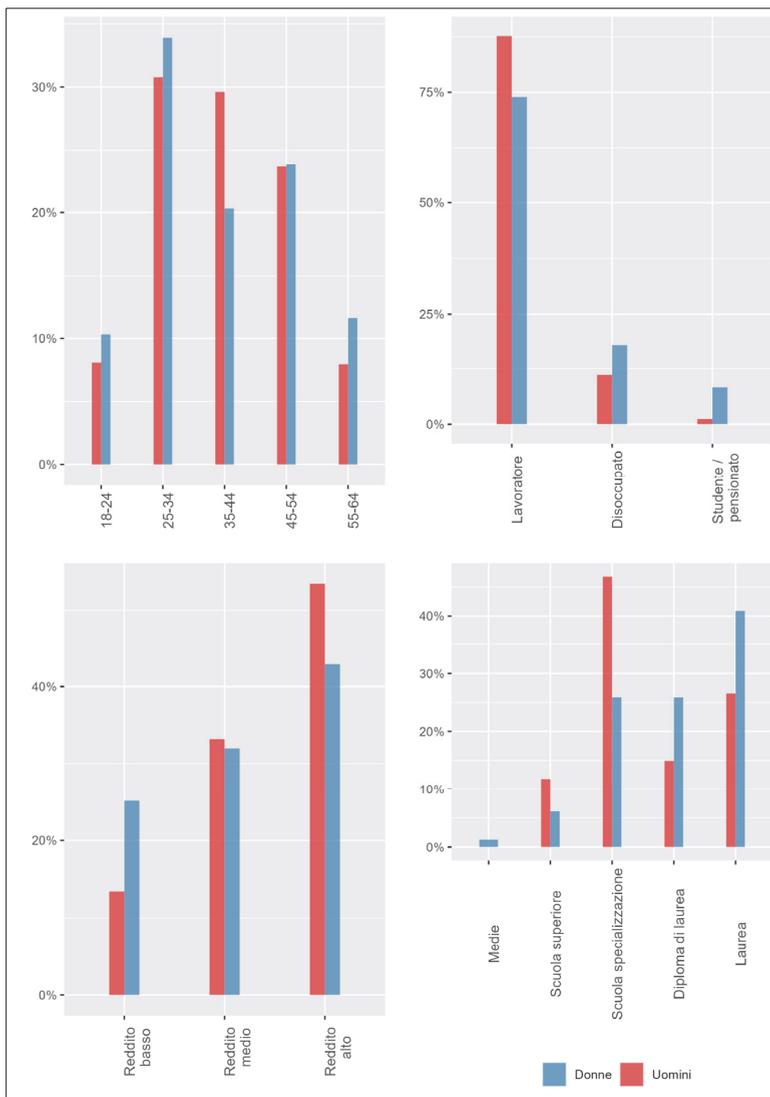


Fonte: Elaborazioni su dati GEM

La Figura 40 riassume le principali variabili prese in considerazione nei paragrafi precedenti facendo una distinzione per genere.

Se consideriamo le classi di età, si può notare come si conferma, rispetto alla precedente indagine, che la classe di età femminile che presenta la più alta percentuale di attivazione è quella 25-34 anni.

Figura 40 – Imprenditorialità per genere



Fonte: Elaborazioni su dati GEM

Rispetto alla precedente rilevazione GEM si osserva anche un'inversione nella classe più avanzata d'età (55-64), per la quale ora sono le donne ad avere una percentuale d'attivazione più elevata.

Relativamente allo stato lavorativo al momento della rilevazione, le donne sono quasi tutte lavoratrici e non si riscontrano differenze sostanziali tra uomini e donne. Relativamente al reddito, come nella precedente rilevazione, si registrano più donne che uomini nella fascia di reddito basso.

Per ciò che riguarda il livello di formazione, le donne imprenditrici sono mediamente più istruite degli imprenditori uomini, infatti, le donne imprenditrici con diploma superiore e laurea superano gli imprenditori uomini.

7. L'indagine ai soggetti chiave

Il contesto sociale, culturale ed economico in cui gli individui esprimono le loro intenzioni e svolgono le loro attività è uno dei fattori determinanti la propensione e l'attivazione imprenditoriale. A tale scopo l'indagine GEM associa alla survey della popolazione adulta un'indagine sull'ecosistema imprenditoriale nazionale che coinvolge un campione di esperti o soggetti chiave: NES (*National Expert Survey*). Questa indagine mira a fornire un quadro dell'ecosistema imprenditoriale attraverso l'analisi degli aspetti che hanno un impatto significativo sugli atteggiamenti nei confronti dell'imprenditorialità e sull'attività imprenditoriale.

La letteratura sull'imprenditorialità nascente si concentra principalmente sulle caratteristiche degli imprenditori nascenti in termini di capitale umano e tratti psicologici e sull'influenza degli ambienti socio-culturali sulla performance dell'imprenditorialità nascente (Gartner & Shaver, 2012, Davidsson & Gordon, 2006, Hopp & Stephan, 2012; Colombo et al., 2024, Alomani et al., 2022; Baron, 2007, Bergmann & Stephan, 2013, Cartner et al., 1996; Davidsson & Honig, 2003; Dimov, 2010; Hopp & Sonderegger, 2015, Reynolds & Curtin, 2008; 2011; Reynolds & Miller, 1992). Un altro filone di letteratura si concentra sull'importanza di un vivace ecosistema imprenditoriale che sia in grado di favorire la transi-

zione dallo stato di imprenditore nascente alla formazione di una nuova impresa. In particolare, l'aumento dell'interesse politico sui fattori che influenzano la dinamica imprenditoriale ha sostenuto l'idea di ecosistema imprenditoriale come archetipo per la progettazione di strategie imprenditoriali, in particolare per le nuove iniziative orientate alla tecnologia. Diversi autori suggeriscono che l'ambiente contribuisca in modo significativo nel processo decisionale per la creazione di nuove imprese. L'ecosistema che circonda gli imprenditori, quindi, ha un impatto considerevole sulla creazione, sulla sopravvivenza, sulla crescita e sul successo delle nuove imprese (Suresh e Ramraj, 2012; Cohen, 2006; Guzman & Stern, 2015; Iansiti & Levien, 2004).

Diversi studi (Acs et al., 2014; Isenberg, 2011; Stam, 2015; Spigel, 2015) hanno cercato di isolare i fattori chiave nella creazione e nel sostegno di un ecosistema imprenditoriale. Questi includono: lavoratori altamente qualificati, investimenti in capitale nella fase iniziale da parte di *angel investor* e investimenti successivi da parte di *venture capitalist*, servizi professionali e infrastrutturali, istituzioni formali (politiche governative) e informali (sostegno culturale), e, infine, l'accesso ai clienti in paesi nazionali ed esteri.

In questo capitolo, il focus della ricerca si sposta quindi dai singoli imprenditori agli ecosistemi imprenditoriali, ovvero l'insieme interconnesso di attori, organizzazioni, risorse, valori e cultura che creano e supportano le attività imprenditoriali in un contesto specifico (ad esempio, Acs, Stam, Audretsch, & O'Connor, 2017; Brown & Mason, 2017; Malecki, 2018; Roundy, Bradshaw, & Brockman, 2018; Stam, 2015).

James Moore coniò originariamente il termine ecosistema in un influente articolo pubblicato sulla Harvard Business Review negli anni '90. L'autore affermava che le imprese non si evolvono nel "vuoto" e sottolineava la natura relazionale integrata del modo in cui le aziende interagiscono con fornitori, clienti e finanziatori (Moore, 1993). Più recentemente, un ecosistema imprenditoriale è stato definito come una comunità interattiva all'interno di una regione geografica, composta da attori vari, interdipendenti e interconnessi sia potenziali che esistenti (ad esempio imprenditori, istituzioni e organizzazioni) e fattori (ad esempio mercati, quadro normativo, contesto di sostegno, cultura imprenditoriale), che evolve nel tempo e i cui attori e fattori coesistono e interagiscono formalmente e informalmente per promuovere la creazione di nuove imprese all'interno dell'ambiente imprenditoriale locale. Negli ecosistemi dinamici, le nuove imprese hanno migliori opportunità di crescere e creare occupazione, rispetto alle imprese create in altri luoghi (Rosted, 2012). Prahalad (2005) ha fornito una definizione di ecosistema imprenditoriale, secondo la quale l'ecosistema consente agli individui, alle imprese e alla società di combinarsi efficacemente per perseguire la generazione di ricchezza economica e prosperità. Bernardez (2008) definisce l'ecosistema imprenditoriale come il "motore" dietro tutte le economie in rapida crescita, caratterizzato da aziende piccole, agili e innovative, spesso startup o spin-off di grandi aziende che creano innovazione e la portano sul mercato rapidamente e in modo efficiente. Altri (Iansiti e Levien, 2004; Spilling, 1996) suggeriscono che gli ecosistemi imprenditoriali rappresentano un insieme diversificato di attori interdipendenti all'interno di una regione geografica che influenzano la formazione e l'e-

ventuale traiettoria dell'intero gruppo di attori e, potenzialmente, dell'economia nel suo complesso.

La ricerca sugli ecosistemi imprenditoriali virtuosi (Silicon Valley, Taiwan, Bangalor, ecc.) e sugli ecosistemi emergenti (Bala Subrahmanya, 2017; Roundy et al., 2017) si è concentrata sull'identificazione delle caratteristiche degli ecosistemi imprenditoriali di successo, come la presenza di investimenti nella fase iniziale, incubatori, acceleratori, università e centri di ricerca, una cultura imprenditoriale positiva, la presenza di individui con un alto livello di capitale umano (Isenberg, 2010; Neck, Meyer, Cohen, & Corbett, 2004).

L'indagine NES raggruppa i fattori abilitanti l'attività imprenditoriale in nove aree (*Key Entrepreneurial Framework Conditions*):

Finanza per l'imprenditorialità: la disponibilità di risorse finanziarie per le nuove imprese e per le imprese in crescita.

Politiche di governo: la misura in cui le politiche del governo incoraggiano le nuove imprese e le imprese in crescita.

Programmi per l'imprenditorialità: misure o regolamentazioni che favoriscono le nuove imprese e le imprese in crescita.

Formazione all'imprenditorialità: la misura in cui la formazione all'imprenditorialità è incorporata all'interno del sistema di istruzione e di formazione a tutti i livelli.

Trasferimento tecnologico: la misura in cui la ricerca tecnologica nazionale è in grado di sviluppare opportunità imprenditoriali, ed i risultati della ricerca sono disponibili anche per nuove imprese o per le imprese in crescita.

Infrastruttura commerciale: la presenza di servizi e istituzioni che consentono di promuovere la nascita di nuove imprese e di favorire la crescita delle stesse.

Apertura del mercato: la misura in cui le nuove imprese sono libere di entrare nei mercati esistenti.

Infrastrutture fisiche e dei servizi: la facilità di accesso alle risorse fisiche, di comunicazione e ai servizi pubblici.

Aspetti culturali e sociali: la misura in cui le attuali norme sociali e culturali favoriscono l'emergere di nuove imprese e la loro crescita.

A partire dal 2022, è stata aggiunta anche un'area relativa alle tematiche ESG:

Perseguimento dei target Sustainable Development Goals (SDG): la propensione di imprese, investitori e relativi stakeholders ad avviare e svolgere attività d'impresa nel rispetto di standard e criteri ESG compatibili con gli obiettivi dell'Agenda 2030.

Nell'edizione 2023 è stato inserito un nuovo ambito:

Supporto all'imprenditorialità femminile: overview dei servizi e dell'atteggiamento culturale che, fra misure di politiche pubbliche e ambienti lavorativi, creino un contesto favorevole per le iniziative imprenditoriali femminili.

Il modello alla base del NES prende inoltre in considerazione tre insiemi di fattori che influiscono sull'imprenditorialità: i requisiti di base, i fattori che aumentano l'efficienza economica e i fattori che favoriscono innovazione e impen-

ditorialità. I requisiti di base, vale a dire la stabilità macroeconomica di un paese, le istituzioni, le infrastrutture, la sanità e l'istruzione primaria, sono le condizioni fondamentali di base necessarie per il buon funzionamento delle attività imprenditoriali. Questi requisiti sono in genere al centro degli sforzi di sviluppo nei paesi *factor-driven*¹. Gli altri fattori sono maggiormente importanti nelle economie *efficiency-driven* e *innovation-driven*.

Il modello infine prende in considerazione i fattori che hanno un più diretto impatto nello stimolare e sostenere l'innovazione e l'attività imprenditoriale. Questi elementi sono approfonditi in specifiche sottosezioni del NES:

- 1) Percezione delle opportunità di business
- 2) Creazione di impresa
- 3) Immagine dell'imprenditore nella società
- 4) Tutela della proprietà intellettuale
- 5) Supporto alle donne imprenditrici
- 6) Importanza del tema "crescita economica"
- 7) Interesse nei confronti dell'innovazione
- 8) Immigrazione ed imprenditorialità
- 9) Collaborazione tra imprese
- 10) Giovani ed imprenditorialità

Il campione degli esperti intervistati per l'indagine NES Italia del 2023 è simile a quello degli anni precedenti. La selezione del campione tiene conto anche della distribuzione

¹ La distinzione in paesi *factor-driven*, *efficiency-driven* e *innovation-driven* deriva da una classificazione delle economie per stadio di sviluppo stilata dal World Economic Forum.

geografica, dell'ambito di attività e dell'appartenenza al settore pubblico o privato.

Osservando i risultati dell'indagine condotta nel 2023 le medie delle risposte dei 37 esperti fanno emergere, fra gli altri, i seguenti aspetti:

- gli ambiti dove il nostro paese dà la sensazione di fornire le performance peggiori sono quelli della formazione all'imprenditorialità e degli aspetti culturali e sociali: in nessuno dei sotto-ambiti che compongono tali aree, la media delle risposte dei 37 raggiunge il 5, discrimine fra contesto favorevole e sfavorevole; in realtà tale risultato emerge anche nell'area relativa al supporto all'imprenditorialità femminile, tenuto conto che per alcune delle sotto-aree di tale ambito il punteggio più elevato implica una maggiore difficoltà delle donne imprenditrici rispetto agli uomini;
- i risultati migliori si riscontrano nell'ambito Infrastrutture fisiche e dei servizi, dove, fra i sette sotto-ambiti considerati, un livello inferiore a 5 si osserva solo per la media del giudizio relativo all'idoneità delle infrastrutture fisiche nel supportare le startup e le imprese esistenti;
- la media in assoluto più bassa nelle risposte (con un punteggio inferiore a 3) è quella relativa al quesito posto sull'idoneità del nostro sistema normativo e regolamentare nell'indurre le donne a scegliere di avviare un'attività imprenditoriale piuttosto che essere dipendenti nel settore pubblico o privato;
- la media più alta (punteggio di circa 6,5) è invece quella relativa al costo di accesso ai servizi di telecomunicazione

per startup e le imprese esistenti, all'interno dell'ambito Infrastrutture fisiche e dei servizi.

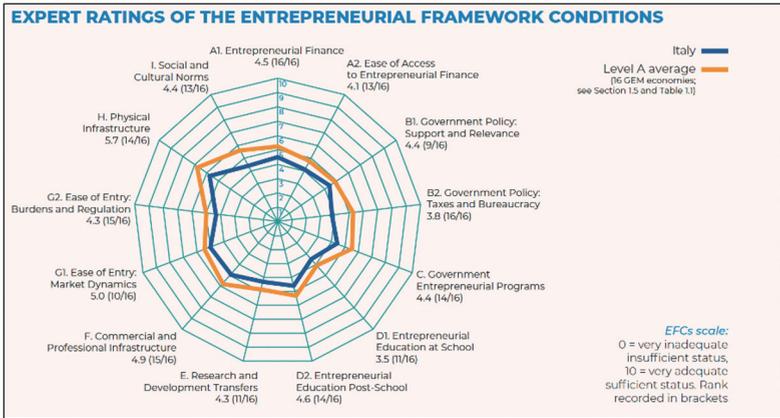
Dall'indagine relativa al 2018 è stato introdotto un nuovo indice, il *National Entrepreneurship Context Index* (NECI), che fornisce una misura sintetica del contesto imprenditoriale in un'economia. L'indice NECI deriva da 12 condizioni di contesto e pesa i rating su queste condizioni in relazione all'importanza che gli esperti pongono su di essi, considerando lo stato attuale dell'ecosistema paese.

In tutti gli anni nei quali è stato calcolato l'indice, l'Italia rimane fra i paesi con valori del NECI inferiori alla media generale e a quella riferita ai paesi maggiormente sviluppati.

La Figura 41 consente di ottenere una visione sintetica dei diversi aspetti caratterizzanti l'ecosistema imprenditoriale e della posizione relativa del nostro paese rispetto alla media di 16 economie analizzate nel rapporto GEM.

Gli aspetti nei quali si evidenziano le maggiori differenze rispetto agli altri paesi sono relativi a fattori di contesto; in particolare la presenza di un eccesso di tassazione e burocrazia e carenze nelle infrastrutture fisiche.

Figura 41 – National Entrepreneurship Context Index (NECI), confronto Italia – media paesi Level A per singoli ambiti 2023



Fonte: GEM Global Report, 2023-2024

Il valore più basso dell'indice è ottenuto anche nel 2023 dall'ambito della formazione imprenditoriale, in particolare nelle scuole, sebbene tale parametro risulti in leggero miglioramento rispetto al 2021.

Confrontando il posizionamento assoluto e relativo dell'Italia rispetto al 2021, mentre emerge un sostanziale mantenimento delle posizioni assolute, si evidenzia come nel 2023 non vi sia alcun ambito in cui l'Italia riesca a superare o eguagliare la media degli altri paesi. Nel 2021, al contrario, erano 4 gli ambiti in cui il nostro paese si allineava alla media degli altri: B1, Politiche governative (supporto e rilevanza); E Trasferimenti di Ricerca e Sviluppo; F Infrastrutture commerciali e professionali; G Fase di ingresso: Dinamiche di Mercato. L'unico ambito in cui sembra leggermente ridursi la distanza rispetto alla media è proprio quello che evidenzia il livello assoluto più basso, ovvero quello della formazione

imprenditoriale nelle scuole: anche a livello di media dei paesi tale ambito presenta il valore più basso rispetto a tutti gli altri, ma la distanza fra Italia e media dei paesi nel 2023 appare appunto inferiore a quella osservata nel 2021.

L'Italia rimane tuttavia un paese con un ecosistema imprenditoriale con performance generalmente inferiori a quelle osservate nei principali paesi sviluppati. La quota di persone che ritiene vi siano buone opportunità per avviare un'attività imprenditoriale è la seconda più bassa fra i paesi avanzati e la percentuale di coloro che ritengono sia semplice avviare un'attività d'impresa nel proprio paese è la più bassa fra i paesi avanzati, e con ampio margine. Ciò spiega la ragione per la quale l'Italia rimane fra i paesi con la più bassa propensione imprenditoriale, malgrado la significativa ripresa osservata negli ultimi anni dopo il punto più basso toccato nel 2020 a causa della pandemia.

Focus indagine NES: confronto fra Italia e media totale GEM per ambito e sotto-ambito

Come precedentemente descritto, l'indagine NES raggruppa i fattori abilitanti l'attività imprenditoriale in undici aree (Key Entrepreneurial Framework Conditions), ciascuna delle quali suddivisa e analizzata per sub-area.

La tabella sottostante elenca analiticamente le sezioni dell'indagine NES (Figura 42).

Figura 42 – Le aree dell'indagine NES

Area A1: FINANZA PER L'IMPRENDITORIALITÀ. NEL NOSTRO PAESE C'È SUFFICIENTE...
A01_capitale proprio per startup e aziende in fase di crescita iniziale
A02_capitale di credito (prestiti bancari e similari) per startup e per aziende in fase di crescita iniziale
A03_supporto finanziario pubblico per startup e aziende in fase di crescita iniziale
A04_supporto finanziario da parte di familiari e amici per startup e aziende in fase di crescita iniziale
A05_supporto finanziario da parte di business angel per startup e aziende in fase di crescita iniziale
A06_supporto finanziario di venture capital per startup e aziende in fase di crescita iniziale
A07_supporto finanziario per IPO di startup e per aziende in fase di crescita iniziale
A08_micro funding (per esempio crowdfunding con finanziamenti di piccole somme da un elevato numero di persone via internet) per startup e aziende in fase di crescita iniziale
Area A2: FINANZA PER L'IMPRENDITORIALITÀ. NEL NOSTRO PAESE È FACILE...
A09_essere finanziati tramite debito (prestiti bancari e similari) per startup e aziende in fase di crescita iniziale
A10_ottenere servizi per la consulenza finanziaria a costi contenuti
A11_reperire seed capital per finanziare le spese di avvio attività
A12_attrarre investitori/finanziamenti per far crescere l'azienda

<p>Area B: POLITICHE DI GOVERNO. NEL NOSTRO PAESE...</p>
<p>B01_le politiche pubbliche (leggi, normativa in generale, appalti, tassazione) favoriscono costantemente le startup e le aziende in fase di crescita iniziale</p>
<p>B02_il sostegno a startup e aziende in fase di crescita iniziale è un'alta priorità per le politiche a livello nazionale</p>
<p>B03_il sostegno a startup e aziende in fase di crescita iniziale è un'alta priorità per le politiche a livello locale</p>
<p>B03_2_gli imprenditori possono avviare/iscrivere una nuova impresa sostenendo costi limitati</p>
<p>B04_le nuove imprese possono ottenere la maggior parte delle autorizzazioni e permessi in circa una settimana</p>
<p>B05_l'ammontare di imposte e tasse non è un peso eccessivo per le startup e le aziende in fase di crescita iniziale</p>
<p>B06_il sistema di tassazione e regolamentazione per le startup e le aziende in fase di crescita iniziale è chiaro e coerente</p>
<p>B07_confrontarsi con burocrazia, leggi, regolamentazione e sistema delle licenze/autorizzazioni non è eccessivamente difficile per le startup e le aziende in fase di crescita iniziale</p>
<p>Area C: PROGRAMMI PER L'IMPRENDITORIALITÀ. NEL NOSTRO PAESE...</p>
<p>C01_attraverso un solo sportello/ufficio si ottiene un ampio ventaglio di supporto e assistenza da parte della pubblica amministrazione a startup e aziende in fase di crescita iniziale</p>
<p>C02_i parchi scientifici/tecnologici sono attivi e forniscono un supporto effettivo a startup e aziende in fase di crescita iniziale</p>
<p>C02_2_gli incubatori sono attivi e forniscono un supporto effettivo a startup e a aziende in fase di crescita iniziale</p>

C03_c'è un numero adeguato di programmi e iniziative per startup e aziende in fase di crescita iniziale
C04_i dipendenti pubblici sono competenti e di supporto a startup e aziende in fase di crescita iniziale
C05_praticamente chiunque abbia necessità di essere supportato da un programma pubblico a favore di startup e aziende in fase di crescita iniziale può trovare ciò di cui ha bisogno
C06_i programmi pubblici di supporto a startup e aziende in fase di crescita iniziale sono efficaci
Area D: FORMAZIONE ALL'IMPRENDITORIALITÀ. NEL NOSTRO PAESE...
D01_l'istruzione primaria e secondaria incoraggiano la creatività, l'autosufficienza e l'iniziativa personale
D02_l'istruzione primaria e secondaria forniscono una preparazione adeguata sui principi e sul funzionamento dei mercati e dell'economia
D03_l'istruzione primaria e secondaria forniscono adeguata attenzione all'imprenditorialità e alla creazione di nuove imprese
D04_le università forniscono un'adeguata preparazione per avviare e far crescere nuove imprese
D05_la qualità dell'istruzione finalizzata al business e al management fornisce un'adeguata preparazione per avviare e far crescere nuove imprese
D06_l'istruzione, la formazione professionale, la formazione continua forniscono un supporto adeguato per avviare e far crescere nuove imprese

<p>Area E: TRASFERIMENTO TECNOLOGICO. NEL NOSTRO PAESE...</p>
<p>E01_c'è un efficace trasferimento tecnologico e del sapere da università e centri di ricerca a startup e aziende in fase di crescita iniziale</p>
<p>E02_startup e aziende in fase di crescita iniziale hanno accesso alla ricerca e alle nuove tecnologie tanto quanto le aziende più grandi e in più avanzata fase di crescita</p>
<p>E03_startup e aziende in fase di crescita iniziale possono avere accesso alle tecnologie più innovative</p>
<p>E04_ci sono adeguati sussidi pubblici per permettere a startup e aziende in fase di crescita iniziale l'accesso a nuove tecnologie</p>
<p>E05_contesto scientifico e tecnologico supportano efficacemente l'avvio di eccellenze imprenditoriali a livello internazionale in almeno un'area dell'innovazione tecnologica</p>
<p>E06_esiste un ambiente favorevole a supporto di ingegneri e scienziati che vogliono implementare e commercializzare le loro scoperte attraverso startup</p>
<p>Area F: INFRASTRUTTURA COMMERCIALE. NEL NOSTRO PAESE...</p>
<p>F01_c'è un numero sufficiente di fornitori e consulenti a supporto di startup e aziende in fase iniziale di crescita</p>
<p>F02_startup e aziende in fase iniziale di crescita possono sostenere il costo di fornitori e consulenti</p>
<p>F03_è facile per startup e aziende in fase iniziale di crescita disporre di validi fornitori e consulenti</p>
<p>F04_è facile per startup e aziende in fase iniziale di crescita disporre di valida assistenza legale e contabile</p>
<p>F05_è facile per startup e aziende in fase iniziale di crescita disporre di valido supporto dalle banche</p>

F06_è facile per startup e aziende in fase iniziale di crescita disporre di servizi di cloud computing a prezzi competitivi
Area G: APERTURA DEL MERCATO. NEL NOSTRO PAESE...
G01_i mercati B2C e relativi servizi cambiano radicalmente di anno in anno
G02_i mercati B2B e relativi servizi cambiano radicalmente di anno in anno
G03_startup e aziende in fase iniziale di crescita possono agevolmente accedere a nuovi mercati
G04_startup e aziende in fase iniziale di crescita possono affrontare i costi di accesso a nuovi mercati
G05_startup e aziende in fase iniziale di crescita possono accedere a nuovi mercati senza subire la concorrenza sleale di aziende di dimensioni maggiori
G06_la legislazione anti-trust è efficace e ben radicata
Area H: INFRASTRUTTURE FISICHE E DEI SERVIZI. NEL NOSTRO PAESE...
H01_le infrastrutture fisiche (strade, reti di comunicazione, rete idrica e altre utilities) forniscono un valido supporto a startup e aziende in fase iniziale di crescita
H02_non è eccessivamente oneroso per startup e aziende in fase iniziale di crescita accedere ai mezzi di comunicazione (telefonia, internet, etc.)
H03_startup e aziende in fase iniziale di crescita possono accedere ai mezzi di comunicazione (telefonia, internet, etc.) in una settimana circa
H04_startup e aziende in fase iniziale di crescita possono sostenere il costo per le utilities indispensabili (luce, gas, acqua, etc.)

H05_startup e aziende in fase iniziale di crescita possono accedere efficacemente alle utilities indispensabili (luce, gas, acqua, etc.) in un mese circa
H06_startup e aziende in fase iniziale di crescita hanno ampia disponibilità di uffici da affittare a condizioni accessibili
H07_startup e aziende in fase iniziale di crescita hanno ampia disponibilità di spazi per la produzione da affittare a condizioni accessibili
Area I: ASPETTI CULTURALI E SOCIALI. NEL NOSTRO PAESE...
I01_il substrato culturale è molto favorevole al successo individuale attraverso il proprio impegno professionale/lavorativo
I02_il substrato culturale favorisce l'autosufficienza, l'autonomia, l'iniziativa personale
I03_il substrato culturale favorisce l'assunzione di rischio imprenditoriale
I04_il substrato culturale favorisce la creatività e l'innovazione
I05_il substrato culturale enfatizza la responsabilità individuale (più che quella collettiva) nel gestire e autodeterminare la propria realizzazione
Area SDGs: PERSEGUIMENTO DEI TARGET SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDG). NEL NOSTRO PAESE...
SDGS_1_startup e aziende in fase iniziale di crescita danno priorità al proprio contributo al benessere collettivo piuttosto che esclusivamente al profitto e alla creazione di ricchezza

SDGS_2_ startup e aziende in fase iniziale di crescita integrano i principi di Corporate Social Responsibility (CSR) nel proprio business model
SDGS_3_ gli investitori sono particolarmente interessati a finanziare le aziende che si focalizzano sulla CSR
SDGE_1_ le aziende considerano le imposte come parte della loro responsabilità sociale
SDGE_2_ gli investitori e i diversi stakeholder sono soddisfatti delle performance economiche delle aziende nelle quali hanno investito
SDGE_3_ le startup e le aziende in fase iniziale di crescita finanziate da appartenenti a gruppi di minoranza hanno le stesse opportunità di altre nuove imprese
SDGN_1_ la maggior parte di startup e aziende in fase iniziale di crescita implementano pratiche e policy di salvaguardia ambientale nella produzione di beni e fornitura di servizi
SDGN_2_ startup e aziende in fase iniziale di crescita danno priorità a scelte di efficienza energetica nella propria attività
SDGN_3_ la maggior parte di startup e aziende in fase iniziale di crescita vedono nelle tematiche ambientali delle potenziali opportunità
SDCN_1_ le azioni e i temi relativi alla sostenibilità sono considerati molto rilevanti in ambito sociale/culturale
SDCN_2_ ci sono esempi rilevanti di attività imprenditoriali svolte, nel proprio ambito di business, in correlazione con il perseguimento degli SDG
SDGG_1_ le politiche pubbliche hanno normative specifiche che supportano le startup sostenibili

SDGG_2_ le politiche pubbliche supportano le aziende sostenibili attraverso un sistema di contributi, incentivi e agevolazioni fiscali
Area P: SUPPORTO ALL'IMPREDITORIALITÀ FEMMINILE. NEL NOSTRO PAESE...
P01_ci sono servizi di assistenza (all'infanzia, per la gestione della casa, per il dopo scuola, agli anziani) tali da permettere alle donne di continuare a svolgere la propria attività anche dopo aver creato una famiglia
P01b_i servizi e l'assistenza (all'infanzia, per la gestione della casa, per il dopo scuola, agli anziani) sono economicamente accessibili e permettono alle donne di continuare a svolgere la propria attività anche dopo aver creato una famiglia
P02_la legislazione a favore dell'imprenditoria è tale che le donne preferiscono essere imprenditrici piuttosto che dipendenti pubbliche o private
P03_il substrato culturale incoraggia le donne tanto quanto gli uomini a svolgere attività di lavoro autonomo o imprenditoriale
P04_i mercati sono generalmente più accessibili per imprenditori uomini che per donne imprenditrici
P04b_gli appalti pubblici sono generalmente assegnati a imprenditori uomini vs imprenditrici donne
P05_i finanziamenti (di qualunque natura) sono più agevoli per imprenditori uomini vs imprenditrici donne
P05b_ottenere finanziamenti per l'avvio di attività è generalmente più facile per nuovi imprenditori uomini vs nuove imprenditrici donne

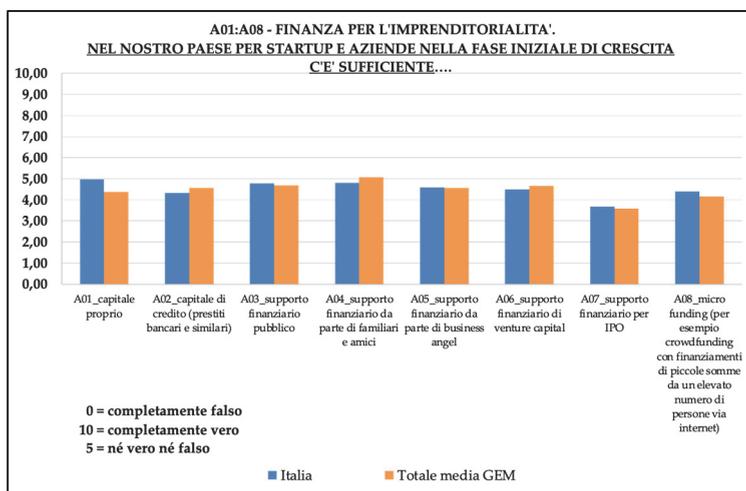
L'analisi delle principali risultanze del NES ha permesso di comprendere le aree dove si palesano, in base al campione di esperti interpellati, le migliori e le peggiori performance dell'Italia.

Di seguito vengono riportati i confronti di dettaglio, a livello di area e sotto-area, fra la media del campione italiano e la media di tutti i paesi che hanno partecipato all'indagine GEM.

Area A – Finanza per l’imprenditorialità

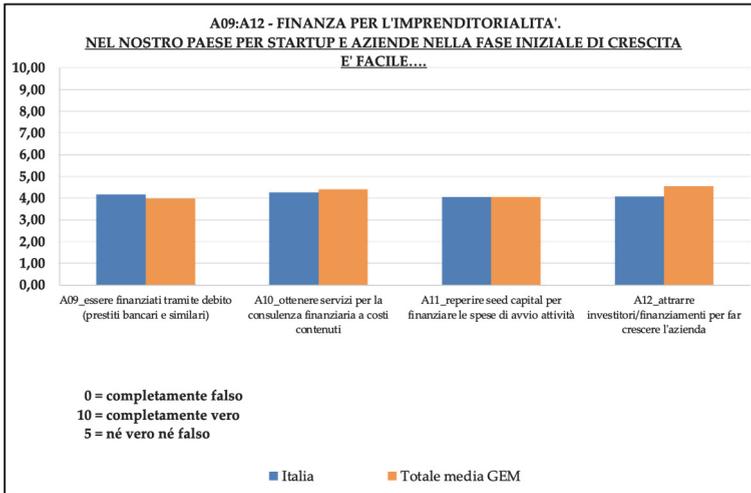
Per il finanziamento di nuove imprese emerge un sostanziale allineamento dell’Italia con la media GEM, con alcune sotto-aree che sovra e altre che sottoperformano la media stessa (Figura 43 e 44).

Figura 43 – NES – Finanza per l’imprenditorialità, ITALIA vs Media totale paesi GEM, sotto-aree A01:A08



Fonte: Indagine NES per GEM 2023

Figura 44 – NES – Finanza per l'imprenditorialità, ITALIA vs Media totale paesi GEM, sotto-aree A09:A12

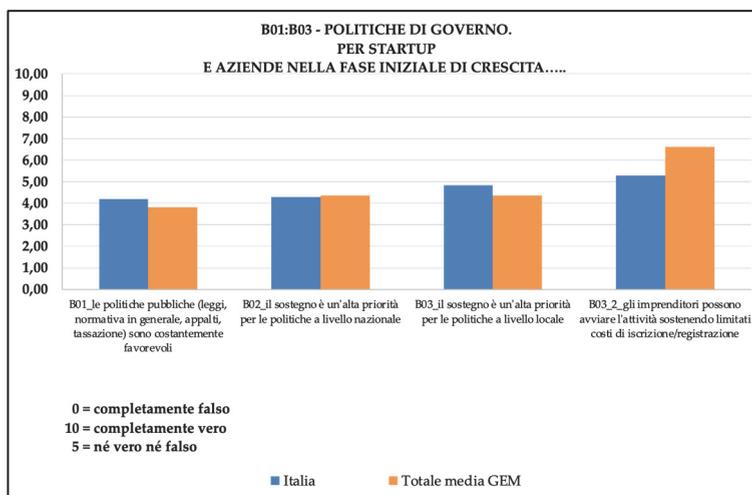


Fonte: Indagine NES per GEM 2023

Area B – Politiche di Governo

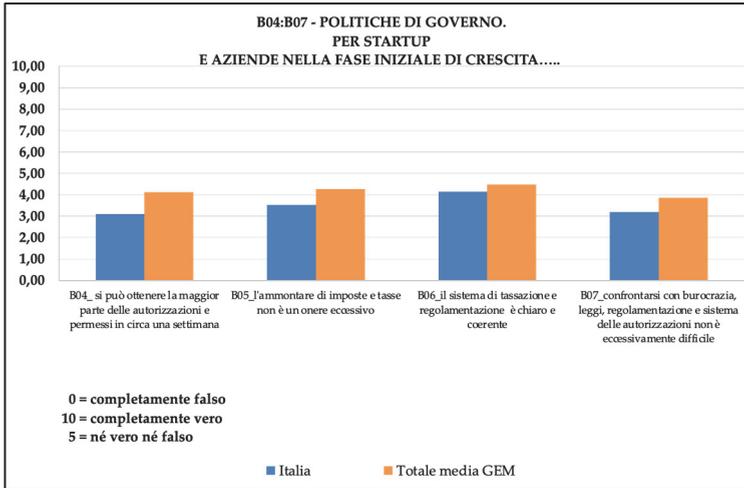
Per le politiche governative si nota una sensibile differenza, in negativo per l'Italia rispetto alla media, in relazione ai limitati costi di registrazione per l'avvio di nuove imprese, sebbene il valore assoluto delle due medie in tale sotto-ambito sia comunque superiore al livello 5 di indifferenza fra contesto favorevole e sfavorevole (Figura 45). Si osserva invece un generalizzato contesto sfavorevole relativamente a velocità delle autorizzazioni e fiscalità per le imprese (Figura 46).

Figura 45 – NES – Politiche di Governo, ITALIA vs Media totale GEM, sotto-aree B01:B03



Fonte: Indagine NES per GEM 2023

Figura 46 – NES – Politiche di Governo, ITALIA vs Media totale GEM, sotto-aree B01:B03

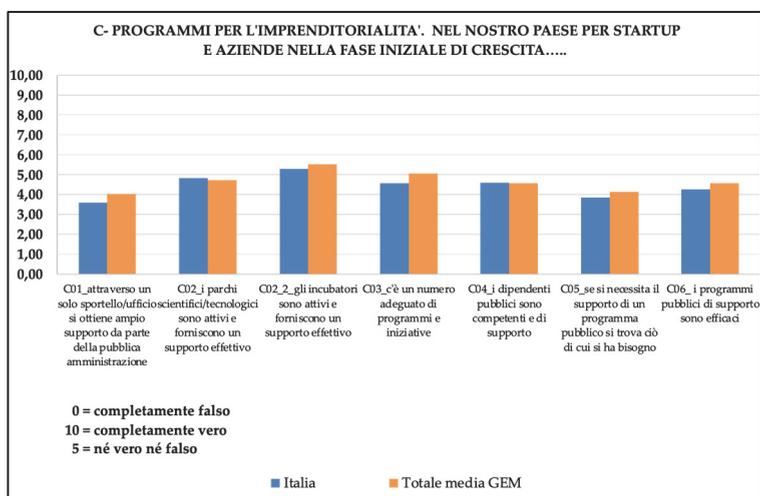


Fonte: Indagine NES per GEM 2023

Area C – Programmi per l’imprenditorialità

Per i programmi per l’imprenditorialità vale quanto osservato in merito alle possibilità di finanziamento, cioè un sostanziale allineamento dell’Italia alla media ed alcune sotto-aree che sovra e altre che sottoperformano la media GEM (Figura 47).

Figura 47 – NES – Programmi per l’imprenditorialità, ITALIA vs Media totale GEM

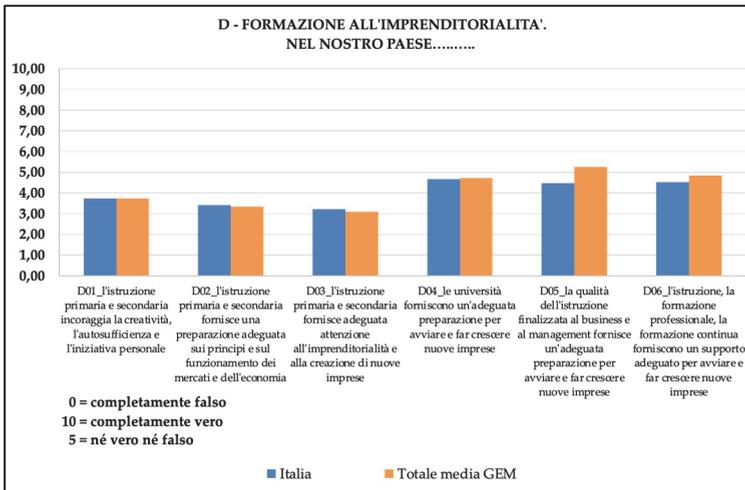


Fonte: Indagine NES per GEM 2023

Area D – Formazione all'imprenditorialità

Il sostanziale allineamento fra Italia e media GEM vale anche per l'area relativa alla formazione all'imprenditorialità, dove però emerge, come già rilevato in precedenza, che l'Italia evidenzia valori inferiori al livello di indifferenza, in tutti i sotto-ambiti di formazione all'imprenditorialità (Figura 48).

Figura 48 – NES – Formazione all'imprenditorialità, ITALIA vs Media totale GEM

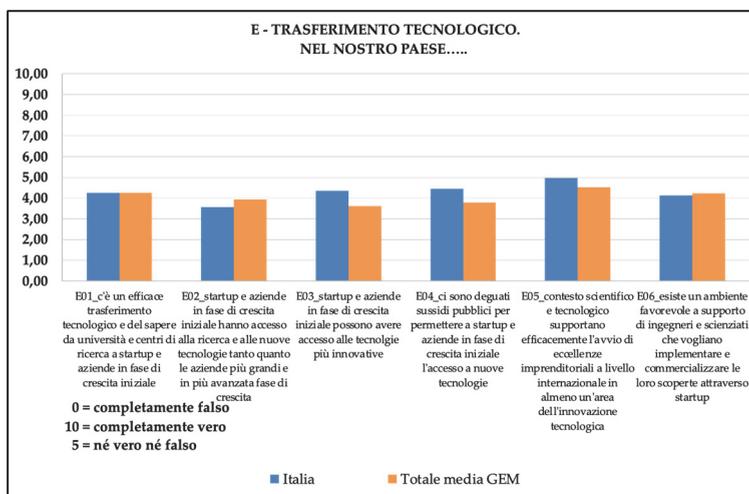


Fonte: Indagine NES per GEM 2023

Area E – Trasferimento tecnologico

Per il trasferimento tecnologico si osserva che per la maggioranza delle sotto-aree analizzate (4 su 6) l'Italia supera la media GEM. È l'unica area in cui ciò accade, anche se soltanto in una sotto-area su 6 (il contesto scientifico favorevole o meno a sviluppare eccellenze imprenditoriali internazionali in almeno un'area ad alta innovazione) si raggiunge (in realtà si sfiora) il livello di indifferenza fra contesto sfavorevole e favorevole (Figura 49).

Figura 49 – NES – Trasferimento tecnologico, ITALIA vs Media totale GEM

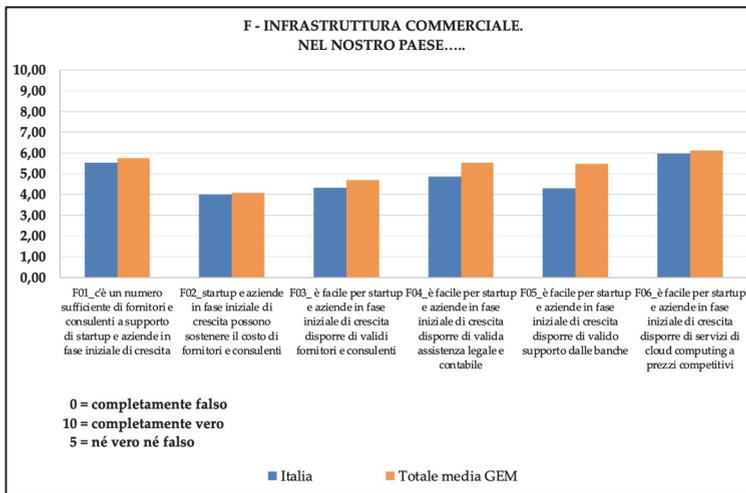


Fonte: Indagine NES per GEM 2023

Area F – Infrastruttura commerciale

Per le infrastrutture commerciali si osserva invece la sistematica sottoperformance del nostro paese rispetto alla media, ma con 2 sotto-aree su 6 al di sopra del livello di indifferenza (Figura 50).

Figura 50 – NES – Infrastruttura commerciale, ITALIA vs Media totale GEM

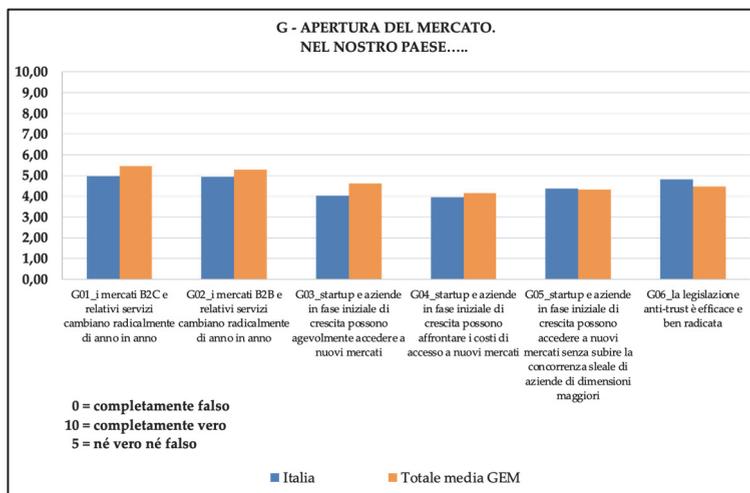


Fonte: Indagine NES per GEM 2023

Area G – Apertura del mercato

Ognuna delle sotto-aree dell’ambito apertura del mercato evidenzia per il nostro paese un punteggio inferiore al livello di indifferenza fra contesto favorevole e sfavorevole, a testimonianza probabilmente di un’arena economica dove la libera concorrenza non favorisce startup e aziende in fase di *early stage* rispetto a quelle già in fase più avanzata del loro ciclo di vita. Non molto diverse, comunque le risultanze della media GEM (Figura 51).

Figura 51 – NES – Apertura del mercato, ITALIA vs Media totale GEM

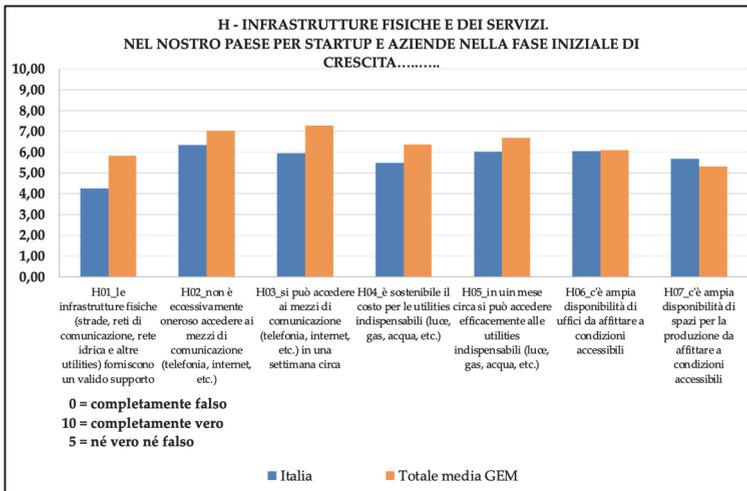


Fonte: Indagine NES per GEM 2023

Area H – Infrastrutture fisiche e dei servizi

Nelle infrastrutture fisiche e dei servizi si osserva la sotto-area con il livello assoluto di performance migliore per l'Italia fra tutti gli ambiti (nello specifico: non eccessiva onerosità per l'accesso ai mezzi di comunicazione da parte di startup e aziende nella fase iniziale di crescita) e comunque, per 6 sotto-aree su 7, livelli superiori a quello di indifferenza fra scenario favorevole e sfavorevole. Anche se solo per una sotto-area su sette l'Italia supera la media GEM (Figura 52).

Figura 52 – NES – Infrastrutture fisiche e dei servizi, ITALIA vs Media totale GEM

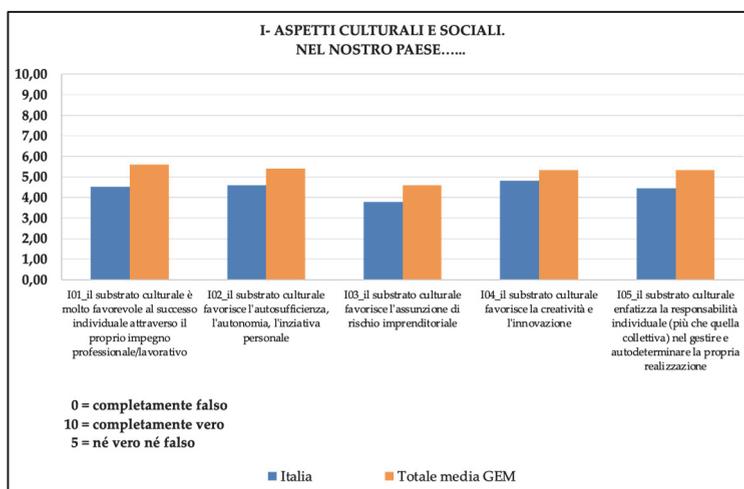


Fonte: Indagine NES per GEM 2023

Area I – Aspetti culturali e sociali

Decisamente non adeguato, sia a livello assoluto (nessuna sotto-area evidenzia un livello superiore a quello di indifferenza fra favorevole e sfavorevole) che rispetto alla media GEM, appare il contesto culturale e sociale ai fini di una spinta all'imprenditorialità (Figura 53).

Figura 53 – NES – Aspetti culturali e sociali, ITALIA vs Media totale GEM

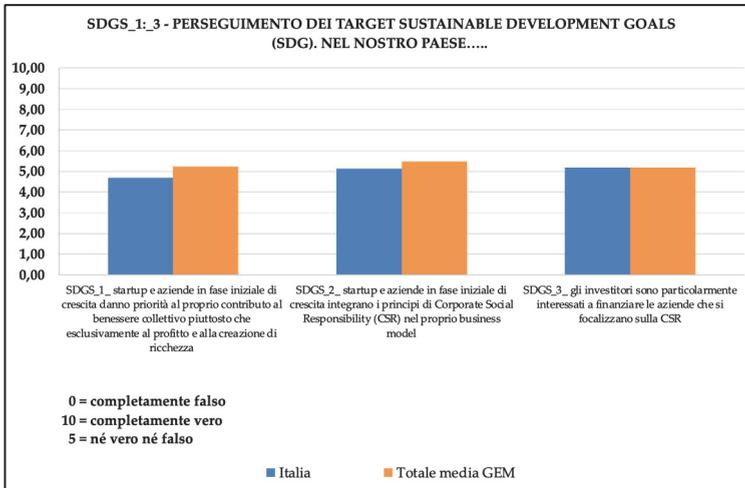


Fonte: Indagine NES per GEM 2023

Area SDG – Perseguimento dei target Sustainable Development Goals (SDG)

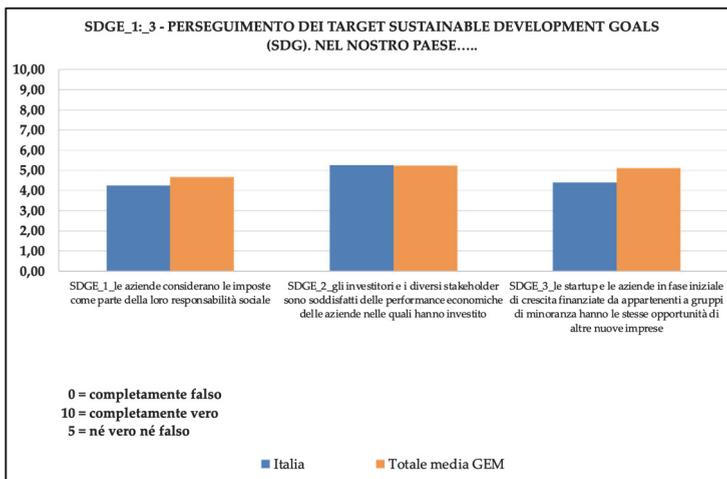
Per il perseguimento dei target SDG, la sintesi che emerge dai grafici relativi ai diversi gruppi di sotto-aree è quella di una performance italiana in linea con la media GEM, con diverse sotto-aree che mostrano valori assoluti superiori alla soglia di indifferenza (Figure 54, 55, 56, 57).

Figura 54 – NES – Perseguimento target SDG, ITALIA vs Media totale paesi GEM, sotto-aree SDGS_1:SDGS_3



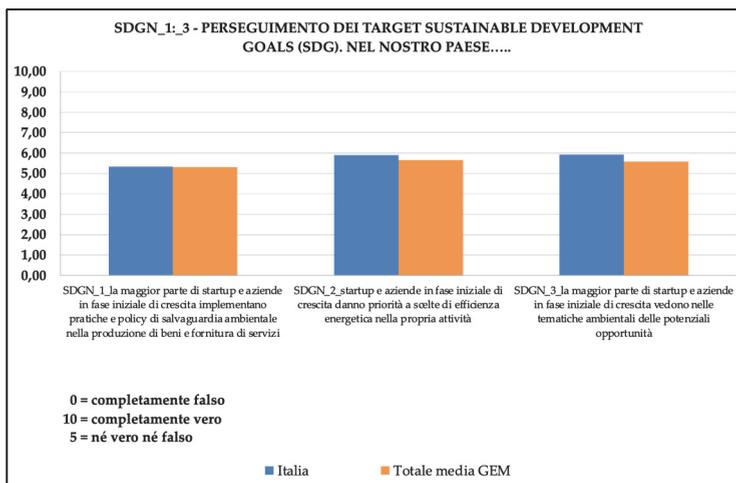
Fonte: Indagine NES per GEM 2023

Figura 55 – NES – Perseguimento target SDG, ITALIA vs Media totale paesi GEM, sotto-aree SDGE_1:SDGE_3



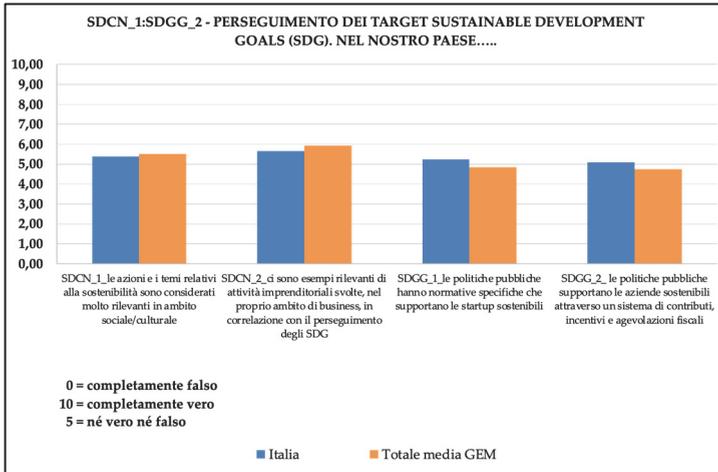
Fonte: Indagine NES per GEM 2023

Figura 56 – NES – Perseguimento target SDG, ITALIA vs Media totale paesi GEM, sotto-aree SDGN_1:SDGN_3



Fonte: Indagine NES per GEM 2023

Figura 57 – NES – Perseguimento target SDG, ITALIA vs Media totale paesi GEM, sotto-aree SDCN_1:SDGG_2

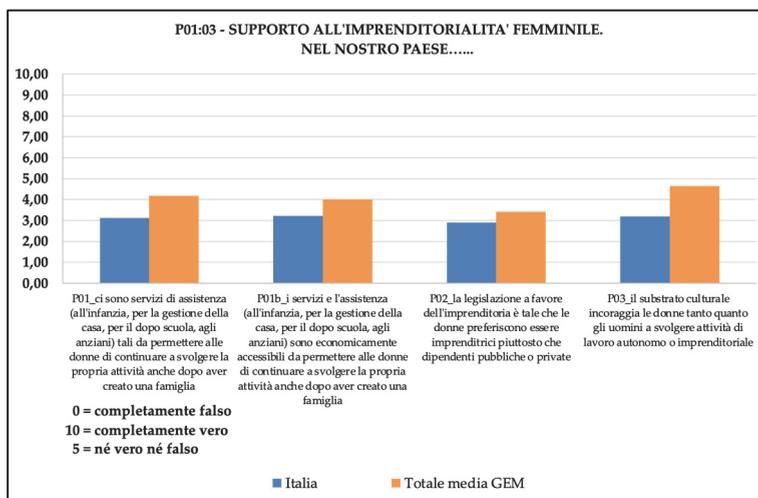


Fonte: Indagine NES per GEM 2023

Area P – Supporto all’imprenditorialità femminile

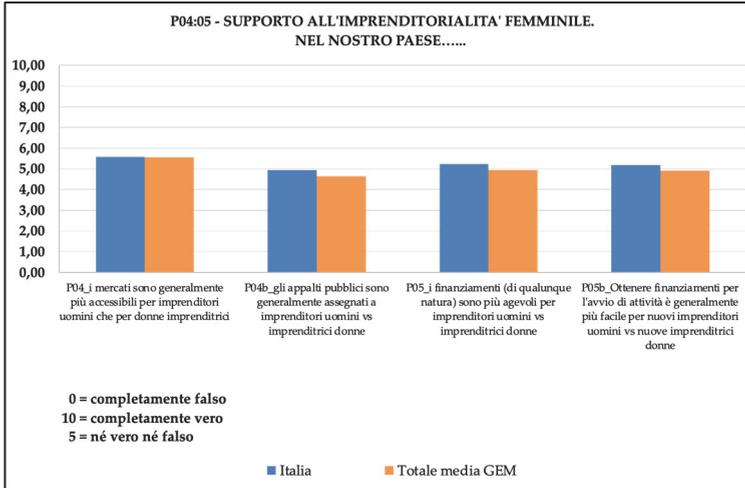
Va notato che, per quanto riguarda il supporto all’imprenditorialità femminile, l’Italia evidenzia una performance inferiore in ognuna delle sotto-aree, tenuto conto che per le sotto-aree P04 e P05 il punteggio più elevato implica una maggiore difficoltà delle donne imprenditrici rispetto agli uomini. Inoltre, la sotto-area relativa all’eventuale efficacia delle politiche che rendono per le donne preferibile l’attività imprenditoriale a quella di dipendente (pubblica o privata) è quella in assoluto con il livello più basso fra tutte le sotto-aree/aree (inferiore a 3) (Figure 58 e 59).

Figura 58 – NES – Supporto all’imprenditorialità femminile, ITALIA vs Media totale paesi GEM, sotto-aree P01:P03



Fonte: Indagine NES per GEM 2023

Figura 59 – NES – Supporto all'imprenditorialità femminile, ITALIA vs Media totale paesi GEM, sotto-aree P04:P05



Fonte: Indagine NES per GEM 2023

Elenco degli esperti nazionali intervistati

Maria Palazzo, Professore Associato di Economia e Gestione delle imprese, è esperta di comunicazione e marketing.

Mario Pelonghini, Dottore Commercialista, Responsabile Finance di Coldiretti Marche; ha cofondato una startup innovativa sulla distribuzione dei prodotti del territorio (Primo Raccolto srl).

Michele Meoli, Professore Associato di Ingegneria Gestionale presso l'Università di Bergamo, dove insegna Finanza e Organizzazione Aziendale. È il Direttore CISAlpino Institute for Comparative Studies in Europe.

Maurizio Mazzanti, Co-fondatore nel 2000 di E3, una delle prime agenzie di marketing digitale in Italia. Co-fondatore di Reborn Ideas e Primo Raccolto, due startup innovative nel campo dell'e-commerce sostenibile. Docente a contratto presso Università Cattolica, IED (Istituto Europeo di Design) e LUM (Libera Università Mediterranea).

Massimo Gaetano Colombo è Professore Ordinario di Ingegneria Gestionale presso il Politecnico di Milano, è coautore di centinaia di contributi scientifici sulla dinamica imprenditoriale.

Giusy Sica, Dottoranda in Sostenibilità e Agenda Esg presso Universitas Mercatorum, è stata inserita da Forbes Italia tra i 100 leader del futuro under 30 nella categoria social entrepreneur per aver fondato Re-Generation (Y)outh Think Tank; D-Repubblica l'ha inserita tra le 50 donne più influenti dell'anno e F di Cairo l'ha inserita tra le più giovani innovatrici sociali del 2020.

Riccardo Fini è Professore Ordinario di ingegneria gestionale e coordinatore del dottorato in management presso

l'Università di Bologna. È visiting professor all'Imperial College di Londra e è direttore dell'entrepreneurship hub presso la Bologna Business School.

Alberto Fioravanti, Fondatore e CTO dell'incubatore di impresa Digital Magics, è esperto di nuove tecnologie digitali. Fondatore di Inferentia che negli anni 90 diventa la prima new agency in Italia specializzata nell'offerta di servizi per l'online marketing.

Sabrina Dubbini è Responsabile dell'Area Didattica presso Istaò, l'Istituto Adriano Olivetti per la gestione dell'Economia e delle Imprese. Si occupa di educazione all'imprenditorialità e di ecosistemi imprenditoriali e innovativi.

Angela Tringali è Direttore presso la CDO, Compagnia delle Opere di Pesaro Urbino. È psicologa clinica, formatrice, coach, counselor e mediatrice.

Pasquina D'Onofrio è Responsabile Commerciale, Sviluppo, Monitoraggio, Coordinamento Area Centro e Sardegna della Banca Monte dei Paschi di Siena. Nel 2023 ha vinto il premio Cesare Paris.

Anna Torelli è Funzionario presso la Regione Marche nella P.F. Innovazione, Ricerca e Competitività. Si occupa di incentivi all'imprenditorialità e all'innovazione.

Giulia Cinti, Biologa Nutrizionista, è Responsabile Ricerca e Sviluppo presso la Trevalli. Ha cofondato una startup innovativa, Bioerg, che nel 2015 ha chiuso la prima campagna di Equity Crowdfunding nella Regione Marche.

Gaetano Fausto Esposito, Economista, si occupa di analisi economica e dei processi di industrializzazione delle imprese. È Direttore dell'Istituto Tagliacarne. È stato Segre-

tario Generale delle Camere di Commercio italiane all'Estero.

Cinzia Stella, servizio clienti presso la Banca di Credito Cooperativo e Ancona e Falconara Marittima.

Michele Frontalini, imprenditore nel settore Petroli, ha fondato una associazione di promozione sociale nelle Marche con lo scopo di contribuire al sano sviluppo dei bambini.

Fulvio Fati Pozzodivalle è Avvocato e offre assistenza e consulenza alle imprese con particolare riferimento alla contrattualistica nei settori commerciali, della cooperazione industriale e degli appalti internazionali.

Franco Scolari è Direttore del Polo Tecnologico Alto Adriatico, con oltre 40 anni di esperienza dirigenziale sia presso aziende di medie dimensioni sia presso grandi imprese come Electrolux e Pirelli.

Elisabetta Cucchiara, Sviluppatore aziendale presso Digitalhub, il distretto dell'innovazione che si occupa di offrire servizi innovativi per aziende e manager.

Francesco Fimmanò, Avvocato ed esperto in crisi di impresa, è Professore Ordinario di Diritto Commerciale e Direttore Scientifico presso Universitas Mercatorum.

Francesco Paolone, Dottore commercialista e Professore Ordinario di Economia Aziendale e Accounting presso Universitas Mercatorum. È inoltre docente di Performance Measurement, Financial statement analysis presso la Luiss.

Michela Centioni, Avvocato, è il CEO di Nextequity Crowdfunding, prima società di equity crowdfunding certificata nella Regione Marche.

Carlo Carraro è Professore Ordinario di Economia Ambientale presso l'Università degli Studi di Venezia ed è stato Rettore presso la stessa Università dal 2009 al 2012.

Davide Dottori è Economista presso la Banca D'Italia, sede di Ancona.

Massimo Toppan è Amministratore di Consulbox srl e Partner in Doing Network. Si occupa di formazione manageriale e di consulenza di Direzione.

Michele Luconi Partner di Flowing, società che supporta le aziende nei processi di innovazione.

Laura Martiniello è Professore Ordinario di Economia Aziendale presso Universitas Mercatorum e Amministratore Indipendente di Banca Monte dei Paschi di Siena dal 2023, nel cui ambito ricopre anche l'incarico di componente del Comitato Nomine e del Comitato Rischi e Sostenibilità.

Claudio Chiti è Specialista Innovazione presso Intesa Sanpaolo.

Maria Antonella Ferri è Professore Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese e Preside della Facoltà di Scienze Economiche e Giuridiche presso Universitas Mercatorum. Fa parte del consiglio di Amministrazione dell'azienda Carpisa.

Vincenzo Filetti svolge dal 2000 attività di project management sui temi del marketing e della comunicazione, del web e dei sistemi informativi. In Retecamere ha ricoperto diversi incarichi dirigenziali.

Giuseppe Sancetta è Professore Ordinario di Economia e gestione delle imprese presso la Sapienza di Roma. Si occupa di imprese e sistema finanziario, efficacia dei sistemi

di governance, intangibles e performance d'impresa, nonché di crisi e ristrutturazione delle imprese.

Sandro Zilli è Innovation Manager e Project Manager e si occupa di business transformation, in un'ottica di innovazione e di digitale.

David Vicario, dopo una lunga esperienza in primari brand italiani, è Senior Manager di Retail Reply, dove contribuisce alla definizione delle strategie aziendali.

Giovanni Occhionero, Chimico farmaceutico e Biologo nutrizionista, ha cofondato una società benefit in Molise, Biogroup.

Susanna Cagnoni, Console del Belgio ad Ancona, è Amministratore Delegato della Cagnoni Spa.

Mirco Pierucci, CEO di Floema è un imprenditore dinamico e fortemente orientato all'innovazione.

Luca Streri, Economista torinese, ha lavorato in borsa e nell'alta finanza internazionale, per poi cofondare Arbor Foundation, un vasto programma di sostegno ai villaggi rurali dell'India. Si occupa di formazione sui temi dell'etica in economia ed è giornalista e editorialista.

Riferimenti bibliografici

- Abbasianchavari, A., & Moritz, A. (2021). The impact of role models on entrepreneurial intentions and behavior: a review of the literature. *Management Review Quarterly*, 71(1), 1-40.
- Acs, Z., Autio, E., & Szerb, L. (2014). National Systems of Entrepreneurship: Measurement Issues and Policy Implications. *Research Policy*, 43(3), 476-494.
- Acs, Z.J., Stam, E., Audretsch, D.B. et al. (2017). The lineages of the entrepreneurial ecosystem approach. *Small Business Economics*, 49, 1-10.
- Alomani, A., Baptista, R., & Athreye, S. S. (2022). The interplay between human, social and cognitive resources of nascent entrepreneurs. *Small Business Economics*, 59, 1301-1326.
- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105-123.
- Bala Subrahmanya, M. (2017). How did Bangalore emerge as a global hub of tech start-ups in India? Entrepreneurial ecosystem – evolution, structure and role, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 22(1), 1750006.
- Baron, R. A. (2007). Behavioral and cognitive factors in entrepreneurship: Entrepreneurs as the active element in new venture creation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 167-182.
- Bergmann, H., & Stephan, U. (2013). Moving on from nascent entrepreneurship: Measuring crossnational differences in the

- transition to new business ownership. *Small Business Economics*, 41(4), 945-959.
- Bernardez, M. (2008). Minding the business of business: tools and models to design and measure wealth creation. *PII Review*, 12-49.
- Brown, R., Mason, C. (2017). Looking inside the spiky bits: a critical review and conceptualisation of entrepreneurial ecosystems. *Small Bus Econ* 49, 11-30.
- Bullough, A., Guelich, U., Manolova, T. S., & Schjoedt, L. (2022). Women's entrepreneurship and culture: gender role expectations and identities, societal culture, and the entrepreneurial environment. *Small Business Economics*, 58(2), 985-996.
- Bullough, A., Renko, M., & Abdelzaher, D. (2017). Women's Business Ownership: Operating Within the Context of Institutional and In-Group Collectivism. *Journal of Management*, 43(7), 2037-2064.
- Cainelli, G., Iacobucci, D., & Micozzi, A. (2020). Discouraged entrepreneurs and persistence in local entrepreneurship. The Italian case, 2001-2008. *Industria*, 41(1), 155-172.
- Carter, N. M., Gartner, W. B., & Reynolds, P. D. (1996). Exploring start-up event sequences. *Journal of Business Venturing*, 11(3), 151-166.
- Cohen, B. (2006). Sustainable Valley Entrepreneurial Ecosystems. *Business Strategy and the Environment*, 15, 1-14.
- Colombo, M. G., Lucarelli, C., Marinelli, N., Micozzi, A. (2024). Emergence of new firms: A test of the resource-based view, signaling and behavioral perspectives, *International Entrepreneurship and Management Journal*, published online.
- Davidsson, P., & Gordon, S. R. (2012). Panel studies of new venture creation: A methods-focused review and suggestions for future research. *Small Business Economics*, 39(4), 853-876.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.

- Delmar, F., & Davidsson, P. (2000). Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs. *Entrepreneurship Regional Development*, 12(1), 1-23.
- Dimov, D. (2010). Nascent entrepreneurs and venture emergence: Opportunity confidence, human capital, and early planning. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1123-1153.
- Gartner, W. B., & Shaver, K. G. (2012). Nascent entrepreneurship panel studies: Progress and challenges. *Small Business Economics*, 39(3), 659-665.
- Guzman, J., & Stern, S. (2015). Where is Silicon Valley. *Science*, 347(6222), 606-609.
- Hopp, C., & Sonderegger, R. (2015). Understanding the dynamics of nascent entrepreneurship—prestart-up experience, intentions, and entrepreneurial success. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1076-1096.
- Hopp, C., & Stephan, U. (2012). The influence of socio-cultural environments on the performance of nascent entrepreneurs: Community culture, motivation, self-efficacy and start-up success. *Entrepreneurship and Regional Development*, 24(9-10), 917-945.
- Iacobucci, D. (2021). Eravamo un popolo di imprenditori. Il declino della propensione imprenditoriale in Italia e come arrestarlo. *Quaderni di ricerca sull'artigianato, Rivista di Economia, Cultura e Ricerca Sociale*, 1/2021, 3-28.
- Iacobucci, D., & Micozzi, A. (2014). Territorial differences in entrepreneurial dynamics in Italy. *Industria*, 35(1).
- Iansiti, M., & Levien, R. (2004). *The keystone advantage: what the new dynamics of business ecosystems mean for strategy, innovation, and sustainability*. (Cambridge (MA), Ed.). Harvard Business School Press.
- Isenberg, D. (2011). *The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship*. Babson College, (Available on line at <http://entrepreneurial-revolution.com/>).

- Kong, F., Zhao, L., & Tsai, C.-H. (2020). The Relationship Between Entrepreneurial Intention and Action: The Effects of Fear of Failure and Role Model. *Frontiers in Psychology*, 11.
- Kwapisz, A., & Hechavarría, D. M. (2018). Women don't ask: an investigation of start-up financing and gender. *Venture Capital*, 20(2), 159-190.
- Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The Entrepreneurial Propensity of Women. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 31(3), 341-364.
- Maalaoui, A., Tornikoski, E., Partouche-Sebban, J., & Safraou, I. (2020). Why some third age individuals develop entrepreneurial intentions: Exploring the psychological effects of posterity. *Journal of Small Business Management*, 58(3), 447-473.
- Malecki, E. J. (2017) Entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems. *Geography Compass*, 12, 1-21.
- Moore, J. F. (1993). Predators and prey: a new ecology of competition. *Harvard Business Review*, 71(3), 75-86.
- Neck, H.M., Meyer, G.D., Cohen, B. & Corbett, A.C. (2004). An Entrepreneurial system view of New Venture Creation. *Journal of Small Business Management*, 42(2), 190-208.
- Prahalad, C. K. (2005). *The fortune at the bottom of the pyramid: eradicating poverty through profits*. Saddle River, NJ: Wharton School Publishing.
- Ratten, V. (2019). Older entrepreneurship: a literature review and research agenda. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 13(1/2), 178-195.
- Reynolds, P. D. (2017). When is a Firm Born? Alternative Criteria and Consequences. *Business Economics*, 52, 41-56.
- Reynolds, P. D., & Curtin, R. T. (2008). New business creation. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 4(3), 155-307.
- Reynolds, P. D., & Curtin, R. T. (2011). United States: Panel study of entrepreneurial dynamics I, II overview. In P. D. Reynolds & R. T. Curtin (Eds.), *New Business Creation* (pp. 255-294). Springer.

- Reynolds, P. D., & Miller, B. (1992). New firm gestation: Conception, birth, and implications for research. *Journal of Business Venturing*, 7(5), 405-417.
- Rosted, J. (2012). *Understanding Business Ecosystems*. FORA Group.
- Roundy, P.T., Brockman, B.K., Bradshaw, M. (2017). The resilience of entrepreneurial ecosystems, *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 99-104.
- Roundy, P.T. Bradshaw, M. & Brockman, B.K. (2018). The emergence of entrepreneurial ecosystems: A complex adaptive systems approach, *Journal of Business Research*, 86, 1-10.
- Spigel, B. (2015). The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1-24.
- Spilling, O. (1996). The entrepreneurial system: on entrepreneurship in the context of a mega-event. *Journal of Business Research*, 1(36), 91-10.
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Sympathetic Critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759-1769.
- Suresh, J., & Ramraj, R. (2012). Entrepreneurial Ecosystem: Case Study on the Influence of Environmental Factors on Entrepreneurial Success. *European Journal of Business and Management*, 4(16), 95-102.
- Welter, F., & Smallbone, D. (2010). The embeddedness of women's entrepreneurship in a transition context. In *Women Entrepreneurs and the Global Environment for Growth: A Research Perspective*.
- Wickstrøm, K. A., Klyver, K., & Cheraghi-Madsen, M. (2020). Age effect on entry to entrepreneurship: embedded in life expectancy. *Small Business Economics*.

Appendice.

Il progetto GEM

Il *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) è riconosciuto come la più autorevole indagine internazionale sull'imprenditorialità. GEM è un punto di riferimento per il mondo della ricerca accademica ma anche un utile strumento di policy per i governi.

GEM è nato nel 1997 dalla collaborazione tra la London Business School (UK) e il Babson College (USA) con l'obiettivo di analizzare in modo sistematico i fattori determinanti l'imprenditorialità, considerata come uno dei principali driver della crescita dei sistemi economici. Il primo rapporto è stato lanciato nel 1999 e comprendeva l'analisi di 10 paesi, 8 membri dell'OCSE tra i quali l'Italia, il Giappone e gli USA.

Dal suo avvio GEM ha coinvolto centinaia di ricercatori e policy maker in più di 100 paesi. Il progetto consente di misurare i tassi di imprenditorialità in diversi paesi del mondo e rappresenta una delle poche ricerche accademiche capaci di fornire dati armonizzati a livello internazionale e sistematicamente confrontabili nel tempo.

Annualmente GEM realizza un'analisi del fenomeno imprenditoriale a livello globale, misurando le attività e le caratteristiche delle persone coinvolte nelle diverse fasi dell'attività imprenditoriale utilizzando due metodologie complementari. La prima e più importante è un questionario denominato *Adult Population Survey*

(APS) somministrato ad un campione rappresentativo della popolazione adulta composta da almeno 2000 persone. A complemento di tale analisi è svolta la *National Expert Survey* (NES), che coinvolge un numero limitato di esperti (minimo 36) con lo scopo di esplorare i principali punti di forza e di debolezza dell'ecosistema imprenditoriale nazionale.

Il progetto GEM concepisce ed analizza l'imprenditorialità come un processo composto da diverse fasi che comprendono: l'intenzione di avviare una nuova attività, la creazione della nuova impresa, la gestione della nuova impresa fino al momento della eventuale chiusura. Lo spettro dell'attività imprenditoriale compresa nell'analisi è, quindi, particolarmente ampio ed include il lavoro autonomo, la creazione e l'espansione di nuove imprese, l'attività imprenditoriale svolta da persone occupate in imprese già avviate.

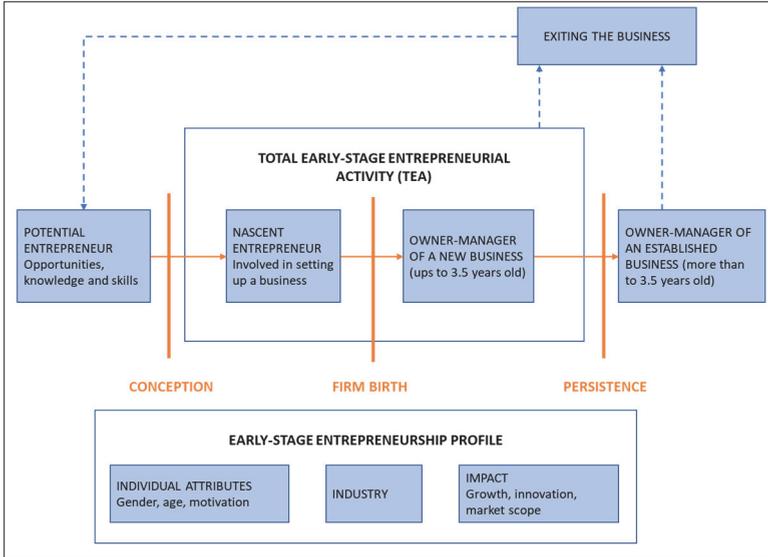
Il ciclo dell'attività imprenditoriale proposto dal GEM può essere sintetizzato in quattro fasi (Figura 60).

Il ciclo inizia con una fase in cui "potenziali imprenditori" riconoscono opportunità e manifestano attitudini e capacità imprenditoriali. La fase successiva è caratterizzata dagli "imprenditori nascenti", ovvero persone che hanno iniziato da meno di tre mesi le attività per dar vita ad una nuova impresa. Nell'indagine GEM l'avvio di una nuova iniziativa è identificato dal momento in cui si generano le prime vendite di prodotti o servizi. Ciò è dovuto al fatto che non in tutte le economie vi sono formalità burocratiche che consentono di individuare con certezza l'avvio dell'attività della nuova impresa. Segue la fase degli imprenditori che gestiscono un'impresa da meno di 3,5 anni, fino alla fase relativa all'imprenditore che gestisce l'impresa da più di 3,5 anni.

L'indagine GEM dedica una particolare attenzione al tasso di nuova imprenditorialità indicato con l'acronimo TEA (*Total Early Stage Entrepreneurial Activity*). Il TEA misura la percentuale della popolazione adulta di età compresa tra 18 e 64 anni che al momento

dell'indagine sta avviando un'impresa (imprenditore nascente) o ha iniziato un'attività imprenditoriale da meno di 42 mesi.

Figura 60 – Le fasi dell'attività imprenditoriale considerate nel GEM



Il TEA è l'indicatore di massima sintesi utilizzato per stimare la vivacità imprenditoriale di un paese. Esso viene arricchito con ulteriori informazioni sulla motivazione ad avviare un'attività, sulle caratteristiche delle persone coinvolte (genere, età, reddito, ecc.) e sulle caratteristiche della nuova iniziativa.

Codici ATECO compresi nei settori High-Tech

Ateco 2007	Descrizione
20	Fabbricazione di prodotti chimici
21	Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici
26	Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e orologi
27	Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche
28	Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature NCA
29	Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi
30	Fabbricazione di altri mezzi di trasporto
50	Trasporto marittimo e per vie d'acqua
51	Trasporto aereo
58	Attività editoriali
59	Produzione cinematografica, programmi televisivi, registrazioni musicali e sonore
60	Attività di programmazione e trasmissione
61	Telecomunicazioni
62	Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse
63	Attività dei servizi d'informazione e altri servizi informatici
64	Attività di servizi finanziari (escluse le assicurazioni e i fondi pensione)
65	Assicurazioni, riassicurazioni e fondi pensione
66	Attività ausiliarie dei servizi finanziari e delle attività assicurative
69	Attività legali e contabilità
70	Attività di direzione aziendale e di consulenza gestionale
71	Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi ed analisi tecniche
72	Ricerca scientifica e sviluppo
73	Pubblicità e ricerche di mercato
74	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche
75	Servizi veterinari
78	Attività di ricerca, selezione, fornitura di personale
80	Servizi di vigilanza e investigazione
82	Attività di supporto per le funzioni d'ufficio e altri servizi di supporto alle imprese
85	Istruzione
86	Assistenza sanitaria
87	Servizi di assistenza sociale residenziale
88	Assistenza sociale non residenziale
90	Attività creative, artistiche e di intrattenimento
91	Attività di biblioteche, archivi, musei ed altre attività culturali
92	Attività riguardanti le lotterie, le scommesse, le case da gioco
93	Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento

Indice delle figure

Figura 1 – Iscrizioni di nuove imprese in Italia (indici 2010=100)	18
Figura 2 – Iscrizioni di nuove imprese in Italia (valori assoluti)	19
Figura 3 – Andamento della propensione imprenditoriale in Italia (valori %)	21
Figura 4 – Distribuzione delle province per propensione imprenditoriale nel 2013 e nel 2023	22
Figura 5 – Fattori che influenzano l’attivazione imprenditoriale	23
Figura 6 – Fattori di contesto per l’attività imprenditoriale (% della popolazione adulta) – 2023	26
Figura 7 – Nel proprio paese è semplice avviare un’impresa (% della popolazione adulta che è d’accordo con l’affermazione)	27
Figura 8 – Nei prossimi sei mesi vi saranno buone opportunità per avviare una nuova impresa (% della popolazione adulta che è d’accordo con l’affermazione)	28
Figura 9 – Intende avviare un’impresa nei prossimi tre anni (% popolazione adulta)	28
Figura 10 – Opportunità, capacità percepite e paura di fallire (% della popolazione adulta) – 2023	30
Figura 11 – Andamento della paura di fallire, opportunità percepite, conoscenze e capacità percepite, 2007-2023	31

Figura 12 – Andamento della paura di fallire, opportunità percepite, conoscenze e capacità percepite, per genere, 2007-2023	33
Figura 13 – TEA (Total Entrepreneurial Activity) nel 2023 (% della popolazione adulta) e EBO (Established Business Ownership)	36
Figura 14 – TEA (Total Entrepreneurial Activity) 2019, 2021, 2023 (% della popolazione adulta)	37
Figura 15 – TEA: attivazione imprenditoriale per opportunità e per necessità	38
Figura 16 – Scomposizione del TEA (valori percentuali)	40
Figura 17 – Percentuale di tutti gli intervistati (18-64) che, negli ultimi 12 mesi, hanno chiuso, interrotto o abbandonato un'attività di proprietà e gestione, una qualsiasi forma di lavoro autonomo, o la vendita di beni o servizi a chiunque e l'attività non è proseguita	41
Figura 18 – Andamento delle attività cessate, delle attività consolidate e del TEA 2007-2023	42
Figura 19 – Attivazione imprenditoriale per classi di età, 2023	43
Figura 20 – TEA per classi di età (% sugli adulti della classe di età)	44
Figura 21 – Confronto dei valori del TEA laureati e non laureati per paese, 2021	45
Figura 22 – TEA per livello di istruzione (valori %), 2023	46
Figura 23 – Attivazione imprenditoriale e occupazione, 2023	47
Figura 24 – Le classi di reddito degli intervistati e la differenza tra imprenditori e non imprenditori per classi di reddito, 2023	48
Figura 25 – Occupati coinvolti nell'imprenditorialità interna (% sulla popolazione adulta) – 2023	50
Figura 26 – Percentuale degli intervistati che investirebbe in un'attività gestita da altri (% della popolazione adulta)	51

Figura 27 – TEA per incremento degli occupati a 5 anni – 2023	54
Figura 28 – TEA per grado di innovazione – 2023	55
Figura 29 – Business-oriented o consumer-oriented services (% della popolazione adulta)	55
Figura 30 – Aspettativa di occupazione delle imprese nascenti	56
Figura 31 – Settori delle imprese nascenti	57
Figura 32 – Percentuale di imprenditori che hanno avviato iniziative per ridurre l’impatto ambientale della propria impresa	58
Figura 33 – Percentuale di imprenditori che hanno avviato iniziative per ridurre l’impatto sociale della propria impresa	58
Figura 34 – Conoscenza dei Sustainable Development Goals ONU	59
Figura 35 – TEA per genere e per paese, 2023	62
Figura 36 – Established business owners per genere (% della popolazione adulta)	62
Figura 37 – Rapporto fra donne e uomini nella nuova imprenditorialità e nelle imprese già costituite	63
Figura 38 – TEA per genere	64
Figura 39 – Imprenditorialità per genere: necessità e opportunità	66
Figura 40 – Imprenditorialità per genere	67
Figura 41 – National Entrepreneurship Context Index (NECI), confronto Italia – media paesi Level A per singoli ambiti 2023	77
Figura 42 – Le aree dell’indagine NES	79
Figura 43 – NES – Finanza per l’imprenditorialità, ITALIA vs Media totale paesi GEM, sotto-aree A01:A08	88
Figura 44 – NES – Finanza per l’imprenditorialità, ITALIA vs Media totale paesi GEM, sotto-aree A09:A12	89
Figura 45 – NES – Politiche di Governo, ITALIA vs Media totale GEM, sotto-aree B01:B03	90

Figura 46 – NES – Politiche di Governo, ITALIA vs Media totale GEM, sotto-aree B01:B03	91
Figura 47 – NES – Programmi per l'imprenditorialità, ITALIA vs Media totale GEM	92
Figura 48 – NES – Formazione all'imprenditorialità, ITALIA vs Media totale GEM	93
Figura 49 – NES – Trasferimento tecnologico, ITALIA vs Media totale GEM	94
Figura 50 – NES – Infrastruttura commerciale, ITALIA vs Media totale GEM	95
Figura 51 – NES – Apertura del mercato, ITALIA vs Media totale GEM	96
Figura 52 – NES – Infrastrutture fisiche e dei servizi, ITALIA vs Media totale GEM	97
Figura 53 – NES – Aspetti culturali e sociali, ITALIA vs Media totale GEM	98
Figura 54 – NES – Perseguimento target SDG, ITALIA vs Media totale paesi GEM, sotto-aree SDGS_1:SDGS_3	99
Figura 55 – NES – Perseguimento target SDG, ITALIA vs Media totale paesi GEM, sotto-aree SDGE_1:SDGE_3	100
Figura 56 – NES – Perseguimento target SDG, ITALIA vs Media totale paesi GEM, sotto-aree SDGN_1:SDGN_3	100
Figura 57 – NES – Perseguimento target SDG, ITALIA vs Media totale paesi GEM, sotto-aree SDCN_1:SDGG_2	101
Figura 58 – NES – Supporto all'imprenditorialità femminile, ITALIA vs Media totale paesi GEM, sotto-aree P01:P03	102
Figura 59 – NES – Supporto all'imprenditorialità femminile, ITALIA vs Media totale paesi GEM, sotto-aree P04:P05	103
Figura 60 – Le fasi dell'attività imprenditoriale considerate nel GEM	117

Gli autori

Tommaso Maria Cucchiarelli, Dottorando nel corso di Gestione Finanziaria d'Impresa e Prevenzione della Crisi, 38esimo ciclo, si occupa da venticinque anni di advisory per finanza straordinaria d'impresa, supportando prevalentemente le PMI in processi di M&A, ristrutturazione del debito e quotazione in Borsa.

Diego D'Adda è Professore Associato in Ingegneria Gestionale presso l'Università Politecnica delle Marche. La sua attività di ricerca si focalizza principalmente su imprenditorialità e innovazione, con particolare attenzione al finanziamento delle iniziative imprenditoriali.

Donato Iacobucci è Professore Ordinario di Economia Applicata presso la Facoltà di Ingegneria dell'Università Politecnica delle Marche. È Direttore del Centro per l'Innovazione e l'Imprenditorialità e Coordinatore della Fondazione Aristide Merloni. I suoi principali interessi di ricerca riguardano l'imprenditorialità e l'innovazione.

Andrea Mazzitelli è Professore Associato di Statistica Economica presso l'Universitas Mercatorum (Roma, Italia). Collabora con l'Istituto Guglielmo Tagliacarne, Centro Studi delle Camere di Commercio. I principali interessi di ricerca riguardano gli aspetti teorici e computazionali della statistica spaziale applicata ai processi di concentrazione e agglomerazione delle imprese,

la demografia d'impresa, l'innovazione, gli algoritmi di classificazione e di regressione applicati all'analisi dei dati economici e finanziari delle imprese e dei fabbisogni professionali.

Alessandra Micozzi è Professoressa Ordinaria di Economia Applicata, Preside della Facoltà di Scienze dalla Società e della Comunicazione e Coordinatrice del Dottorato in Sostenibilità e Agenda ESG presso l'Università Mercatorum. Collabora con il Centro per l'Innovazione e l'Imprenditorialità dell'Università Politecnica delle Marche. È cofondatrice di 5 startup innovative. I suoi principali interessi di ricerca sono l'imprenditorialità *knowledge-based*, gli ecosistemi imprenditoriali, la formazione imprenditoriale e il trasferimento tecnologico.

Francesca Micozzi collabora con l'Ufficio di Trasferimento Tecnologico dell'Università Politecnica delle Marche e con il Centro per l'Innovazione e l'Imprenditorialità. Ha conseguito un dottorato di ricerca in Economia Applicata e un master in Technology and Innovation Management. I suoi principali interessi di ricerca sono l'imprenditorialità *knowledge-based*, la formazione imprenditoriale e il trasferimento tecnologico.

Martina Orci è Dottoranda in Economia Applicata presso l'Università Politecnica delle Marche. Collabora con la Fondazione Aristide Merloni per le attività dell'Osservatorio sull'imprenditorialità e l'Osservatorio sulle principali imprese.

Giusy Sica, è Dottoranda in Sostenibilità e Agenda ESG presso l'Universitas Mercatorum. È stata inserita da Forbes Italia tra i "100 leader del futuro under 30" nella categoria "Social Entrepreneur". Founder di Re-Generation (Y)outh Think tank, un network indipendente di donne italiane che cerca di raggiungere l'empowerment politico, sociale, economico e culturale delle giovani donne attraverso la sostenibilità, la rigenerazione cul-

turale, l'innovazione. D-Repubblica l'ha inserita tra le 50 donne più influenti dell'anno ed F di Cairo l'ha inserita, insieme a Kamala Harris, tra le più giovani innovatrici sociali del 2020.

Questo rapporto presenta i risultati dell'indagine GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) per l'Italia, relativi al 2023.

Avviata nel 1999, l'indagine GEM costituisce la più estesa rilevazione dell'attività imprenditoriale a livello internazionale e ha interessato oltre 100 paesi nel mondo. L'indagine relativa al 2023 ha coinvolto 46 paesi, con interviste dirette a più di 100.000 soggetti e a circa 2.000 testimoni privilegiati. Il GEM si compone di due diverse indagini. La prima è condotta su un campione rappresentativo della popolazione adulta ed è volta ad indagare il livello e le caratteristiche dell'attività imprenditoriale. La seconda è condotta attraverso interviste ad un panel di esperti ed è finalizzata ad individuare i punti di forza e di debolezza dell'ecosistema imprenditoriale nazionale.

Malgrado il recupero degli ultimi anni, il livello dell'attività imprenditoriale rimane nel nostro paese strutturalmente basso rispetto a quanto osservato negli altri paesi industrializzati e con un andamento fortemente pro-ciclico. Nel 2023 l'Italia si colloca al 36esimo posto (su 46 paesi) nel ranking globale.

L'indagine GEM Italia è stata resa possibile grazie al sostegno dell'Universitas Mercatorum. Ad essa ha collaborato il Centro per l'Innovazione e l'Imprenditorialità dell'Università Politecnica delle Marche diretto dal professor Donato Iacobucci.

Alessandra Micozzi è Professoressa Ordinaria di Economia Applicata, Presidente della Facoltà di Scienze della Società e della Comunicazione e Coordinatrice del Dottorato in Sostenibilità e Agenda ESG presso l'Università Mercatorum. È cofondatrice di 5 start-up innovative. I suoi principali interessi di ricerca sono l'imprenditorialità knowledge-based, gli ecosistemi imprenditoriali, la formazione imprenditoriale e il trasferimento tecnologico.