

L'ATTIVAZIONE IMPRENDITORIALE IN ITALIA

Rapporto GEM 2024-2025

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 2024-2025

A cura di
Alessandra Micozzi

FrancoAngeli®

Copyright © 2025 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

Pubblicato con licenza *Creative Commons
Attribuzione-Non Commerciale-Non opere derivate 4.0 Internazionale*
(CC-BY-NC-ND 4.0).

Sono riservati i diritti per Text and Data Mining (TDM), AI training
e tutte le tecnologie simili.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore.
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-nc-nd/4.0/deed.it>*

Indice

| | | |
|--|------|-----|
| Prefazione, <i>di Gaetano Fausto Esposito</i> | pag. | 7 |
| Executive summary | » | 13 |
| Introduzione | » | 17 |
| 1. L'avvio di nuove imprese in Italia | » | 21 |
| 2. Dalla propensione all'attivazione: il gap imprenditoriale | » | 28 |
| 3. L'attività imprenditoriale in Italia | » | 39 |
| 4. Caratteristiche delle nuove iniziative | » | 58 |
| 5. Il gap di genere | » | 67 |
| 6. L'indagine ai soggetti chiave | » | 77 |
| Gli esperti nazionali intervistati | » | 109 |
| Riferimenti bibliografici | » | 113 |
| Appendice – Il progetto GEM | » | 119 |
| Indice delle figure | » | 123 |
| Gli autori | » | 127 |

Prefazione

L'imprenditore è il “grande assente” della teoria economica, per usare le parole di William Baumol, un economista che si è dedicato particolarmente all’analisi dell’impresa modificando gli schemi teorici standard, tanto da costituire al contempo: “uno degli aspetti più avvincenti e più sfuggenti dell’analisi economica” (Baumol, 1968, p. 64).

Questo è accaduto nonostante il fondamentale contributo di Joseph Schumpeter sulla funzione dell’imprenditore come motore dell’innovazione e quindi dello sviluppo. E proprio le parole di Schumpeter spiegano forse il perché di questa difficoltà, quando nella sua *Teoria dello sviluppo economico*, descrivendo l’agire imprenditoriale, scrive: “... la sua condotta non sembra razionale... e non sembra fornire una immagine dell’uomo economico che soppesa i probabili risultati della sua attività con la disutilità dello sforzo” (Schumpeter, 1977, p. 101). La complessità sta nella difficoltà degli approcci economici *mainstream* di comprendere il fenomeno imprenditoriale, che presenta molteplici sfaccettature, in cui gli aspetti strettamente economici e di convenienza sono spesso sopravanzati (come lo stesso Schumpeter riconosceva) dalle questioni psicologico-motivazionali e di ordine sociologico.

Lo ha ben riconosciuto Giacomo Becattini quando nell’i-

dentificare il distretto industriale, che è fatto da imprenditori prima che da aziende-struttura, ne ha rilevato il suo carattere socio-economico e di relazionalità rispetto a diversi attori del contesto e ai differenti stakeholder (Becattini, 2009), per dirla con le sue parole: “chi pretenda di restare fermo all’interno del campo dei fenomeni economici in senso stretto, ha poche chances di venire a capo” (Becattini, 2000, p. 11).

Siamo tra i Paesi europei a maggiore densità d’impresa e in cui il cosiddetto capitalismo familiare è tra i più diffusi e radicati territorialmente, dove quindi c’è uno stretto “intreccio genetico” tra imprenditore e struttura familiare.

Molti ritengono che questo possa trasformarsi in un “intreccio perverso”, finendo per rappresentare un punto di debolezza per la dotazione di quel “capitale organizzativo” la cui assenza era già stata individuata negli anni Settanta da Giorgio Fuà come uno dei limiti dei Paesi a “sviluppo tardivo” in Europa (Fuà, 1985). A nostro avviso però il punto di snodo è che capacità imprenditoriale e capacità organizzativa devono andare di pari passo, e anzi l’esperienza in particolare del nostro Paese dimostra che “l’impresa senza l’imprenditore”, o dove questa presenza è fleibile, prima o poi è destinata all’insuccesso, o comunque a una vita magra¹.

E per rimettere al centro la figura imprenditoriale occorre indagarne le motivazioni personali, gli ostacoli che incontra, le proiezioni di quanti ritengono di cimentarsi al riguardo.

Da noi poi abbiamo aspetti che sembrano rispecchiare le

¹ In questo senso vanno anche le nostre analisi secondo le quali le imprese familiari manifestano performance superiori quando il management familiare è integrato con quello di provenienza esterna. Cfr. A.F. De Toni, G.F. Esposito, M. Meda (a cura di), *Strategie e politiche di formazione nelle imprese familiari*, FrancoAngeli, Milano, 2023.

contraddizioni tipiche di un sistema produttivo che non può essere messo a fuoco con le lenti standard dell’analisi economica.

Siamo un Paese in cui, rispetto ai competitors europei, i giovani, secondo l’indagine Eurobarometro, dimostrano una significativa propensione verso attività autonome, maggiore rispetto a quella alle “dipendenze”, eppure poi quando si tratta di mettere in cantiere un’impresa il desiderio di indipendenza professionale cede il posto a dubbi, timori, percezione di ostacoli, che alla fine riducono nel concreto la realizzazione del progetto, per cui, come documentato nello studio, circa la metà di quanti dichiarano di voler avviare un’attività imprenditoriale alla fine ci rinunciano.

Da qui il rilievo dell’indagine GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), un progetto complesso che ha origine nel 1999 dal Babson College (USA) e dalla London Business School (UK) e che si è sviluppato negli anni al punto di coinvolgere oggi più di 100 Paesi nel mondo, divenendo il principale strumento di studio dell’attività imprenditoriale a livello internazionale, con una metodologia stabile e soprattutto confrontabile nel tempo e nello spazio.

Non solo dei Rapporti di ricerca, a livello di singolo Paese e a livello complessivo, ma un vero e proprio “frame informativo” che mette a disposizione dei diversi stakeholder i dati raccolti nei diversi Paesi, organizzati in forma comparabile.

Il loro utilizzo e l’analisi si prestano ad approfondimenti e riflessioni di studiosi ed operatori di policy, consentendo di ottenere una conoscenza più approfondita del fenomeno dell’imprenditorialità e soprattutto delle sue determinanti: in sintesi si tratta di un importante strumento per orientare, in

base alle reali necessità, le politiche nazionali e locali di sostegno e sviluppo all'imprenditoria, grazie all'individuazione delle principali cause strutturali che investono i diversi aspetti dell'economia e della società che caratterizzano il leidoscopio imprenditoriale.

A titolo di esempio ricordiamo la propensione al rischio propria di un imprenditore, il sistema della formazione scolastica e universitaria, la normativa sull'impresa e sul lavoro, il sistema finanziario e una scarsa diffusione di modelli organizzativi e di governance orientati alla valorizzazione del capitale umano.

In tal modo l'indagine GEM contribuisce non solo ad individuare i fattori su cui lavorare per mettere in campo delle politiche di sviluppo, intervenendo sulle esigenze/fabbisogni, ma sotto molti versi consente anche di evidenziare quali sono le condizioni imprenditoriali perché queste politiche possano produrre effettivi risultati e non trasformarsi, come è accaduto in diversi casi del passato, in sostanziali trasferimenti finanziari, senza influire sulle effettive performances imprenditoriali.

Un aspetto, infatti, che è divenuto sempre più rilevante nel dopo Covid, è che gli interventi di tipo finanziario sono importanti, ma devono innestarsi su di una salda capacità imprenditoriale a sostenere l'innovazione, indirizzandola verso obiettivi di sostenibilità economica, ambientale e sociale.

Tra queste condizioni c'è sicuramente un aspetto di ordine culturale dell'imprenditore, sia in senso lato (ossia del più ampio percorso di formazione/istruzione), sia riferito alle specifiche competenze direzionali-manageriali e anche al suo sistema di valori. Questo è un versante di forte interconnessione tra le azioni di ricerca poste in essere dall'Istituto

Tagliacarne, in quanto Centro nazionale di ricerca del sistema camerale, e Universitas Mercatorum (che ha promosso e sostenuto anche finanziariamente questa ricerca), in quanto istituzione formativo-universitaria con una specifica attenzione e vocazione ai temi della crescita e dello sviluppo d'impresa.

È sul terreno che intreccia imprenditoria, cultura e territori che vanno individuate anche le linee future di sviluppo di tali analisi, per renderle sempre più utili e funzionali anche ai futuri sentieri di crescita che, indipendentemente dai diversi approcci seguiti, devono porre al centro l'impresa e i sistemi di produzione cui essa dà luogo.

Gaetano Fausto Esposito
Direttore Generale
Istituto Guglielmo Tagliacarne

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**.

Il rapporto evidenzia i **trend dell'attività imprenditoriale**, i fattori che influenzano l'avvio di nuove imprese e le principali sfide per il sistema imprenditoriale italiano.

Nel contesto italiano, nell'ultimo decennio, si è registrata una tendenza alla **riduzione dell'avvio di nuove imprese**. Tale 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.

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

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

Il confronto con gli altri Paesi evidenzia un basso livello di propensione imprenditoriale soprattutto nelle fasce di età sopra i 45 anni. Considerato il progressivo invecchiamento della popolazione andrebbe, quindi, 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**. Il livello di istruzione gioca un ruolo cruciale: gli individui con una formazione più elevata tendono ad avviare più imprese, ma la **percentuale di laureati nel Paese è ancora bassa rispetto ad altri contesti internazionali**.

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

L'**intrapreneurship** (imprenditorialità interna alle aziende) è poco sviluppata, segnalando un ritardo rispetto ai Paesi nordamericani e del Nord Europa.

Le nuove imprese italiane mostrano una limitata propensione alla crescita, con poche previsioni di espansione

occupazionale e un grado di innovazione inferiore rispetto agli standard internazionali. Tuttavia, **si registra un incremento dell'attenzione verso la sostenibilità**, con un numero crescente di imprenditori che integrano pratiche ambientali e sociali nei loro modelli di business.

L'indagine GEM conferma che **l'Italia necessita di politiche più incisive per sostenere l'imprenditorialità**, ridurre gli ostacoli burocratici e migliorare la formazione imprenditoriale. **Investire in cultura imprenditoriale, accesso al credito e strumenti di supporto possono rappresentare una leva fondamentale per stimolare una crescita economica sostenibile e inclusiva.**

Introduzione

In questo rapporto sono presentati i risultati dell'indagine GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) per l'Italia relativi al 2024.

L'indagine GEM costituisce la più estesa rilevazione dell'attività imprenditoriale a livello internazionale. Avviata nel 1999, l'indagine 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 e l'esame del loro andamento nel corso del tempo.

L'indagine relativa al 2024 ha riguardato 51 Paesi con interviste dirette ad oltre 100.000 individui e a circa 2.000 testimoni privilegiati. Il GEM si compone, infatti, di due diverse indagini. La prima (APS – *Adult Population Survey*) 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 (NES – *National Expert Survey*) ed è finalizzata ad individuare i punti di forza e di debolezza dell'ecosistema imprenditoriale nazionale.

L'APS rileva l'attività imprenditoriale delle persone indipendentemente dal loro stato occupazionale. Involge, quindi, sia persone che stanno avviando un'attività in proprio sia dipendenti che stanno sviluppando una nuova attività im-

prenditoriale per conto dell'organizzazione nella quale lavorano. Consente pertanto di ottenere una raffigurazione completa dell'attività imprenditoriale a livello di 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 l'Italia.

Per un lungo periodo, a seguito della crisi finanziaria del 2008-2009, l'Italia è stata agli ultimi posti nell'indicatore GEM relativo alla vivacità imprenditoriale fra i Paesi coinvolti nell'indagine. A partire dal 2021 si è evidenziata una netta ripresa, che si è confermata anche nel 2024.

Tuttavia, malgrado il recupero degli ultimi anni, il livello dell'attività imprenditoriale in Italia rimane strutturalmente basso rispetto a quanto osservato negli altri Paesi industrializzati, e con un andamento fortemente pro-ciclico. Nel 2024, infatti, l'Italia si è collocata al 34esimo posto (su 51 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 caratterizzato da profondi mutamenti nell'economia e nella società prodotti dalla transizione digitale ed ecologica e dalle crescenti tensioni geo-politiche.

I dati e le analisi contenuti in questo rapporto forniscono elementi utili alla comprensione delle caratteristiche dell'attività imprenditoriale e risultano quindi utili a disegnare azioni di policy efficaci. L'indagine prende in considerazione

i diversi aspetti che influiscono 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 (NES). 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 e la Dott.ssa Chiara Spiniello dell'Università di Oxford.

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, Claudia Covucci, Dominique Lepore, Andrea Mazzitelli, Giusy Sica, Maria Zifaro, Universitas Mercatorum;
- Chiara Spiniello, Università di Oxford;
- Diego D'Adda, Donato Iacobucci, Francesca Micozzi, Università Politecnica delle Marche.

1. L'avvio di nuove imprese in Italia

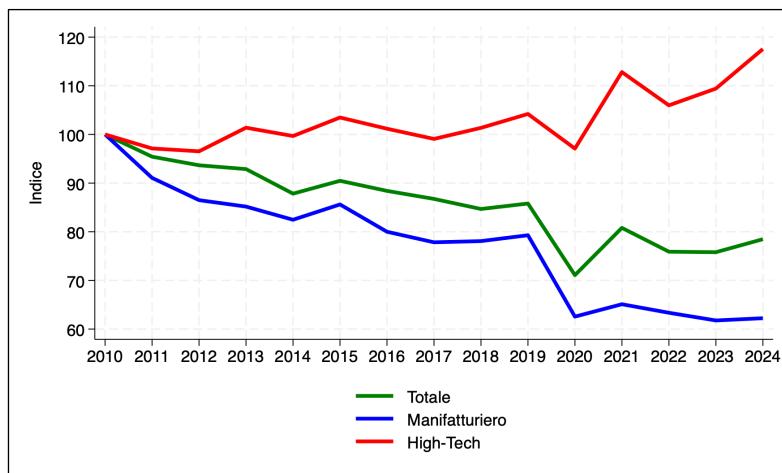
L'avvio di una nuova impresa costituisce il principale aspetto dell'imprenditorialità. L'indagine GEM utilizza un indicatore di attività imprenditoriale, il TEA (*Total Early Stage Entrepreneurial Activity*), che misura la percentuale della popolazione adulta (compresa tra 18 e 64 anni) che al momento dell'indagine sta avviando un'impresa o ha avviato 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 (registerate e attive), le nuove iscrizioni e le cancellazioni con disaggregazione provinciale e settoriale.

In linea con i risultati delle indagini GEM, i dati forniti da 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 queste si sono attestate fra il 75% e l'80% (vedi Figura 1). Ancora più rilevante è stato il calo nell'avvio di imprese manifatturiere il cui livello nel 2024 è di poco superiore al 60% di quello registrato nel 2010.

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



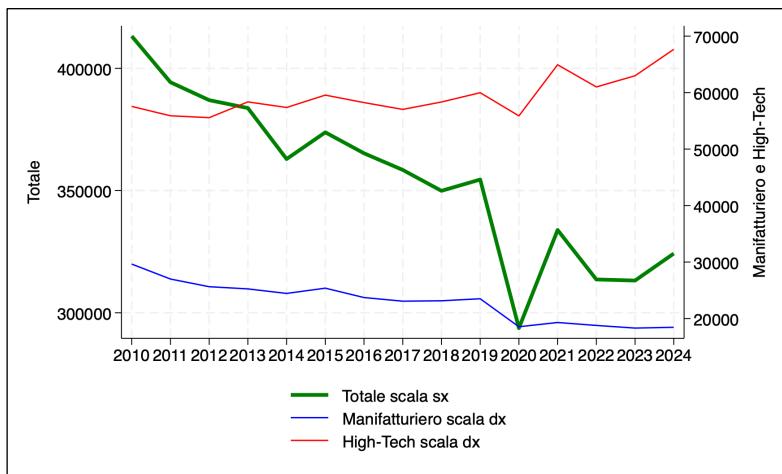
Fonte: Elaborazione su dati Movimprese

Fanno eccezione le iscrizioni nei settori a più alto contenuto di conoscenza (High-Tech) le quali mostrano un andamento difforme rispetto al totale con una crescita significativa nel post-pandemia e nell'ultimo anno¹.

¹ I settori ad alta tecnologia comprendono sia attività manifatturiere sia

In termini assoluti, il trend negativo ha comportato una riduzione nell'avvio di nuove imprese dalle oltre 400.000 nel 2010 a poco più di 300.000 nel 2024 (vedi Figura 2). Nel caso del manifatturiero si è passati da avere un numero di imprese poco inferiore alle 30.000 nel 2010 ad un numero di imprese poco sotto le 20.000 nel 2024.

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



Fonte: Elaborazione su dati Movimprese

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

attività nei servizi. I codici ATECO considerati nella definizione dei settori High-Tech sono elencati in Appendice.

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.

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

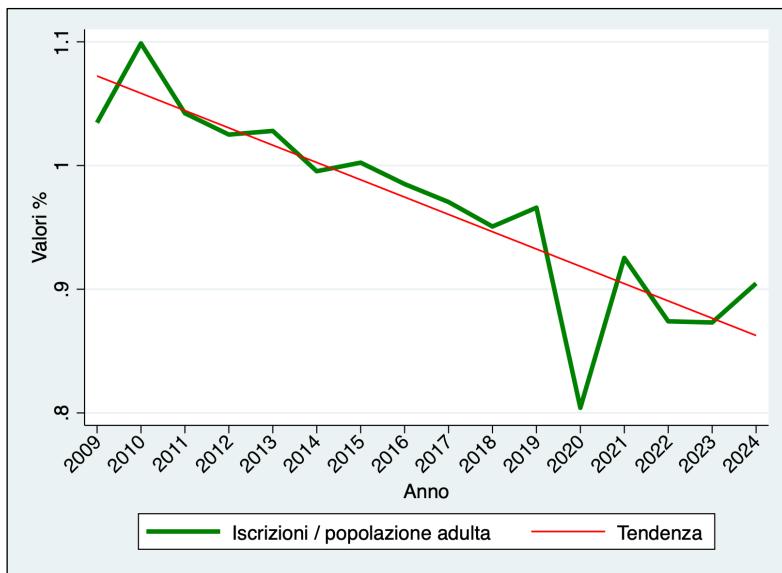
La pandemia da Covid-19 e le conseguenti restrizioni alla mobilità e alle attività economiche hanno avuto un impatto significativo sulle iscrizioni di nuove imprese, determinando una riduzione nel 2020 di quasi il 20%. Il "rimbalzo" del 2021 ha riportato i valori sul trend di lungo periodo ma non ha compensato la perdita 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. Nel manifatturiero, invece, non vi è stato il recupero post-pandemia. Nel 2024 si evidenzia una significativa crescita nelle iscrizioni rispetto al 2023; un segno positivo che finora si era registrato solo nel 2015, nel 2019 e nel 2021. È un dato positivo anche se è improbabile che possa trattarsi di un'inversione rispetto al trend di lungo periodo.

A spiegare la tendenziale 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.

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

Con riferimento alla popolazione, dopo il picco raggiunto nel 2011 (37,5 milioni), la popolazione adulta italiana è constantemente calata fino ai 35,7 milioni all'inizio del 2024. 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 0,9% del 2024 (vedi Figura 3). Come segnalato dall'indagine GEM, nel 2024 si evidenzia una crescita della propensione imprenditoriale rispetto ai valori osservati negli anni precedenti. Si dovranno attendere le prossime rilevazioni per capire se si tratta di un'inversione di tendenza o di una variazione congiunturale.

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



Fonte: Elaborazione su dati Istat e Movimprese

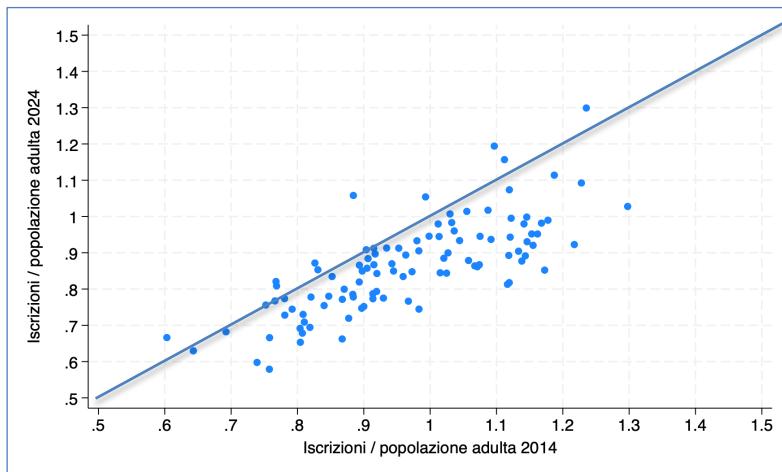
È stato soprattutto il calo della propensione imprenditoriale a determinare la riduzione dell'iscrizione di nuove imprese nell'ultimo decennio. La diminuzione osservata fra il 2010 e il 2024 (circa 100.000 nuove imprese) è dovuta per circa il 20% al calo della popolazione adulta e per il restante al 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.

La propensione imprenditoriale presenta forti differenze territoriali, con valori che vanno da un minimo dello 0,5% ad un massimo dell'1,5%, un rapporto di 3 a 1 fra massimo e minimo (Iacobucci & Micozzi, 2014). Un aspetto caratterizzante la propensione imprenditoriale è la persistenza (Cainelli *et al.*, 2020). Le province con bassa o alta propensione imprenditoriale tendono a mantenere queste posizioni anche a distanza di decenni (vedi Figura 4).

La Figura 4 evidenzia anche il fatto che, con poche eccezioni, tutte le province hanno ridotto la propensione imprenditoriale nell'ultimo decennio (posizionandosi al di sotto della retta a 45°).

³ Se si fosse mantenuta la stessa propensione imprenditoriale osservata nel 2010, nel 2024 si sarebbero avute 390 mila iscrizioni invece delle 322 mila osservate.

Figura 4 – Distribuzione delle province per propensione imprenditoriale nel 2014 e nel 2024



Fonte: Elaborazione su dati Istat e Movimprese

2. Dalla propensione all'attivazione: il gap imprenditoriale

Avviare un'impresa è una decisione che richiede un forte coinvolgimento emotivo, per la necessità di costruire nuove relazioni e l'assunzione di rischi personali e finanziari. È una scelta che richiede un atteggiamento proattivo e una considerevole dose di resilienza e adattabilità.

Chi avvia un'attività imprenditoriale si trova necessariamente ad affrontare situazioni impreviste e a dover prendere decisioni cruciali con risorse limitate.

La propensione ad avviare un'attività imprenditoriale rappresenta il primo passo nel percorso verso l'avvio di un'impresa, seguito dalla manifestazione dell'intenzione e dall'effettiva attivazione.

Tra i fattori soggettivi, grande attenzione è stata posta alla self-efficacy, intesa come la convinzione di un individuo nelle proprie capacità di organizzare ed eseguire le azioni necessarie per gestire situazioni future (Bandura, 1977; Newman *et al.*, 2019). Nel contesto imprenditoriale, questo aspetto è stato studiato in relazione alla fiducia dell'individuo nelle proprie capacità di avere successo nelle attività imprenditoriali (Newman *et al.*, 2019). Tra i fattori di contesto, assumono rilevanza la presenza di modelli di riferimento, come genitori o familiari imprenditori (DeNoble *et al.*, 2007), e il

contesto culturale che può favorire o ostacolare l'iniziativa imprenditoriale (Le *et al.*, 2023).

Gli aspetti menzionati risultano fondamentali per spiegare il **gap tra intenzione e azione**, ossia la discrepanza tra l'intenzione dichiarata di avviare un'attività e il comportamento effettivo, un fenomeno già studiato in altri ambiti come la salute e il comportamento dei consumatori.

Alcuni studi suggeriscono che l'autoefficacia imprenditoriale sia un fattore chiave per colmare questo divario, riducendo emozioni orientate all'evitamento come la paura e il dubbio (Neneh & Dzomonda, 2024). Allo stesso modo, fattori contestuali, come il supporto familiare e istituzionale, possono influenzare la probabilità che un'intenzione imprenditoriale si traduca in azione concreta (Roos & Botha, 2022). Infine, anche le barriere economico-finanziarie e i vincoli socio-culturali giocano un ruolo rilevante nel determinare il successo dell'intenzione imprenditoriale, sebbene l'accesso a risorse finanziarie possa attenuare tale divario in alcuni contesti (Oliveira & Rua, 2018).

I fattori che determinano la possibile discrepanza fra la propensione imprenditoriale, la manifestazione dell'intenzione e l'effettiva attivazione sono esaminati di seguito.

a) Presenza di un modello di riferimento. Diversi studi suggeriscono che avere un *role model*, come un familiare o un imprenditore di successo nel proprio network, aumenta la probabilità di sviluppare un'intenzione imprenditoriale e di tradurla in azione. Tuttavia, l'influenza dei modelli può variare a seconda di fattori culturali, sociali ed economici (Abbasianchavari & Moritz, 2019).

b) Percezione delle opportunità imprenditoriali. La ca-

pacità di individuare opportunità di business è influenzata dalla self-efficacy, poiché individui con elevata autoefficacia percepiscono il contesto come favorevole e valutano positivamente la fattibilità delle iniziative (Krueger & Brazeal, 1994). Inoltre, esperienza pregressa, supporto sociale e fattori istituzionali e culturali incidono sulla percezione delle opportunità (Liñán *et al.*, 2011).

c) Percezione della facilità di avvio di un'impresa (*perceived feasibility*) dipende sia da fattori individuali, come l'auto-efficacia imprenditoriale, sia da elementi contestuali, come il supporto istituzionale e le condizioni di mercato. Essa richiede la percezione che gli ostacoli siano superabili e che le risorse siano disponibili (Krueger & Brazeal, 1994). Recenti studi evidenziano che anche il supporto degli stakeholder e le competenze di marketing influenzano la *perceived feasibility*. In particolare, Ismail *et al.* (2022) sottolineano come la capacità di sfruttare strategie di marketing e reti di supporto possa rafforzare la convinzione di poter avviare un'impresa con successo, riducendo le incertezze e aumentando la propensione all'azione. In tale contesto, Colombo *et al.* (2024) evidenziano come il capitale umano, il finanziamento e le caratteristiche comportamentali siano determinanti nel processo di emergenza di nuove imprese, contribuendo alla percezione della fattibilità imprenditoriale.

d) Percezione delle proprie capacità imprenditoriali, elemento determinante per favorire l'avvio di nuove imprese e affrontare le sfide legate all'imprenditorialità. Una forte consapevolezza delle proprie capacità aiuta gli individui a superare l'incertezza, a cogliere opportunità e a trasformare le idee in azioni concrete. In riferimento a questo tema, il Quadro Europeo delle Competenze Imprenditoriali (Entre-

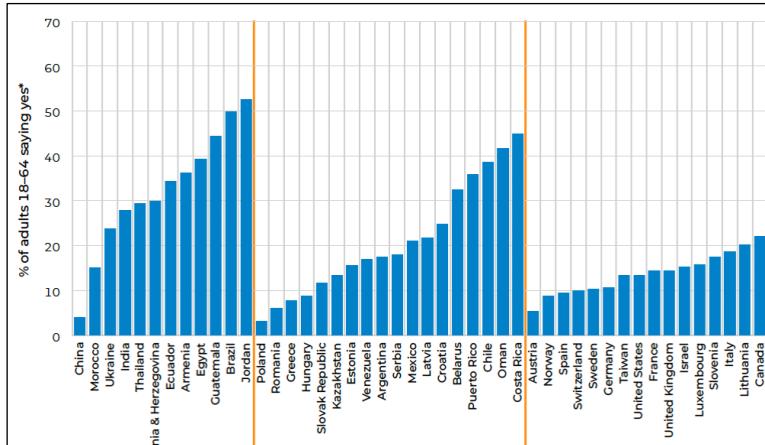
Comp) identifica la “self-awareness and self-efficacy” (consapevolezza di sé e autoefficacia) come una delle competenze fondamentali. Questa dimensione sottolinea l’importanza della fiducia nelle proprie capacità per affrontare le sfide imprenditoriali e prendere decisioni efficaci in contesti incerti (Commissione Europea, 2018).

e) Propensione al rischio. La propensione al rischio è una caratteristica distintiva degli imprenditori, che implica la capacità di affrontare l’incertezza e di prendere decisioni in situazioni di rischio per avviare e gestire nuove iniziative. Questa attitudine è fondamentale per identificare e sfruttare opportunità di mercato, nonostante le possibili avversità. Studi su questo aspetto sono piuttosto contrastanti. Ricerche sul tema riportano una varietà di risultati, spesso anche in contrasto, meritando ulteriori approfondimenti (Fasone & Puglisi, 2019).

Questi diversi fattori individuali e di contesto sono presi in considerazione dall’indagine GEM attraverso domande specifiche riguardo la percezione degli intervistati sulle condizioni soggettive e di contesto relative all’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). Nell’indagine relativa al 2024 quasi il 20% dei rispondenti ha manifestato l’intenzione di avviare un’attività imprenditoriale in futuro (Figura 5), mentre il TEA (che misura l’effettiva attivazione) è risultato del 9,6%. Questo implica che, nella media, circa la metà delle persone che dichiara l’intenzione di voler avviare un’attività imprenditoriale non dà poi seguito a tale intento.

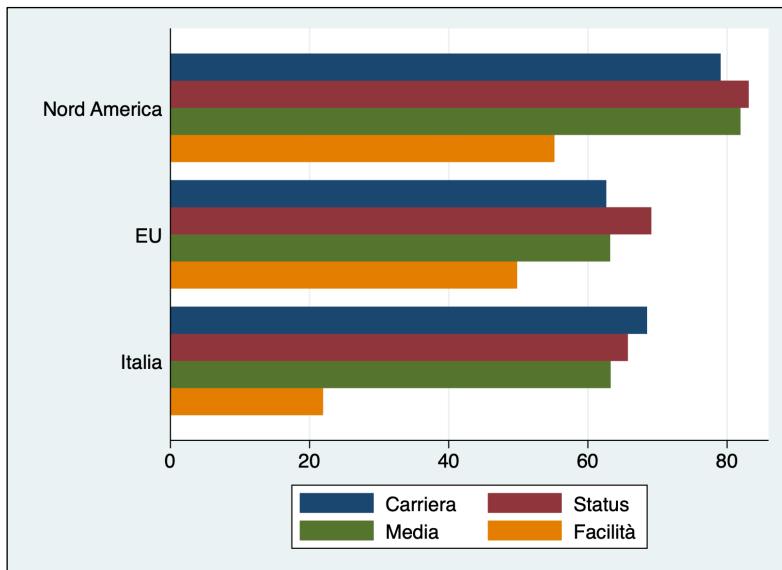
Figura 5 – Intende avviare un'impresa nei prossimi tre anni (% popolazione adulta), 2024



Fonte: GEM Global Report, 2024-2025

A spiegare il gap fra propensione ed effettiva attivazione nel caso italiano è soprattutto la percezione di una maggiore difficoltà nell'avvio di una nuova impresa. L'Italia ha valori allineati alla media europea nei fattori che influenzano la propensione all'imprenditorialità: ritenere che la carriera imprenditoriale sia una carriera desiderabile; ritenere che lo status di cui godono gli imprenditori sia elevato; ritenere che i media prestino attenzione agli imprenditori di successo (Figura 6).

Figura 6 – Fattori di contesto per l’attività imprenditoriale (% della popolazione adulta) – 2024



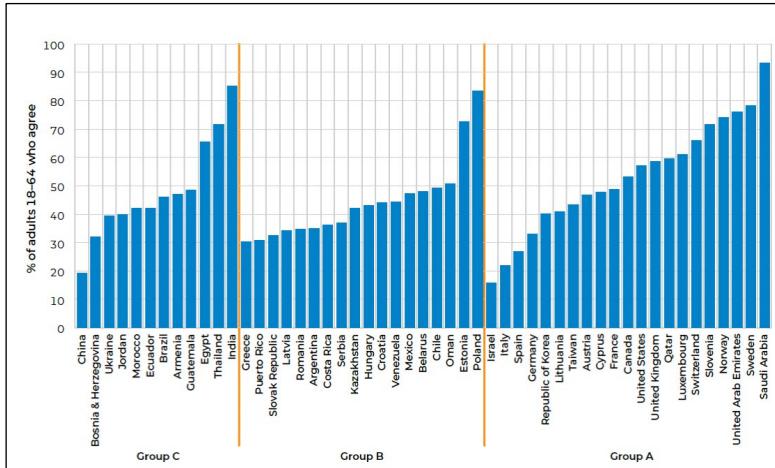
Legenda:

- 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: è d’acordo che nel proprio Paese è semplice avviare un’impresa
Il Nord America comprende USA e Canada.

Fonte: Elaborazione su dati GEM

La discrepanza con gli altri Paesi è invece evidente nel giudizio relativo alla facilità di avvio di una nuova impresa. Solo poco più del 20% degli intervistati ritiene sia semplice avviare un’impresa, una percentuale decisamente inferiore a quanto osservato negli altri Paesi avanzati e nel confronto con il complesso dei Paesi oggetto dell’indagine GEM (Figura 7).

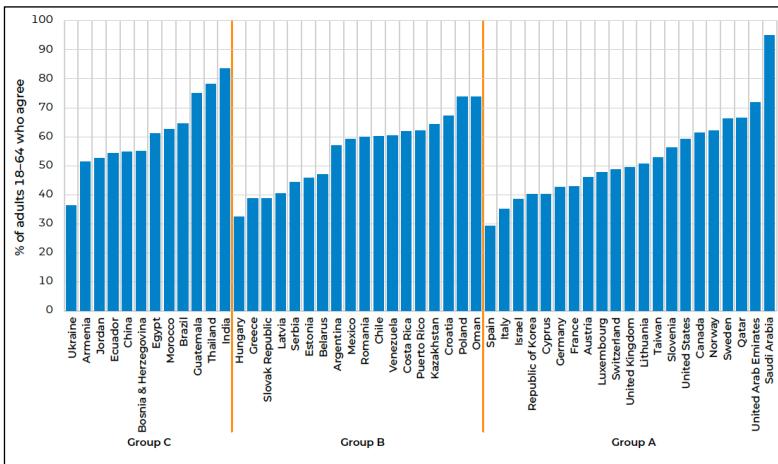
Figura 7 – Nel proprio Paese è semplice avviare un'impresa (% della popolazione adulta che è d'accordo con l'affermazione), 2024



Fonte: GEM Global Report, 2024-2025

L'Italia si colloca nella fascia più bassa anche per la percezione della presenza di buone opportunità per l'avvio di un'impresa nell'immediato futuro (Figura 8). Ciò è influenzato da una maggiore percezione di incertezza economica, dalla difficoltà di accesso al credito e dalla percezione di un supporto istituzionale limitato. La maggior parte degli italiani intervistati non vede buone opportunità per avviare una nuova impresa nell'immediato futuro.

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), 2024

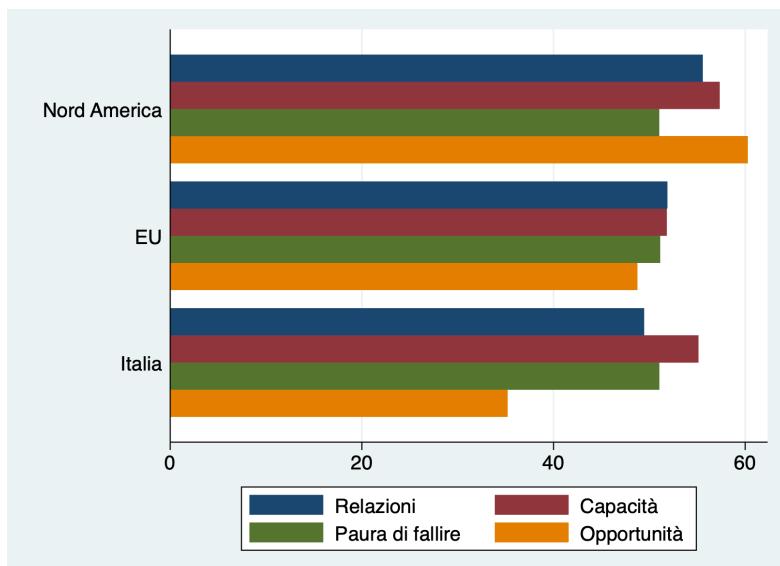


Fonte: GEM Global Report, 2024-2025

I fattori di contesto sembrano essere prevalenti nel nostro Paese nello spiegare i bassi livelli di attivazione imprenditoriale. L'indagine del 2024 non evidenzia differenze significative fra il nostro Paese e la media UE nella presenza di role model imprenditoriali, nella percezione di self-efficacy e nella paura di fallire. Al contrario, la discrepanza è evidente nel minor numero di persone che ritiene vi siano buone opportunità per avviare un'attività imprenditoriale (Figura 9). Questo fattore non può considerarsi del tutto "esterno" poiché la capacità di individuare opportunità è legata anche alla self-efficacy. Individui con elevata self-efficacy tendono a percepire il contesto come favorevole e a sopravvalutare la fattibilità delle proprie iniziative (Krueger & Brazeal, 1994). Altri studi evidenziano come la

percezione delle opportunità sia influenzata dall'esperienza pregressa e dal supporto del network sociale (Liñán *et al.*, 2011).

Figura 9 – Opportunità, capacità percepite e paura di fallire (% della popolazione adulta), 2024



Legenda:

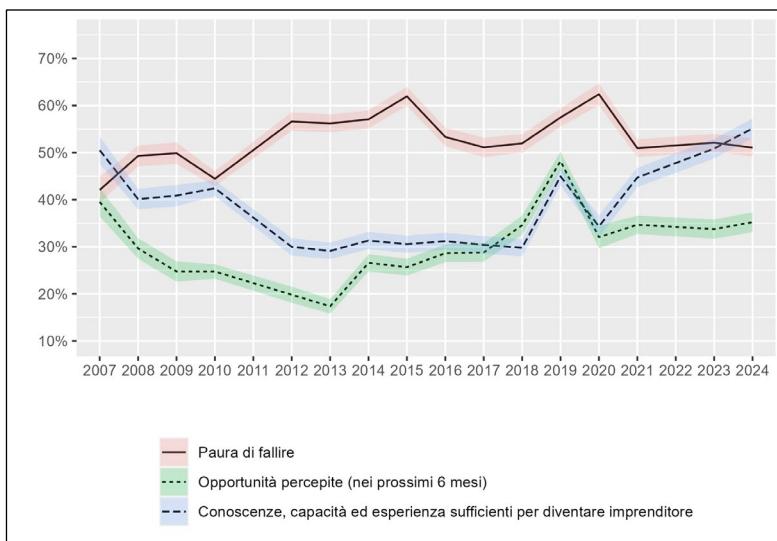
- Relazioni: conosce qualcuno che ha avviato un'impresa
- Capacità: ritiene di avere l'esperienza e le capacità per avviare un'impresa
- Paura di fallire: è retsio ad avviare un'impresa per paura di fallire
- Opportunità: ritiene vi siano buone opportunità per avviare un'impresa

Fonte: Elaborazione su dati GEM

La Figura 10 mette in evidenza l'andamento nel tempo, dal 2007 al 2024, della paura di fallire, delle opportunità percepite, e della percezione di avere le conoscenze, capacità ed esperienze sufficienti per diventare imprenditore. Se si escludono i valori anomali riscontrati nel 2020 (anno della pandemia)

negli ultimi anni si osserva una relativa stabilità nella percentuale di popolazione che sottolinea la paura di fallire (intorno al 50%) mentre migliora la percezione relativa alle capacità e all'esperienza per avviare una nuova impresa. Non migliora, invece, l'indicatore relativo alle opportunità percepite, che è probabilmente influenzato dal clima di incertezza.

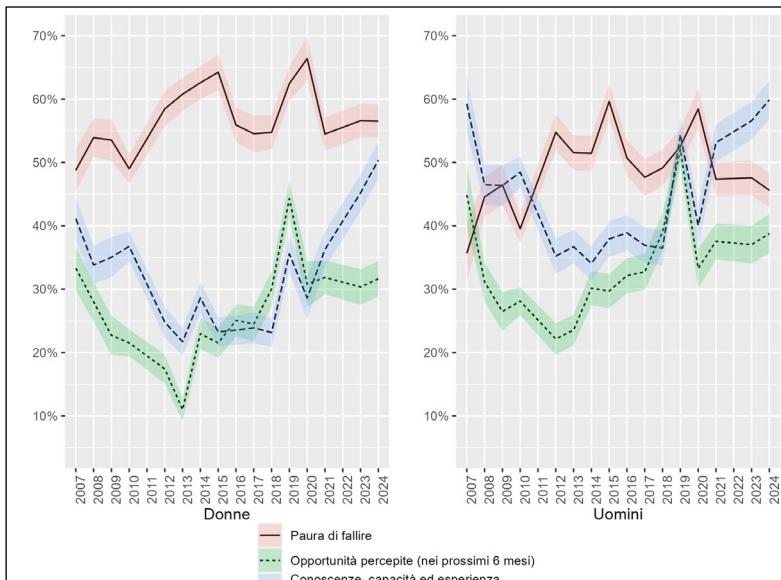
Figura 10 – Andamento della paura di fallire, opportunità percepite, conoscenze e capacità percepite, 2007-2024



Fonte: Elaborazione su dati GEM

La Figura 11 riproduce le stesse variabili ma dividendo gli intervistati per genere. Significativo è il fatto che le donne manifestano livelli superiori agli uomini nella paura di fallire mentre percepiscono meno opportunità e si sentono mediamente meno competenti.

Figura 11 – Andamento della paura di fallire, opportunità percepite, conoscenze e capacità percepite, per genere, 2007-2024



Fonte: Elaborazione su dati GEM

Per quanto riguarda le opportunità percepite, il 35,2% degli italiani ritiene che nei prossimi sei mesi ci saranno buone occasioni per avviare un'attività, una percentuale inferiore alla media europea e mondiale. Anche qui emerge una differenza di genere significativa: il 38,8% degli uomini contro il 31,6% delle donne.

Infine, si nota che la percezione delle competenze necessarie per avviare un'impresa è migliorata in modo significativo negli ultimi anni, anche se permane il divario di genere; il 59,9% degli uomini si considera preparato contro il 50,4% delle donne.

3. L'attività imprenditoriale in Italia

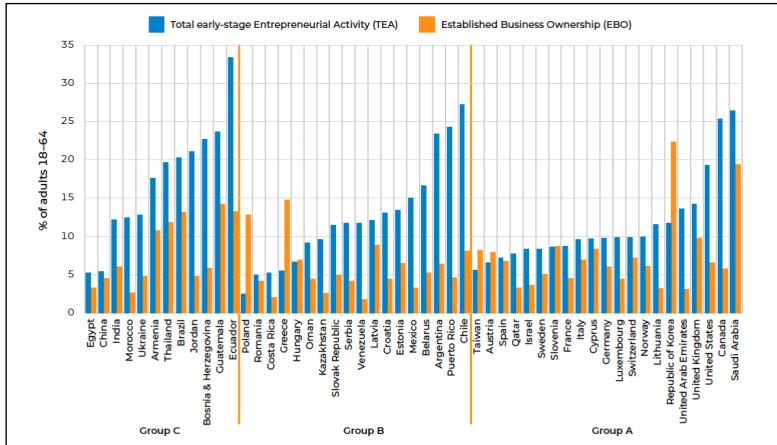
Il TEA (*Total early-stage Entrepreneurship Activity*) misura il livello dell'attività imprenditoriale nella popolazione adulta considerando sia le persone coinvolte nell'avvio di una nuova impresa (imprenditorialità nascente), sia le persone che hanno avviato un'impresa da meno di 42 mesi¹.

Nel confronto internazionale, l'Italia mostra un indicatore TEA (Figura 12) in fascia medio-bassa, in linea però con molti altri Stati europei (Francia, Germania, Svizzera).

Se si considera il TEA di 51 economie nel mondo nel 2024, si nota come l'Italia si posizioni al 34esimo posto nel rank mondiale. La figura mostra anche un altro indicatore, l'EBO (Established Business Ownership) che rappresenta invece la percentuale di persone in età adulta che possiede un'impresa ed è nella maggior parte dei Paesi, compresa l'Italia, sempre più basso del TEA.

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

Figura 12 – TEA (Total Entrepreneurial Activity) nel 2024 (% della popolazione adulta) e EBO (Established Business Ownership)

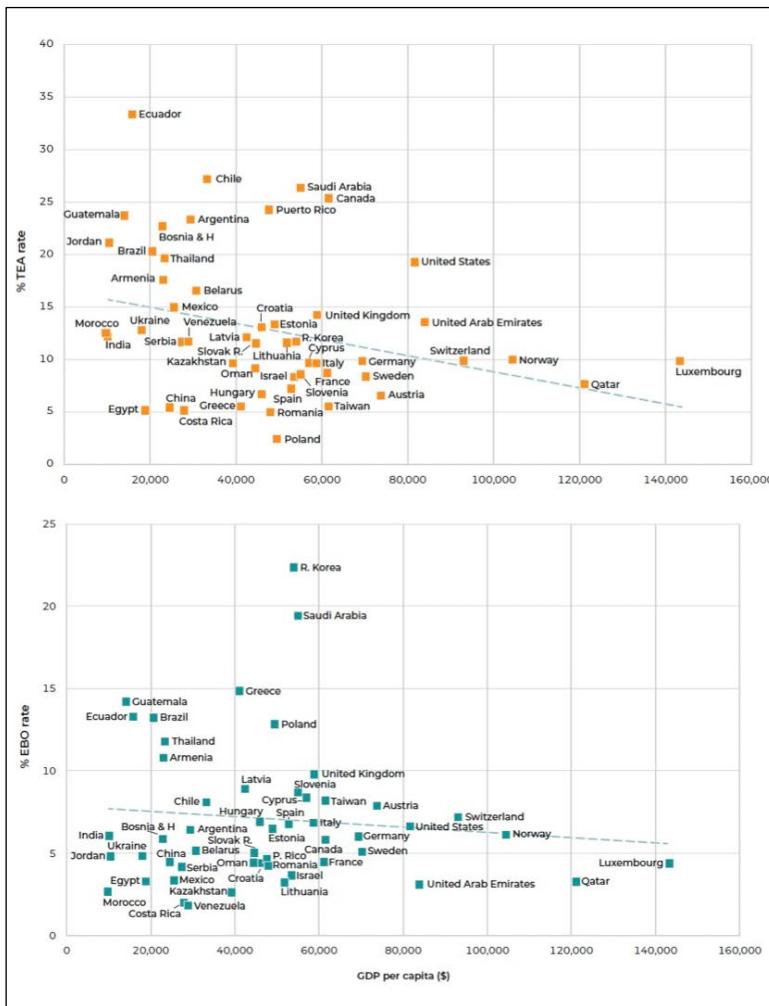


Fonte: GEM Global Report, 2024-2025

È interessante notare la mancanza di una correlazione diretta tra il Prodotto Interno Lordo (PIL) dello Stato considerato e la percentuale di avviamento imprenditoriale. Il pannello superiore della

Figura 13 mostra infatti un andamento inverso, seppur con larga dispersione da Paese a Paese. L'Ecuador, con un PIL pro capite sotto i 20 mila dollari, mostra il TEA più alto di tutti i Paesi, l'unico maggiore del 30%, mentre il Lussemburgo, con il PIL maggiore (sopra i 140k dollari pro capite) registra una percentuale molto più bassa per il TEA (10%). Ugualmente, manca una correlazione forte e diretta tra il PIL e la percentuale di aziende già avviate (EBO), come mostrato nel pannello inferiore della stessa Figura 13. Anche in questo caso la correlazione è inversa, ma la dispersione è ancora maggiore.

Figura 13 – Relazione tra la percentuale di adulti che avviano o gestiscono una nuova attività (TEA) o che possiedono un’attività già avviata (EBO) e il PIL (GDP – Gross Domestic Product) pro capite

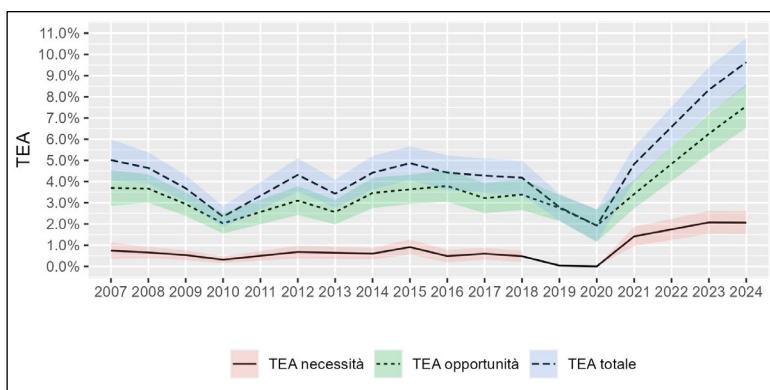


Fonte: GEM Global Report, 2024-2025

La Figura 14 mostra l'andamento del TEA fra il 2007 e il 2024 e la sua disaggregazione fra TEA per opportunità e TEA per necessità².

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: attivazione imprenditoriale per opportunità e per necessità³



Fonte: Elaborazione su dati GEM

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.

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.

Dopo una flessione post-crisi finanziaria, con un calo di circa 2 punti percentuali tra il 2008 e il 2010, il TEA ha mostrato una lenta ripresa fino al 2015, attestandosi intorno al 5%. Tuttavia, dal 2016 si è registrato un lento declino, accentuato nel biennio 2019-2020, con il valore più basso (inferiore al 2%) raggiunto nel 2020. Questo periodo coincide con l'impatto della pandemia Covid-19 e le relative misure restrittive.

A partire dal 2020, si assiste a una sorprendente inversione di tendenza, con una crescita sostenuta del TEA. Nel 2022, il tasso supera il 6%, avvicinandosi al picco del 7% nel 2023 e superandolo nel 2024, con un valore stimato di circa il 9,5%, il più alto dell'intero periodo.

L'analisi delle componenti del TEA evidenzia come la crescita recente sia trainata principalmente dall'imprenditorialità per opportunità, che nel 2024 rappresenta circa il 75% del TEA totale, mentre l'imprenditoria per necessità, seppur in aumento dal 2021, si attesta intorno al 2,5% ed è rimasta stabile rispetto al 2023.

Questo andamento suggerisce una ripresa dell'imprenditorialità italiana, con un contributo crescente dell'imprenditorialità motivata da opportunità, sebbene l'aumento dell'imprenditorialità per necessità negli ultimi anni meriti un'analisi più approfondita per comprenderne le implicazioni socio-economiche.

Nei Paesi avanzati, l'imprenditorialità per opportunità continua a essere nettamente superiore a quella per necessità, che raramente influenza in modo determinante l'andamento del TEA. In Italia, la componente di imprenditorialità per necessità rimane tra le più basse in assoluto. I valori registrati nel biennio 2019-2020 erano contenuti, probabilmente a causa delle misure di sostegno al reddito come il reddito di cittadinanza e del blocco dei licenziamenti nel

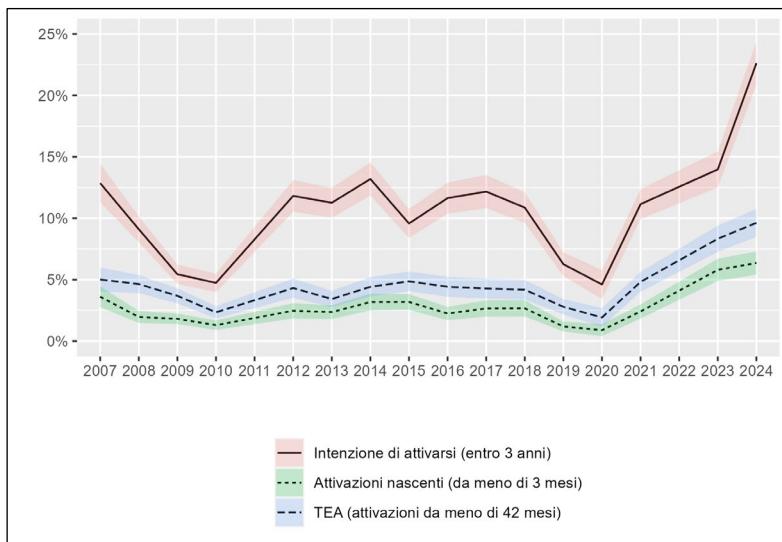
2020. Successivamente, il TEA per necessità è aumentato nel 2021 e ha continuato a crescere nei tre anni successivi. Tuttavia, la crescita della propensione imprenditoriale in Italia è stata guidata principalmente da motivazioni diverse dalla necessità, come la ricerca di opportunità di mercato e il desiderio di indipendenza economica.

La Figura 15 mostra l'andamento nel tempo del TEA scomposto in intenzione di attivarsi entro 3 anni, attivazioni nascenti da meno di tre mesi e attivazioni da meno di 42 mesi.

L'intenzione di attivarsi, ovvero la percentuale di popolazione che prevede di avviare un'attività imprenditoriale nei successivi 3 anni, vede due minimi con valori intorno al 5% nel 2010 e nel 2020, mentre ha un andamento piuttosto stabile intorno a 12% negli altri anni. Dal 2023 al 2024 si registra un incremento notevole, con l'intenzione di attivarsi entro 3 anni che sale fino a circa il 22,5%.

Le attivazioni nascenti ed il TEA, si mantengono invece costanti intorno al 5% dal 2007 al 2020. Dal 2020 in poi, si osserva una crescita sia delle attivazioni nascenti (fino al ~6%) sia del TEA (fino al 10%), indicando un flusso continuo di nuove iniziative imprenditoriali. Tutti e tre gli indicatori mostrati in figura raggiungono il valore percentuale massimo nel 2024.

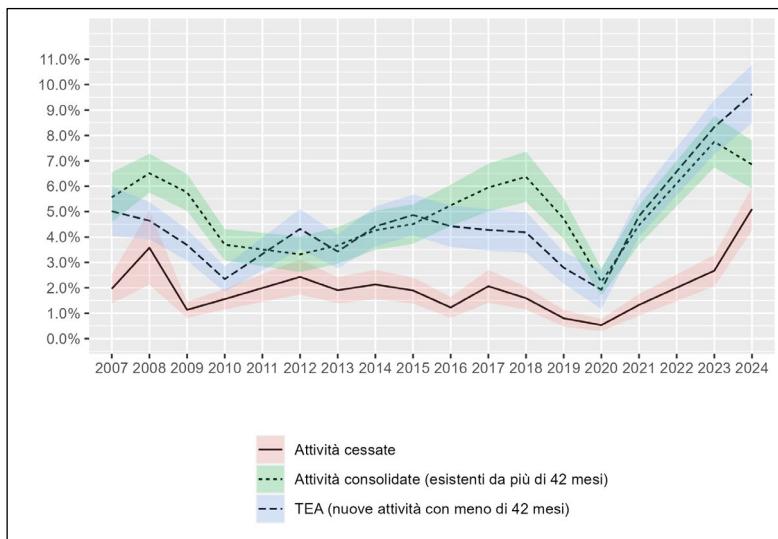
Figura 15 – Scomposizione del TEA (valori %)



Fonte: Elaborazione su dati GEM

La Figura 16 che segue mostra i diversi andamenti delle attività cessate, delle attività consolidate e del TEA. Le attività consolidate sono diminuite dal 2023, con un corrispondente aumento della percentuale di attività cessate. Tuttavia, si riscontra anche un aumento nella percentuale del numero di nuove attività (TEA).

Figura 16 – Andamento delle attività cessate, delle attività consolidate e del TEA 2007-2024



Fonte: Elaborazione su dati GEM

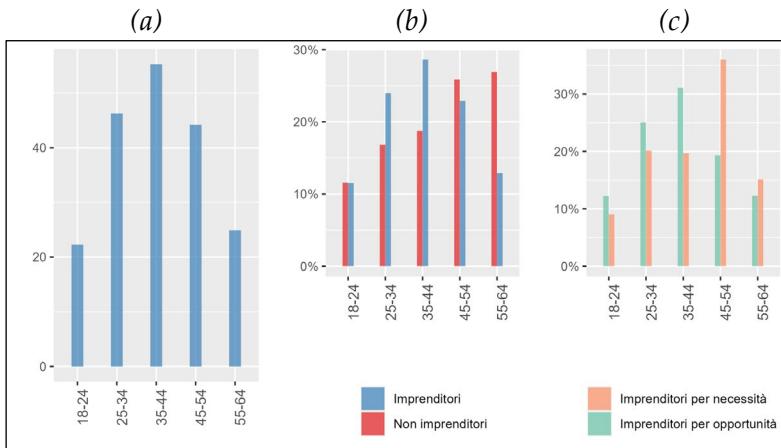
Attivazione imprenditoriale per classi di età

La Figura 17 presenta una suddivisione dettagliata della distribuzione dell'imprenditoria in Italia per fasce di età, tra i 18 e i 64 anni, analizzando la distribuzione tra imprenditori, non imprenditori e le specifiche categorie di imprenditori per necessità e per opportunità, in base alle fasce d'età considerate.

Osservando i grafici, si può notare come la percentuale di individui che si definiscono imprenditori (rappresentata in blu negli istogrammi) mostri una percentuale maggiore, con valori sopra il 40% nelle fasce centrali (25-34 e 35-44 anni e 45-

54), con un massimo di circa il 55% per la fascia 35-44 anni. Un elemento interessante è la presenza di non imprenditori (indicata in rosso nel grafico centrale), con una percentuale che invece aumenta gradualmente con l'avanzare dell'età. Questo potrebbe essere interpretato come una maggiore stabilità lavorativa raggiunta con l'età, che porta a una minore propensione a intraprendere attività imprenditoriali. L'analisi del pannello c distingue invece imprenditori per necessità e per opportunità. Nelle tre prime fasce, quindi fino a 44 anni, gli imprenditori per opportunità sono in maggior numero di quelli per necessità. La situazione si ribalta invece per le due fasce di età maggiore, dove la frequenza di imprenditori per necessità è più alta di quelli per opportunità. Questo suggerisce che l'imprenditorialità è una scelta motivata da necessità piuttosto che da opportunità per le persone di età più avanzata.

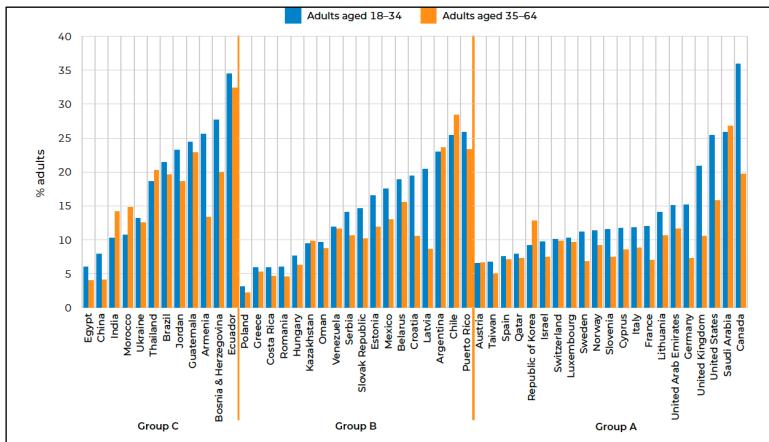
Figura 17 – Attivazione imprenditoriale per classi di età, 2024



Fonte: Elaborazione su dati GEM

La Figura 18 mostra i tassi di attivazione di impresa (TEA) per tutti i 51 Paesi, divisi in due fasce di età: da 18 a 34 (giovani, in blu) e da 35 a 64. Rispetto ad altri Paesi, il tasso di imprenditorialità giovanile in Italia è relativamente basso, seppur di poco più alto di quello della fascia più senior. Ad esempio, Paesi come l'Ecuador e il Canada, mostrano tassi di TEA giovanile superiori al 30%, mentre l'Italia è appena sopra il 10%. In linea generale, nella maggior parte dei Paesi, sono sempre i giovani ad avere TEA maggiore. Interessanti i casi di India, la Repubblica Coreana, il Marocco, l'Argentina, l'Arabia Saudita e il Cile, dove il TEA della fascia adulta è significativamente maggiore di quello dei più giovani.

Figura 18 – TEA per classi di età (% sugli adulti della classe di età)



Fonte: GEM Global Report, 2024-2025

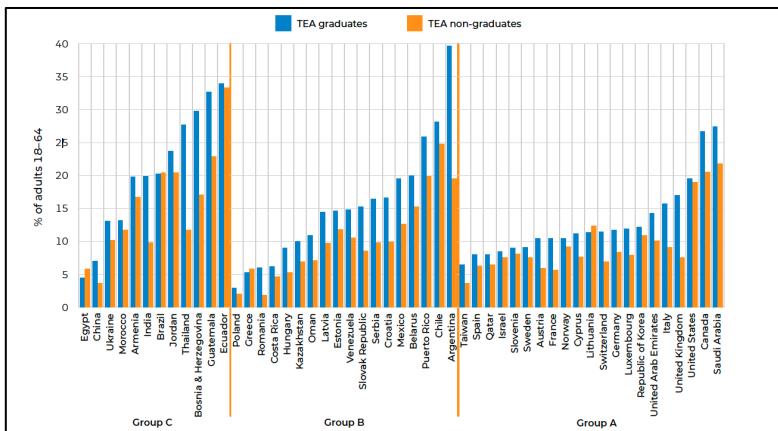
L'età gioca un ruolo significativo nell'imprenditorialità, influenzando le motivazioni, le competenze e le probabilità di

successo di chi avvia un'impresa. In generale, i giovani imprenditori tendono a essere più orientati all'innovazione e all'adozione di nuove tecnologie, mentre gli imprenditori "silver" (over 50) si distinguono per esperienza consolidata, ampie reti professionali e maggiore stabilità finanziaria. In questo contesto, alcuni studi suggeriscono l'importanza di iniziative di mentorship intergenerazionale, che permettono un trasferimento efficace di competenze tra le diverse fasce d'età, favorendo così una crescita più equilibrata del tessuto imprenditoriale (Greco *et al.*, 2023).

Attivazione imprenditoriale e formazione

I dati GEM confermano la correlazione positiva tra istruzione e imprenditorialità. Infatti, in Figura 19, sono solo 4 i Paesi in cui il TEA dei non laureati supera quello dei laureati.

Figura 19 – Confronto dei valori del TEA laureati e non laureati per Paese, 2024

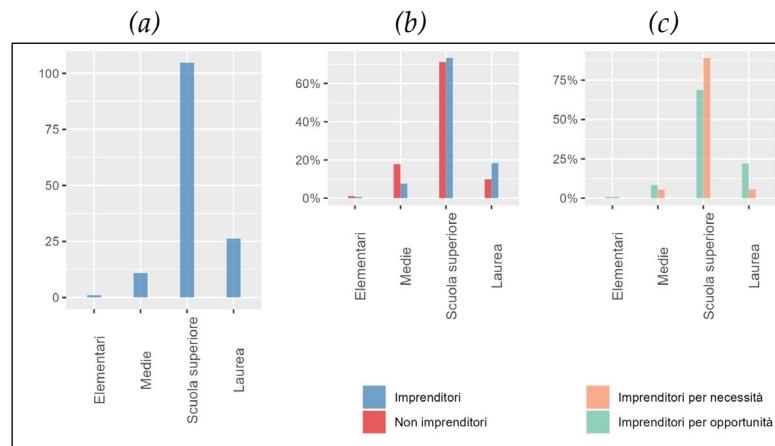


Fonte: GEM Global Report, 2024-2025

In generale, gli individui con livelli di istruzione più elevati mostrano una maggiore propensione ad avviare nuove imprese. 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 suoi bassi valori di TEA anche tra i laureati.

La Figura 20, nello specifico, mostra il legame tra livello di istruzione e il TEA e le diverse tipologie di imprenditoria.

Figura 20 – TEA per livello di istruzione (valori %), 2024



Fonte: Elaborazione su dati GEM

Partendo dal TEA in valori assoluti (pannello a) si nota come questo indicatore mostri una crescita significativa all'aumentare del livello di istruzione fino alle scuole superiori, per poi però diminuire drasticamente con la laurea. Lo stesso andamento si osserva analizzando la distribuzione percentuale tra imprenditori e non imprenditori nelle diver-

se categorie di istruzione (pannello b). Tuttavia, una differenza emerge dividendo gli imprenditori per necessità e per opportunità: questi ultimi tendono ad avere un livello di istruzione maggiore (pannello c).

In conclusione, in Italia, un livello di istruzione più elevato, ma non necessariamente ai livelli massimi (laurea) sembra favorire sia l'avvio di attività imprenditoriali, come evidenziato dal TEA, sia un approccio all'imprenditoria più orientato alle opportunità, suggerendo che investire nell'istruzione può contribuire a sviluppare un tessuto imprenditoriale più dinamico e competitivo.

Attivazione imprenditoriale e condizione occupazionale

La Figura 21 analizza la distribuzione degli imprenditori rispetto alla condizione lavorativa. Nel primo grafico, che mostra i valori assoluti, emerge chiaramente che la maggior parte degli imprenditori proviene dalla categoria dei lavoratori, con un numero che supera le 150 unità. Al contrario, tra i disoccupati e gli studenti/pensionati, il numero di imprenditori è significativamente inferiore. Questo dato suggerisce che l'attività imprenditoriale è spesso intrapresa da chi ha già un'occupazione, probabilmente come scelta consapevole per migliorare la propria posizione economica o professionale.

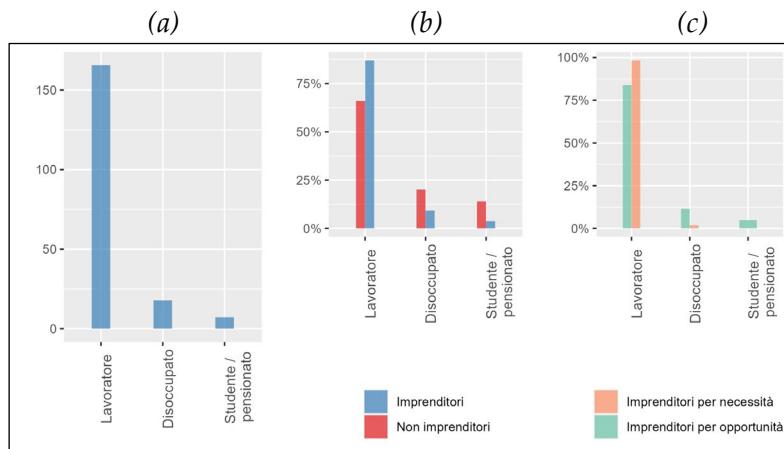
Nel secondo grafico (pannello b), che rappresenta le percentuali di imprenditori e non imprenditori in ciascuna categoria lavorativa, si osserva che circa l'80% degli imprenditori risulta essere lavoratore, mentre solo circa il 60% dei non imprenditori risulta essere lavoratore.

Tra i disoccupati e gli studenti/pensionati, invece, la quota

di imprenditori è più bassa rispetto ai non imprenditori. Questo rafforza l'idea che l'imprenditorialità sia più diffusa tra chi già possiede un impiego, mentre chi è senza lavoro o fuori dal mercato tende a non avviare attività imprenditoriali, probabilmente a causa di difficoltà economiche o mancanza di risorse.

Il terzo grafico (pannello c) distingue gli imprenditori in base alla motivazione che li ha spinti ad avviare la propria attività: necessità o opportunità. Qui si nota che tra i lavoratori un numero maggiore degli imprenditori ha scelto questa strada per necessità, mentre la quasi totalità tra studenti e pensionati intraprende la carriera di imprenditore per opportunità, segnalando una varietà di motivazioni che spaziano dalla ricerca di indipendenza economica alla volontà di integrare il reddito.

Figura 21 – Attivazione imprenditoriale e occupazione, 2024



Fonte: Elaborazione su dati GEM

Se ci si concentra invece sulla distribuzione degli imprenditori in base alla fascia di reddito (Figura 22) il primo grafico evidenzia come la maggior parte degli imprenditori si collochi nella fascia di reddito tra 20.000 e 40.000 euro annui, seguita da un numero significativo nella fascia successiva (40-60k euro) e nella fascia più bassa (0-20k euro). Dai 60k a salire, il numero di imprenditori diminuisce notevolmente, con pochissimi presenti nelle fasce superiori a 100.000 euro. Questo suggerisce che l'attività imprenditoriale è più diffusa tra chi ha redditi medio-bassi, mentre chi ha redditi più elevati potrebbe trovarsi in posizioni lavorative più stabili e remunerative che non incentivano ad attivarsi imprenditorialmente. Nel secondo grafico, che confronta la percentuale di imprenditori e non imprenditori per fascia di reddito, si nota che fino ai 40.000 euro annui la percentuale di non imprenditori è maggiore di quella degli imprenditori. La situazione si ribalta nelle fasce successive, raggiungendo l'equilibrio per redditi annui >100k euro. Questo dato potrebbe indicare che il lavoro imprenditoriale offre più possibilità di guadagno rispetto al lavoro dipendente. Il terzo grafico, che distingue tra imprenditori per necessità e per opportunità, mostra che solo nella fascia di reddito da 20k a 40k la maggioranza degli imprenditori ha avviato la propria attività per necessità. In tutte le altre fasce, la percentuale di imprenditori per opportunità è più alta di quella di imprenditori per necessità. Questo riflette un fenomeno comune: chi inizia un'attività imprenditoriale per necessità spesso si trova in una situazione di precarietà economica, mentre chi lo fa per opportunità tende ad avere già una base di partenza più solida e a ottenere guadagni più elevati.

Figura 22 – Le classi di reddito degli intervistati e la differenza tra imprenditori e non imprenditori per classi di reddito, 2024



Fonte: Elaborazione su dati GEM

L'imprenditorialità interna

L'imprenditorialità è generalmente associata all'avvio di un'attività in proprio. Tuttavia, essa si manifesta anche all'interno di imprese esistenti, quando i dipendenti sono coinvolti nello sviluppo di nuove iniziative imprenditoriali, sia per propria iniziativa sia su impulso del datore di lavoro. Questa forma di imprenditorialità interna, nota come *intrapreneurship*, sta assumendo un ruolo sempre più rilevante nei processi di innovazione aziendale e, in alcuni casi, viene formalmente riconosciuta e incentivata.

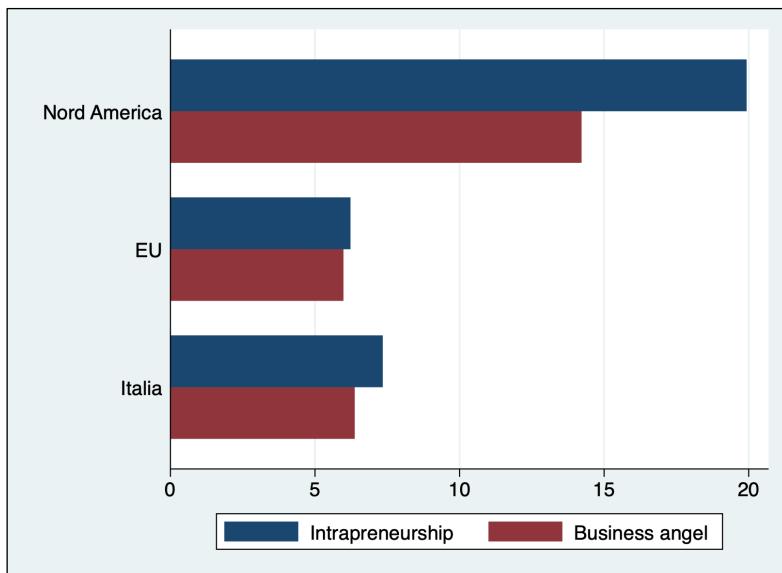
Nonostante la crescente importanza dell'intrapreneurship, i dati mostrano che in Italia la percentuale di persone coinvolte in attività imprenditoriali interne è significativa-

mente inferiore rispetto a quella di chi avvia un'attività autonoma (TEA). La propensione imprenditoriale italiana continua a essere inferiore alla media europea, con un ritardo particolarmente evidente rispetto ai Paesi nordamericani, dove la cultura aziendale favorisce maggiormente l'intraprendenza dei dipendenti.

Nel 2024, il livello di imprenditorialità interna in Italia rimane al di sotto della media europea, anche se il divario si sta progressivamente riducendo. L'analisi dei dati conferma che la maggior parte degli imprenditori italiani si attiva per opportunità piuttosto che per necessità, ma la partecipazione all'intrapreneurship resta limitata, suggerendo una scarsa propensione delle imprese a valorizzare l'iniziativa imprenditoriale dei propri dipendenti. Promuovere politiche aziendali e formative che incentivino l'intrapreneurship potrebbe rappresentare un'opportunità per colmare questo gap e favorire l'innovazione all'interno del tessuto imprenditoriale nazionale.

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 Nordamerica). Nel 2024 il dato italiano rimane inferiore alla media europea, anche se il gap risulta contenuto (Figura 23).

Figura 23 – Occupati coinvolti nell'imprenditorialità interna (% sulla popolazione adulta), 2024



Legenda:

- Intrapreneurship: dipendente coinvolto nell'avvio di una nuova iniziativa come parte del proprio lavoro
- Business angel: finanzia un'attività imprenditoriale promossa da altri

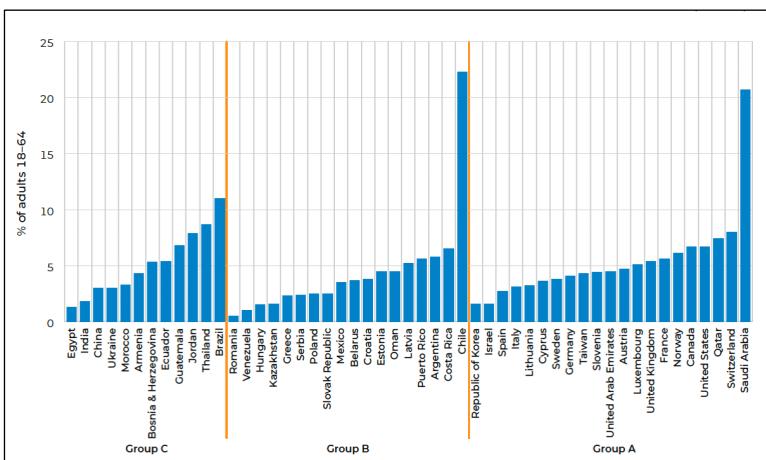
Fonte: Elaborazione su dati GEM

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. Il divario è evidente sia nel coinvolgimento dei dipendenti nell'avvio di nuove attività di intrapreneurship, sia nell'attività di nuove imprese sponsorizzate dall'impresa già avviata e che vedono il coinvolgimento dei dipendenti come proprietari e/o manager.

Promuovere politiche aziendali che incentivino l'entrepreneurship potrebbe rappresentare un'opportunità per colmare questo gap e favorire l'innovazione all'interno del tessuto imprenditoriale nazionale.

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 24).

Figura 24 – Percentuale degli intervistati che investirebbe in un'attività gestita da altri (% della popolazione adulta)



Fonte: GEM Global Report, 2024-2025

Questi dati sembrano confermare l'individualismo che caratterizza l'attività imprenditoriale nel nostro Paese. Tuttavia, si notano valori bassi nella maggior parte dei 51 Paesi considerati nel GEM, fatta eccezione per Cile e Arabia Saudita, con valori percentuali sopra il 20%.

4. Caratteristiche delle nuove iniziative

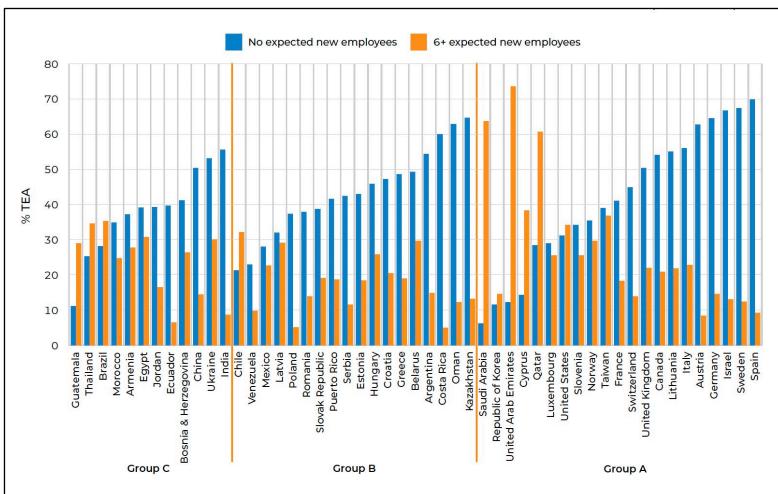
L'impatto positivo dell'avvio di nuove iniziative economiche dipende in gran parte dalla loro capacità di generare crescita e occupazione. L'analisi dei dati più recenti mostra che, sebbene vi sia stato un miglioramento rispetto agli anni passati, la propensione alla crescita delle nuove imprese italiane resta inferiore alla media internazionale. In particolare, la quota di imprese che prevedono significativi aumenti occupazionali a cinque anni dall'avvio, seppur in crescita rispetto al 2020, rimane contenuta.

L'indagine del 2024 conferma che una parte rilevante delle nuove imprese non prevede incrementi occupazionali nel medio termine, sebbene sia in aumento la quota di quelle che invece puntano a un'espansione. Tuttavia, la limitata propensione alla crescita continua a rappresentare un tratto distintivo dell'imprenditorialità italiana, influenzato da una serie di fattori. Tra le principali barriere esterne emergono, oltre alle tradizionali difficoltà di accesso ai finanziamenti, anche un contesto burocratico ancora complesso e oneri fiscali elevati, che spesso limitano la capacità di investimento e assunzione. A questi si aggiunge una carenza di infrastrutture digitali e di supporto all'innovazione, che penalizza in particolare le imprese ad alto contenuto tecnologico.

Dal punto di vista interno, le strategie imprenditoriali tendono a essere orientate alla cautela, con una ridotta propensione ad assumere rischi per evitare potenziali difficoltà finanziarie o perdite di controllo dell'azienda. Inoltre, la limitata diffusione di competenze manageriali e di strategie di internazionalizzazione frena l'espansione delle nuove imprese, che spesso restano ancorate a mercati locali, riducendo così le loro prospettive di crescita nel lungo periodo.

La Figura 25 mostra l'incremento atteso degli occupati. La percentuale di nascenti imprenditori che in Italia si aspetta di occupare più di 6 dipendenti è molto inferiore a quella dei nascenti imprenditori che si aspettano di non assumere dipendenti.

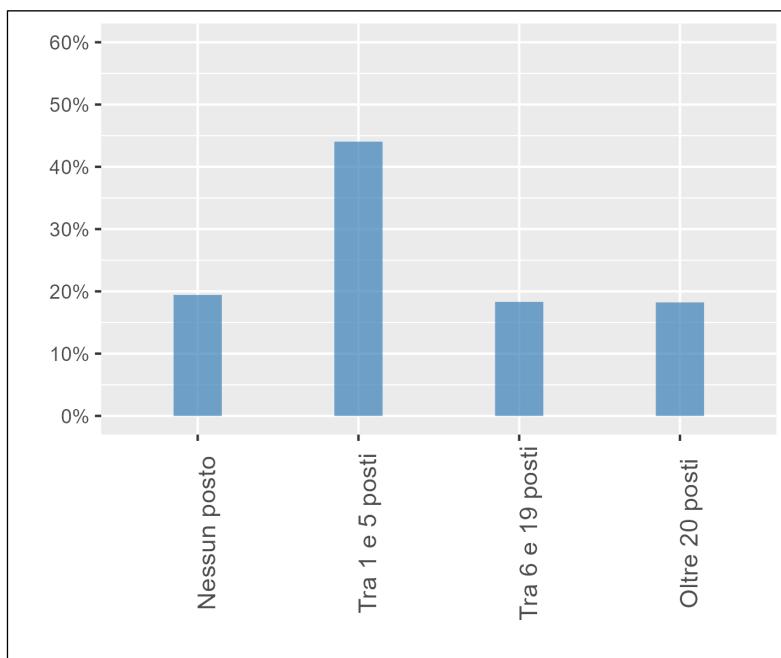
Figura 25 – TEA per incremento degli occupati fino a 6 posti di lavoro, 2024



Fonte: GEM Global Report, 2024-2025

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 26). Tale risultato è consistente con i dati dello scorso anno.

Figura 26 – Aspettativa di crescita dell’occupazione delle imprese nascenti

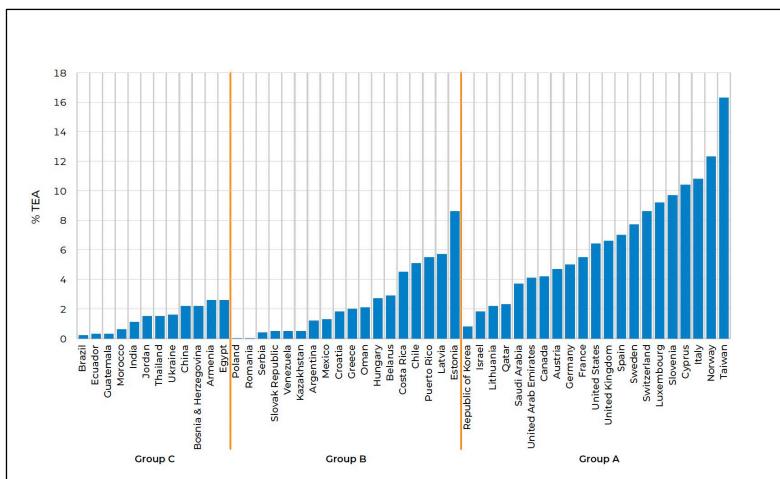


Fonte: Elaborazione su dati GEM

Nelle precedenti indagini GEM, l’Italia si caratterizzava per una quota inferiore alla media degli altri Paesi industrializzati delle iniziative che dichiaravano di aver introdotto innovazioni significative a livello nazionale o internazionale.

Ciò sembra congruente con la prevalenza dei settori tradizionali che caratterizza la specializzazione settoriale del nostro Paese. Nell'ultima indagine si osserva una significativa quota di nuove imprese che dichiara di aver introdotto prodotti nuovi per il mercato (vedi Figura 27).

Figura 27 – Percentuale delle nuove iniziative (TEA) che dichiarano di introdurre prodotti nuovi per il mercato



Fonte: GEM Global Report, 2024-2025

Per quanto riguarda la distribuzione settoriale delle nuove imprese avviate in Italia, dall'analisi dei dati emerge che la maggior parte delle nuove iniziative imprenditoriali si colloca nei settori dell'attività commerciale e dei servizi alle imprese, confermando una tendenza già osservata negli anni precedenti. Il settore dei servizi alle imprese include attività legate alla consulenza, alla digitalizzazione, al marketing e

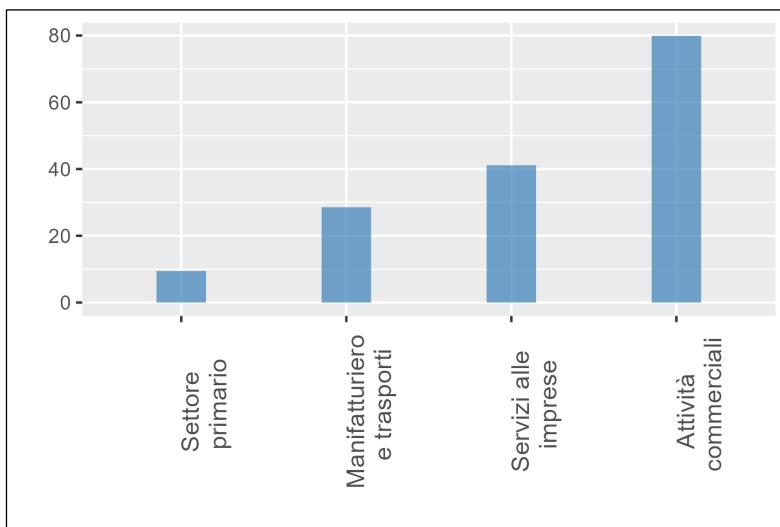
alla gestione aziendale, segmenti che beneficiano di una crescente domanda legata ai processi di trasformazione digitale e innovazione organizzativa. Parallelamente, il commercio continua a rappresentare la più importante area di sviluppo per le nuove imprese, sebbene sia soggetto a dinamiche di forte concorrenza e all'evoluzione delle abitudini di consumo, con una crescente centralità dell'e-commerce rispetto alla vendita al dettaglio tradizionale.

L'analisi evidenzia un incremento delle iniziative legate al settore delle tecnologie digitali e dell'ICT, che include startup focalizzate su software, intelligenza artificiale, cybersecurity e servizi cloud. Questo trend è spinto dall'accelerazione della trasformazione digitale in diversi ambiti economici e dalla crescente domanda di soluzioni innovative per l'ottimizzazione dei processi aziendali e della gestione dei dati.

Un altro settore di rilievo è quello delle attività manifatturiere, sebbene il numero di nuove iniziative in questo ambito sia inferiore rispetto ai servizi e al commercio. All'interno del comparto manifatturiero, si osserva una maggiore presenza di imprese ad alta specializzazione tecnologica, che operano in settori innovativi come la produzione di materiali avanzati e la robotica (Figura 28).

Tuttavia, le sfide legate ai costi di produzione, alla competitività internazionale e alla necessità di investimenti significativi in ricerca e sviluppo rendono più complesso l'ingresso nel mercato per le nuove realtà imprenditoriali.

Figura 28 – Settori delle imprese nascenti



Fonte: Elaborazione su dati GEM

Imprenditorialità e sostenibilità

Negli ultimi anni l'attenzione degli imprenditori e delle imprese verso la sostenibilità ambientale e sociale è aumentata in modo significativo, diventando un elemento chiave nelle strategie aziendali. Questo cambiamento è in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 dell'ONU, che incoraggiano le imprese a integrare la sostenibilità nelle loro attività.

Alcuni obiettivi specifici sono particolarmente rilevanti per il mondo imprenditoriale:

- SDG 8 – Lavoro dignitoso e crescita economica: promuove un'imprenditorialità sostenibile e inclusiva.

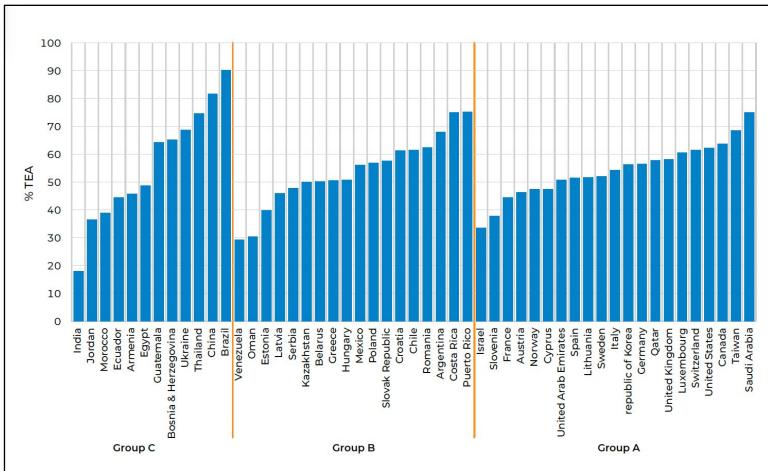
- SDG 9 – Industria, innovazione e infrastrutture: sottolinea il ruolo delle imprese nell’innovazione e nello sviluppo di tecnologie sostenibili.
- SDG 12 – Consumo e produzione responsabili: incentiva modelli di business circolari e l’uso efficiente delle risorse.

I modelli di business sono responsabili del raggiungimento degli SDGs integrando la valutazione della sostenibilità nelle diverse fasi del ciclo di vita delle iniziative imprenditoriali innovative (Di Vaio *et al.*, 2022). Questo crescente interesse riflette non solo una maggiore consapevolezza etica, ma anche la necessità di rispondere a nuove sfide di mercato e regolamentazioni internazionali. Proprio per questo, da alcuni anni, l’indagine GEM dedica un focus specifico a questo fenomeno.

In Italia, la percentuale di nuovi imprenditori che hanno intrapreso iniziative per migliorare la sostenibilità della propria impresa è interessante. Ciò è vero sia con riferimento all’impatto ambientale (Figura 29) sia con riferimento all’impatto sociale (Figura 30). In entrambi i casi, l’Italia si posiziona a metà classifica, rispetto agli altri 50 Paesi del GEM.

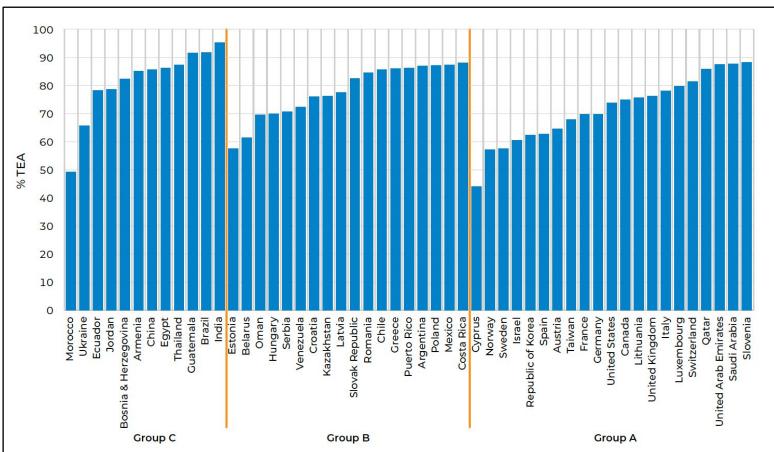
È interessante notare che esiste una forte correlazione positiva tra questi due aspetti: economie con un numero elevato di imprenditori nascenti che si preoccupano di minimizzare l’impatto ambientale hanno anche un numero elevato di imprenditori che provano a massimizzare l’impatto sociale (e viceversa).

Figura 29 – Percentuale di imprenditori che hanno avviato iniziative per ridurre l'impatto ambientale della propria impresa



Fonte: GEM Global Report, 2024-2025

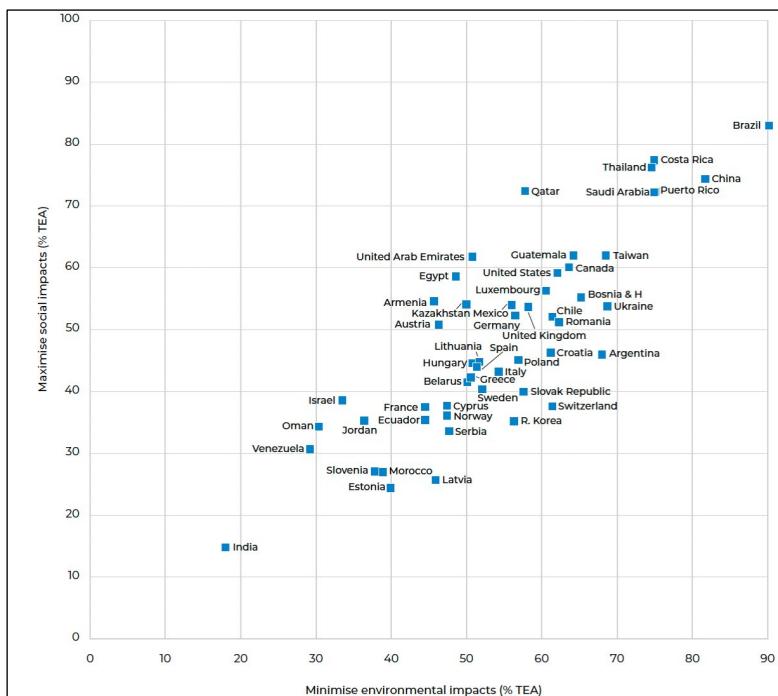
Figura 30 – Percentuale di imprenditori che hanno avviato iniziative per ridurre l'impatto sociale della propria impresa



Fonte: GEM Global Report, 2024-2025

La Figura 31 mostra questa correlazione, dove si notano chiaramente i casi estremi dell'India che mostra i livelli più bassi in entrambi gli ambiti, ambientale e sociale e il Brasile che si posiziona al primo posto in entrambi gli indicatori.

Figura 31 – Correlazione tra la percentuale di imprenditori nascenti che agiscono per massimizzare l'impatto sociale e la percentuale di quelli che provano a minimizzare l'impatto ambientale delle proprie imprese



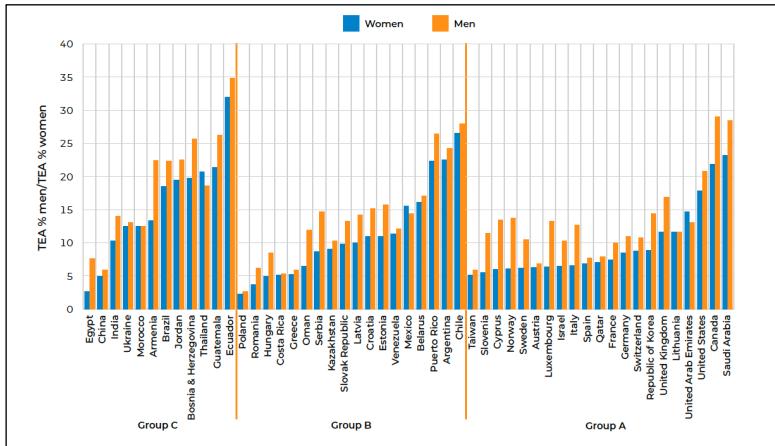
Fonte: GEM Global Report, 2024-2025

5. Il gap di genere

L'analisi del gap di genere nell'imprenditorialità italiana, secondo l'indagine GEM, evidenzia una marcata disparità tra uomini e donne nella propensione e nell'attivazione di nuove imprese. Questo fenomeno si inserisce in un quadro più ampio di differenze strutturali già osservate nei contesti internazionali, ma risulta particolarmente accentuato nel caso italiano. Sorprendentemente, in molte di queste economie, i tassi di avvio di nuove imprese sono molto simili tra i due generi, indicando una forte correlazione.

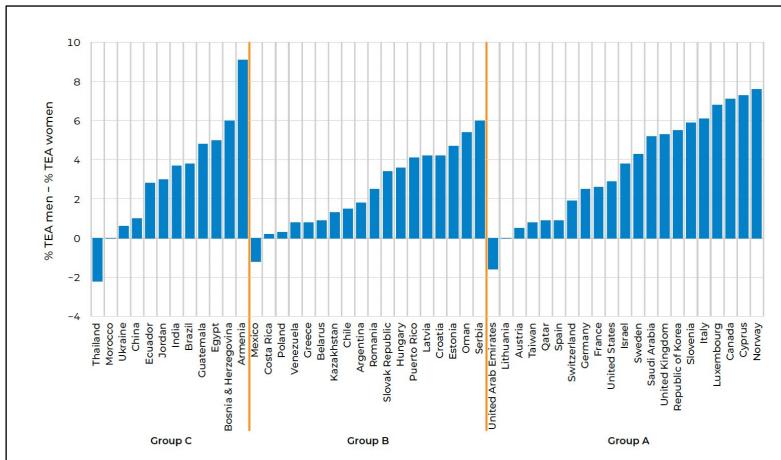
Tuttavia, dopo un periodo in cui si osservava un aumento delle economie con più donne imprenditrici rispetto agli uomini in molti Paesi, il 2024 sembra segnare un'inversione di tendenza: in tutti i Paesi tranne Thailandia, Messico ed Emirati Arabi Uniti, il TEA per le donne è più basso di quello per gli uomini imprenditori (Figura 32). Per visualizzare meglio l'andamento del TEA per genere, la Figura 33 mostra la differenza assoluta tra il TEA per gli imprenditori uomini ed il TEA per le imprenditrici donne, rivelando valori negativi (e quindi indicanti un TEA per le donne maggiore del TEA per gli uomini) solo per i tre Paesi sopracitati.

Figura 32 – TEA per genere e per Paese



Fonte: GEM Global Report, 2024-2025

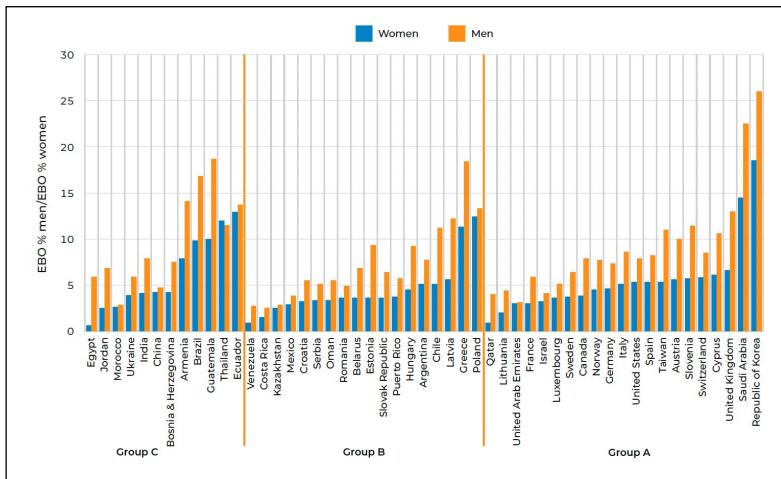
Figura 33 – Differenza assoluta tra il TEA per imprenditori maschi e il TEA per imprenditrici donne



Fonte: GEM Global Report, 2024-2025

Il gap di genere è ancora più accentuato per gli imprenditori che già posseggono un'attività (*established business owner*) rispetto alle nuove iniziative (Figura 34). In questo caso, l'unico Paese per cui l'EBO per le donne supera quello per gli uomini è la Thailandia.

Figura 34 – Established business owners per genere (% della popolazione adulta)



Fonte: GEM Global Report, 2024-2025

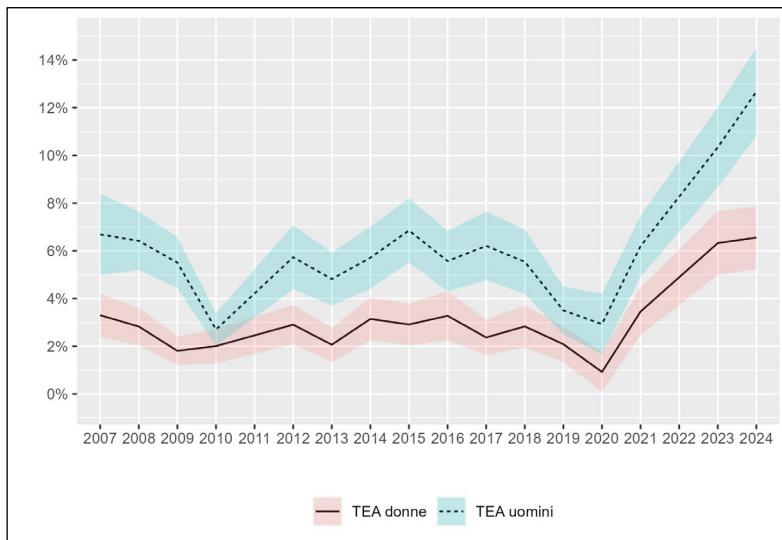
Scendendo nel dettaglio per l'Italia, la Figura 35 mostra l'andamento nel tempo del TEA per genere.

Ad eccezione del 2010, anno nel quale si è assistito ad un crollo della propensione imprenditoriale maschile, questa ultima è sempre stata maggiore di quella femminile, con un divario medio di circa 3 punti percentuali.

Dal 2021, con la ripresa economica post-pandemia, entrambi i valori stanno registrando un incremento, con il TEA maschile che è salito fino al 10% nel 2023 e quello femminile

che ha raggiunto il 6%, pur mantenendo un gap significativo di 4 punti percentuali. La crescita del TEA maschile è proseguita anche nel 2024, arrivando a superare il 13%. Purtroppo, quella femminile sembra essersi arrestata ad un valore del ~7%, e quindi registrando il divario massimo.

Figura 35 – TEA per genere



Fonte: Elaborazione su dati GEM

Le cause del persistente divario di genere nell'attivazione imprenditoriale sono molteplici e riconducibili a fattori culturali, sociali, economici e strutturali. Studi scientifici hanno evidenziato come elementi quali le aspettative sociali, le identità di genere, l'ambiente imprenditoriale, l'accesso alle risorse finanziarie e le condizioni del mercato del lavoro influenzino significativamente l'imprenditorialità femminile.

In particolare, la ricerca ha identificato barriere e facilitatori

legati agli aspetti culturali, educativi, infrastrutturali e al ruolo delle donne nella società, che incidono sulla loro propensione ad avviare e sviluppare un'attività imprenditoriale. Tra questi, la dimensione culturale riveste un ruolo cruciale, poiché le consuetudini e le aspettative sociali, spesso radicate e persistenti, influenzano le percezioni individuali e la rappresentazione dell'imprenditorialità. In Italia, il modello tradizionale di ruolo femminile è ancora in parte legato alla gestione della famiglia e della casa, il che può limitare l'accesso delle donne a percorsi imprenditoriali, che richiedono elevata disponibilità di tempo, impegno e una forte fiducia nelle proprie capacità. L'analisi delle motivazioni che spingono uomini e donne ad avviare un'impresa mostra un divario significativo soprattutto nell'imprenditorialità per opportunità. Questo fenomeno riflette non solo differenze nei percorsi di carriera e nella percezione del rischio, ma anche una minore presenza femminile in settori a maggiore valore aggiunto e un accesso più limitato a finanziamenti e reti di supporto. Le donne, infatti, sono spesso sottorappresentate nei settori ad alta crescita e innovazione, come il tech o il digitale, dove le opportunità imprenditoriali sono maggiori. Inoltre, le donne imprenditrici tendono ad avere un accesso più difficile al credito e ai finanziamenti, a causa di stereotipi di genere e della mancanza di garanzie. La minore presenza femminile in posizioni di leadership e nei ruoli decisionali all'interno delle aziende e delle istituzioni finanziarie contribuisce a perpetuare questo divario. Per colmare il divario di genere nell'imprenditoria, è necessario un approccio che agisca su diversi livelli. È fondamentale promuovere un cambiamento culturale che superi gli stereotipi di genere e valorizzi l'imprenditoria femminile. Occorre incentivare la partecipazione delle donne nei settori STEM (Scienza, Tecnologia, Inge-

gneria e Matematica), dove ci sono maggiormente le opportunità imprenditoriali innovative. È necessario garantire un accesso equo a finanziamenti, e reti di supporto per le donne che desiderano avviare un’impresa. È importante implementare politiche che favoriscano la conciliazione tra vita professionale e privata, in modo da non penalizzare le donne che desiderano essere madri e imprenditrici. Infine, è cruciale promuovere modelli di ruolo positivi di donne imprenditrici, per ispirare e incoraggiare le nuove generazioni.

Come afferma l’OCSE, promuovere l’uguaglianza di genere significa favorire il benessere e la felicità individuale: «*Gender equality is not just about economic empowerment [...]. Gender equality, however, is also a key factor in self-reported well-being and happiness across the world*» (OECD, 2012, p. 2). Le percezioni sociali e i quadri istituzionali possono fungere sia da ostacoli che da leve per lo sviluppo dell’imprenditorialità femminile (Ilie *et al.*, 2021; Bullough *et al.*, 2022, Cerqueti, 2020).

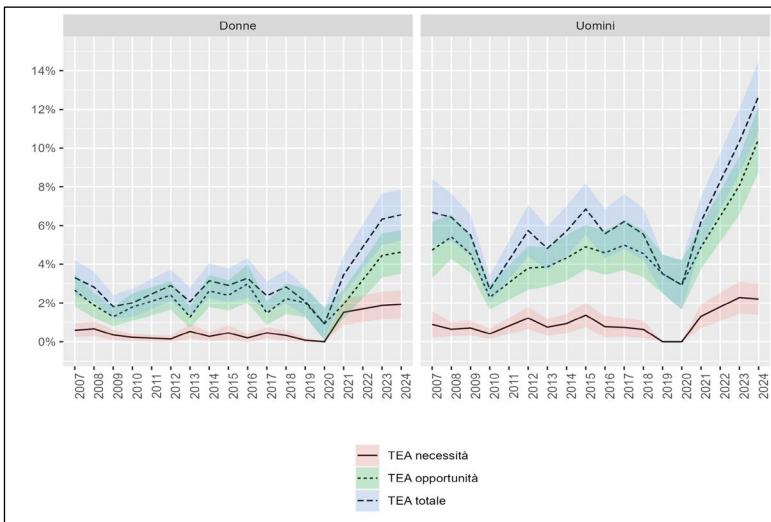
Per attuare politiche efficaci, è fondamentale disporre di dati aggiornati che consentano interventi tempestivi. A tal proposito, la Commissione Europea, nel *Piano di Azione per l’Imprenditorialità 2020*, ha invitato gli Stati membri a raccogliere dati disaggregati per genere e a fornire aggiornamenti annuali sulla situazione delle imprenditrici a livello nazionale (Commissione Europea, 2020).

Nel contesto italiano, il sistema camerale rappresenta una best practice, grazie ai dati del Registro delle Imprese e all’attività dell’Osservatorio dell’Imprenditoria Femminile di Unioncamere-Infocamere. Inoltre, a livello di policy, il PNRR (Missio-

ne 5)¹ prevede un investimento mirato a sostenere l'imprenditorialità femminile, con l'obiettivo sia di rafforzare le imprese femminili già esistenti sia di favorire la nascita di nuove startup, attraverso attività di mentoring e supporto tecnico-manageriale.

Per quanto riguarda le motivazioni che spingono uomini e donne a intraprendere un'attività imprenditoriale (Figura 36 e Figura 37), i dati mostrano che la componente opportunistica è prevalente per entrambi i generi. Tuttavia, il TEA per opportunità maschile è in crescita sostanziale dal 2020 al 2024. Quello delle donne, seppur mostrando un andamento leggermente positivo non è altrettanto in salita. I periodi di massimo divario possono essere identificati in Figura 37.

Figura 36 – Imprenditorialità per genere: necessità e opportunità

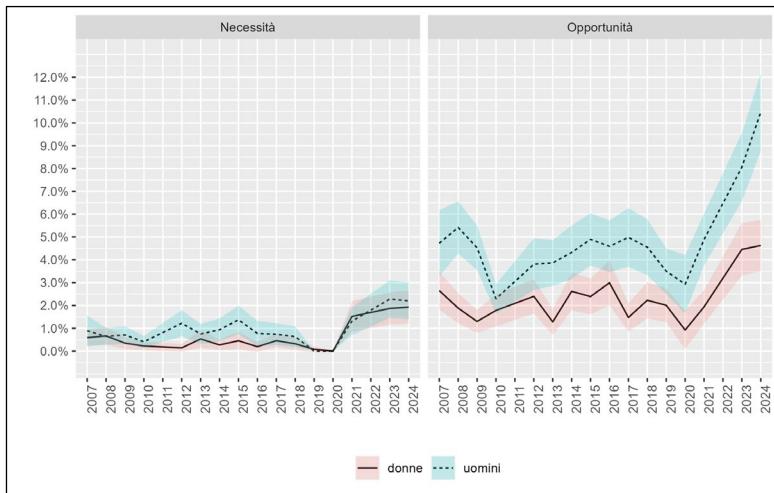


Fonte: Elaborazione su dati GEM

¹ <https://www.mimit.gov.it/it/pnrr/progetti-pnrr/pnrr-creazione-dimprese-femminili>

Purtroppo, il 2024 si avvicina ad uno dei massimi. Il divario nella motivazione opportunistica riflette una maggiore difficoltà per le donne nell'accesso a risorse strategiche come finanziamenti, reti professionali e supporto istituzionale, elementi essenziali per avviare imprese con prospettive di crescita sostenibile. Il TEA per necessità raggiunge invece livelli percentuali (bassi) simili per le donne e per gli uomini (~1%), specialmente dal 2019 in poi.

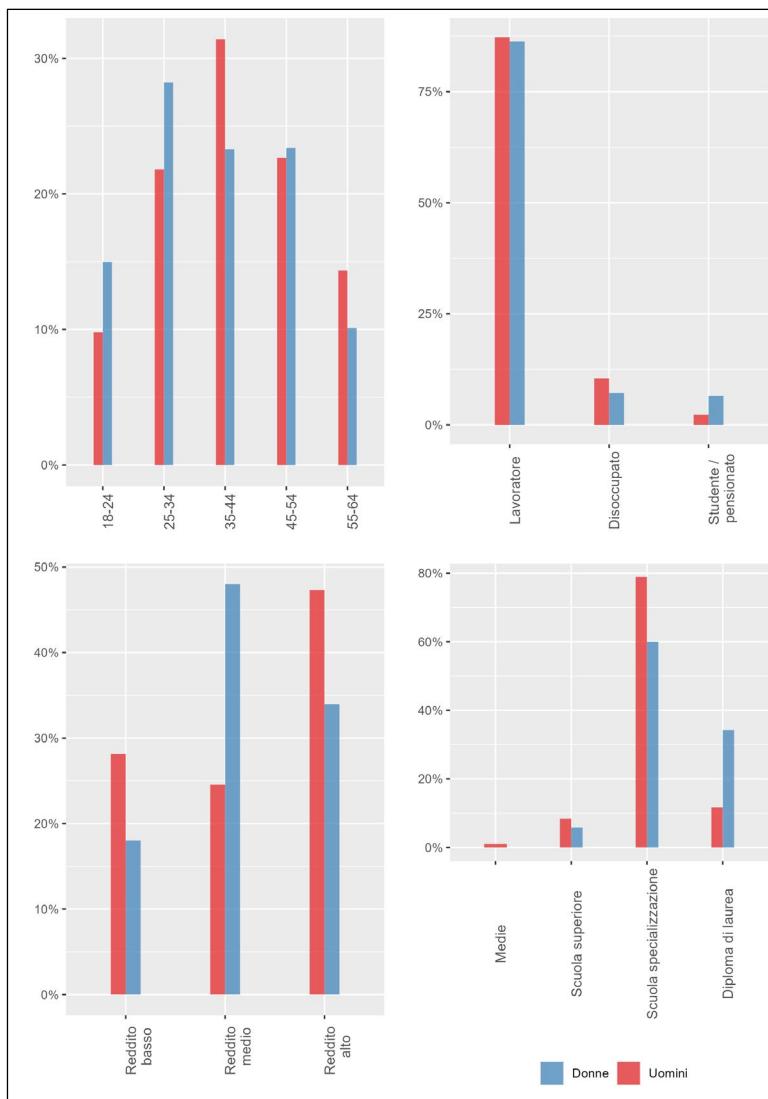
Figura 37 – Imprenditorialità per necessità e opportunità per uomini e donne



Fonte: Elaborazione su dati GEM

La Figura 38 studia il genere nell'imprenditoria in Italia per fasce di età, reddito, posizione lavorativa e grado di istruzione, per capire come essa sia influenzata da diversi fattori demografici, socio-economici e professionali per donne e uomini.

Figura 38 – Imprenditorialità per genere



Fonte: Elaborazione su dati GEM

La percentuale di donne imprenditrici è notevolmente maggiore di quella degli uomini nelle fasce di età più giovani, dai 18 ai 34, confermando le indagini degli anni precedenti. Le donne imprenditrici si concentrano attorno ad un reddito medio, mentre per i redditi più alti e quelli più bassi, la percentuale di uomini è maggiore. Il livello di istruzione delle donne imprenditrici è più alto (diploma di laurea) di quello degli uomini (scuola di specializzazione), infine la posizione lavorativa non è troppo influenzata dal genere, pur essendoci più donne imprenditrici studenti/pensionate e più uomini imprenditori disoccupati.

6. L'indagine ai soggetti chiave

Il contesto sociale, culturale ed economico in cui le persone sviluppano le proprie aspirazioni e intraprendono iniziative imprenditoriali non è un elemento isolato, ma il risultato di una rete di interazioni, collaborazioni e scambi tra individui, istituzioni e attori del mercato. La capacità di avviare e sostenere un'impresa è fortemente influenzata dalla dinamicità dell'ecosistema imprenditoriale, che si nutre del dialogo tra imprenditori, esperti e policy maker.

Per questo motivo, l'analisi dell'imprenditorialità non può prescindere da una visione sistematica e integrata. Strumenti come il NES (*National Expert Survey*) coinvolgono esperti e attori chiave per valutare le condizioni dell'ecosistema imprenditoriale, mettendo in luce le opportunità e le barriere che influenzano la creazione e lo sviluppo delle imprese. Questo approccio consente non solo di comprendere i fattori che modellano gli atteggiamenti verso l'imprenditorialità, ma anche di promuovere connessioni strategiche tra innovatori, investitori e istituzioni, facilitando la diffusione di conoscenze e la co-creazione di politiche più efficaci.

Le imprese non si evolvono nel “vuoto” e quindi risulta rilevante capire le interazioni con fornitori, clienti e finanziatori in ottica di ecosistema (Moore, 1993). Quando si parla di ecosistema imprenditoriale emergono varie definizioni:

- 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 (Bernardez, 2008).
- Una rete dinamica e auto-regolante composta da molti tipi differenti di attori (Isenberg, 2014).
- Gli ecosistemi imprenditoriali sostenibili sono definiti come un gruppo interconnesso di attori in una comunità geografica locale impegnati nello sviluppo sostenibile attraverso il supporto e la facilitazione di nuove iniziative sostenibili (Cohen, 2016, p. 3).
- Insieme di fattori istituzionali e organizzativi, così come altri fattori sistematici, che interagiscono e influenzano l’identificazione e la commercializzazione delle opportunità imprenditoriali (Audretsch & Belitski, 2017).

Con riferimento agli ecosistemi imprenditoriali possono essere identificate e analizzate varie dimensioni, a partire dagli attori e dai fattori che governano e permettono un’imprenditorialità produttiva (Stam, 2015).

Gli attributi culturali, sociali e materiali che forniscono benefici e risorse agli imprenditori e le relazioni tra questi riproducono l’ecosistema e determinano l’emergere di varie configurazioni (Spigel, 2017).

Altri componenti includono: (1) disposizioni istituzionali che legittimano, regolano e incentivano l’imprenditorialità; (2) dotazioni di risorse pubbliche di conoscenza scientifica di base, meccanismi di finanziamento e bacini di lavoro competente; (3) domanda di mercato da parte di consumatori informati per i prodotti e servizi offerti dagli imprenditori; (4)

attività commerciali proprietarie che gli imprenditori privati forniscono attraverso funzioni di R&S, produzione, marketing e distribuzione (Van de Ven, 1993).

Per quanto riguarda la localizzazione, nonostante la natura locale dell'imprenditorialità, gli ecosistemi imprenditoriali sono frequentemente identificati su scala nazionale. L'articolo di Isenberg (2010) sulla Harvard Business Review, infatti, offre una visione degli ecosistemi imprenditoriali su scala nazionale. Sebbene l'imprenditorialità sia un evento locale, anche risorse distanti possono essere critiche. Alcuni collegamenti di rete non sono locali o coinvolgono aziende transnazionali che cercano di integrarsi in ecosistemi imprenditoriali chiave in specifiche tecnologie (Malecki, 2011).

Tra gli attori, grande rilevanza è assunta dall'università. Le università sono forse l'attore/istituzione più frequentemente identificato negli ecosistemi imprenditoriali dopo gli stessi imprenditori, in quanto hub di tali ecosistemi (Baraldi & Ingemansson Havenviad, 2017).

In tale contesto collaborativo, l'aspetto tecnologico diventa fondamentale, tanto da far emergere il tema dell'ecosistema digitale dell'imprenditorialità (DEE – *Digital Entrepreneurship Ecosystem*), definendo attori digitali (chi), attività digitali (cosa), motivazioni digitali (perché) e organizzazione digitale (come) (Elia *et al.*, 2020).

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

- **Finanza per l'imprenditorialità**, ossia la disponibilità di risorse finanziarie per le nuove imprese e per le imprese in crescita;

- **Politiche di governo**, ossia la misura in cui le politiche del governo incoraggiano le nuove imprese e le imprese in crescita;
- **Programmi per l'imprenditorialità**, ossia misure o regolamentazioni che favoriscono le nuove imprese e le imprese in crescita;
- **Formazione all'imprenditorialità**, ossia 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**, ossia 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**, ossia 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**, ossia la misura in cui le nuove imprese sono libere di entrare nei mercati esistenti;
- **Infrastrutture fisiche e dei servizi**, ossia la facilità di accesso alle risorse fisiche, di comunicazione e ai servizi pubblici;
- **Aspetti culturali e sociali**, ossia 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 (*Environmental, Social, Governance*):

- **Perseguimento dei target Sustainable Development Goals (SDG)**, ossia la propensione di imprese, investitori

e relativi stakeholder ad avviare e svolgere attività d’impresa nel rispetto di standard e criteri ESG compatibili con gli obiettivi dell’Agenda 2030.

A partire dall’edizione 2023 è stato inserito un ulteriore ambito:

- **Supporto all’imprenditorialità femminile**, che offre un’overview dei servizi e dell’atteggiamento culturale che, fra misure di politiche pubbliche e ambienti lavorativi, creano un contesto favorevole per le iniziative imprenditoriali femminili.

Infine, nell’edizione 2024, viene avviata l’analisi anche in relazione al tema dell’Intelligenza Artificiale:

- **Intelligenza Artificiale e imprenditorialità**, ossia la consapevolezza del tessuto imprenditoriale, della forza lavoro, del sistema educativo, della pubblica amministrazione e della clientela relativamente all’importanza e all’impatto dell’Intelligenza Artificiale, unitamente alla propensione ad incentivare lo sviluppo e l’implementazione e a regolare i potenziali rischi connessi a tale sviluppo.

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 imprenditorialità. 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 2024 è simile a quello degli anni precedenti. La selezione del campione tiene conto anche della distribuzione geografica, dell'ambito di attività e dell'appartenenza al settore pubblico o privato.

Osservando i risultati dell'indagine condotta nel 2024 le medie delle risposte dei 36 esperti fanno emergere, fra gli altri, i seguenti aspetti:

- fra tutti, ci sono tre ambiti dove la media delle risposte dei 36 esperti del nostro Paese non raggiunge il valore 5 (dis-

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.

crimine fra contesto favorevole e sfavorevole) in nessuno dei sotto-ambiti che compongono tali aree: sono quelli relativi a i) politiche di governo a sostegno delle startup e aziende nella fase iniziale della loro crescita (area B); ii) programmi per l'imprenditorialità (area C); e iii) trasferimento tecnologico (area E). In realtà tale risultato emerge, parimenti allo scorso anno, 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. Lo scorso anno si registrava il medesimo trend insufficiente per il supporto all'imprenditorialità femminile, e le aree dove si registrava una media di valori inferiori a 5 in ognuno dei sotto ambiti erano quelle della formazione all'imprenditorialità (area D) e degli aspetti culturali e sociali (area I);

- i risultati migliori si riscontrano in due ambiti. Per il primo, quello delle Infrastrutture fisiche e dei servizi (area H), si tratta di una conferma rispetto allo scorso anno: tuttavia, fra i sette sotto-ambiti di tale area, lo scorso anno si osservava un livello inferiore a 5 soltanto per la media del giudizio relativo all'idoneità delle infrastrutture fisiche nel supportare le startup e le imprese *early-stage*, mentre quest'anno il valore inferiore a 5 si rileva anche nel sotto-ambito relativo alla disponibilità, per la stessa tipologia di aziende, di spazi per la produzione da affittare a condizioni accessibili; per l'altro ambito con le migliori performance, e cioè l'area SDGs, dove un valore inferiore a 5 si registra in due sotto-ambiti su tredici, si tratta invece di un miglioramento rispetto allo scorso anno, quando la media inferiore a 5 si registrava in tre sotto-ambiti su tredici;

- il livello in assoluto più basso nelle risposte (con un punteggio di poco superiore a 2,5) si registra in risposta alla domanda sulla percezione che nel nostro Paese le nuove imprese possono ottenere la maggior parte delle autorizzazioni e permessi in circa una settimana, mentre lo scorso anno il valore più basso, con una media degli intervistati in Italia di poco inferiore a 3, si registrava rispetto 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 (va notato che comunque anche quest'anno per tale quesito la media delle risposte rimane inferiore a 3);
- la media più alta (punteggio di circa 6,2) è invece quella relativa al costo di accesso ai servizi di telecomunicazione per startup e imprese in fase di crescita, all'interno dell'ambito Infrastrutture fisiche e dei servizi, come nella precedente rilevazione (quando la media delle risposte a tale quesito era però pari a circa 6,5).

Dall'indagine GEM 2018 in avanti 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.

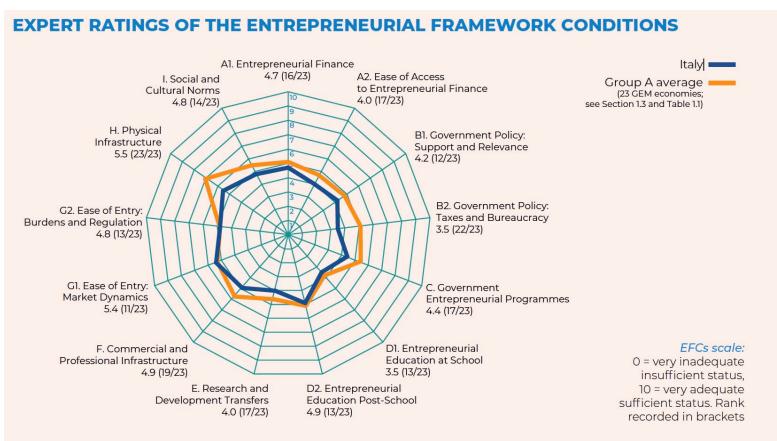
In tutti gli anni nei quali è stato calcolato l'indice, l'Italia rimane fra i Paesi con valori del NECI inferiori alla media generale e a quella riferita ai Paesi maggiormente sviluppati.

La Figura 39 consente di ottenere una visione sintetica dei

diversi aspetti caratterizzanti l'ecosistema imprenditoriale e della posizione relativa del nostro Paese rispetto alla media di 24 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, l'accesso al finanziamento e il supporto delle politiche governative.

Figura 39 – National Entrepreneurship Context Index (NECI), confronto Italia – media Paesi Level A per singoli ambiti 2024



Fonte: GEM Global Report, 2024-2025

Il valore più basso dell'indice è ottenuto anche nel 2024 dall'ambito della formazione imprenditoriale.

L'unico ambito in cui l'Italia mostra un valore maggiore rispetto alla media degli altri Paesi è il dinamismo di mercato.

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.

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 40).

Figura 40 – 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 simili) 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 |
| Area B: POLITICHE DI GOVERNO. NEL NOSTRO PAESE... |
| B01_le politiche pubbliche (leggi, normativa in generale, appalti, tassazione) favoriscono costantemente le startup e le aziende in fase di crescita iniziale |
| B02_il sostegno a startup e aziende in fase di crescita iniziale è un'alta priorità per le politiche a livello nazionale |
| B03_il sostegno a startup e aziende in fase di crescita iniziale è un'alta priorità per le politiche a livello locale |
| B03_2_gli imprenditori possono avviare/iscrivere una nuova impresa sostenendo costi limitati |
| B04_le nuove imprese possono ottenere la maggior parte delle autorizzazioni e permessi in circa una settimana |
| B05_l'ammontare di imposte e tasse non è un peso eccessivo per le startup e le aziende in fase di crescita iniziale |
| B06_il sistema di tassazione e regolamentazione per le startup e le aziende in fase di crescita iniziale è chiaro e coerente |
| 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 |
| Area C: PROGRAMMI PER L'IMPRENDITORIALITÀ. NEL NOSTRO PAESE... |
| 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 |
| C02_i parchi scientifici/tecnologici sono attivi e forniscono un supporto effettivo a startup e aziende in fase di crescita iniziale |
| C02_2_gli incubatori sono attivi e forniscono un supporto effettivo a startup e ad aziende in fase di crescita iniziale |
| 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 incoraggia la creatività, l'autosufficienza e l'iniziativa personale |
| D02_l'istruzione primaria e secondaria fornisce una preparazione adeguata sui principi e sul funzionamento dei mercati e dell'economia |
| D03_l'istruzione primaria e secondaria fornisce 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 |
| Area E: TRASFERIMENTO TECNOLOGICO. NEL NOSTRO PAESE... |
| 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 |
| 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 |
| E03_startup e aziende in fase di crescita iniziale possono avere accesso alle tecnologie più innovative |
| E04_ci sono adeguati sussidi pubblici per permettere a startup e aziende in fase di crescita iniziale l'accesso a nuove tecnologie |
| E05_contesto scientifico e tecnologico supportano efficacemente l'avvio di eccellenze imprenditoriali a livello internazionale in almeno un'area dell'innovazione tecnologica |
| E06_esiste un ambiente favorevole a supporto di ingegneri e scienziati che vogliono implementare e commercializzare le loro scoperte attraverso startup |
| Area F: INFRASTRUTTURA COMMERCIALE. NEL NOSTRO PAESE... |
| F01_c'è un numero sufficiente di fornitori e consulenti a supporto di startup e aziende in fase iniziale di crescita |
| F02_startup e aziende in fase iniziale di crescita possono sostenere il costo di fornitori e consulenti |
| F03_è facile per startup e aziende in fase iniziale di crescita disporre di validi fornitori e consulenti |

| |
|--|
| F04_è facile per startup e aziende in fase iniziale di crescita disporre di valida assi-stenza legale e contabile |
| F05_è facile per startup e aziende in fase iniziale di crescita disporre di valido sup-porto dalle banche |
| 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 antitrust 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 utili-ties) 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 co-municazione (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: ASPECTI 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 per-sonale |
| 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 col-lettiva) nel gestire e autodeterminare la propria realizzazione |
| Area SDGs: PERSEGUIMENTO DEI TARGET SUSTAINABLE DEVELOP-MENT 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 perseguitamento 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'IMPRENDITORIALITÀ 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 da permettere alle donne di continuare a svolgere la propria attività anche dopo aver creato una famiglia |
| P02_la legislazione a favore dell'imprenditorialità 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 |
| AREA AI: INTELLIGENZA ARTIFICIALE (AI) E IMPRENDITORIALITÀ. NEL NOSTRO PAESE... |
| AI01_fra gli imprenditori è diffusa la consapevolezza sulla necessità di sviluppare e implementare soluzioni di AI |
| AI02_attualmente nell'ambiente produttivo è diffusa la consapevolezza sulla necessità di sviluppare e implementare soluzioni di AI |
| AI03_startup e aziende in fase di sviluppo includono consapevolmente soluzioni di AI nel proprio business model |
| AI04_redditività e crescita di lungo periodo delle aziende ad alto potenziale dipendono dalla fattiva implementazione di soluzioni di AI |
| AI05_i dipendenti sono consapevoli della necessità di sviluppare competenze di AI |
| AI06_lo sviluppo di competenze di AI da parte dei dipendenti è un fenomeno diffuso |
| AI07_i dipendenti hanno competenze di AI adeguate a quanto attualmente necessario per il proprio ruolo |
| AI08_competenze e conoscenze in ambito AI fanno parte dell'offerta formativa post-scuola dell'obbligo |
| AI09_le opportunità di formazione in ambito AI sono ampiamente disponibili per gli imprenditori e i loro dipendenti |
| AI10_la Pubblica Amministrazione favorisce l'implementazione di soluzioni di AI, per esempio attraverso sussidi, formazione offerta agli imprenditori, e altri strumenti |
| AI11_la Pubblica Amministrazione promuove attivamente l'adozione di soluzioni AI |
| AI12_cybersicurezza e tutela della privacy sono dovutamente considerate quando si discute di implementazione di soluzioni di AI nelle aziende |
| AI13_i clienti sono generalmente accoglienti e ricettivi di fronte a strumenti e soluzioni di AI e si fidano dei relativi algoritmi |
| AI14_media (e social media) danno risalto alle implicazioni etiche dei processi decisionali che coinvolgono le soluzioni di AI |

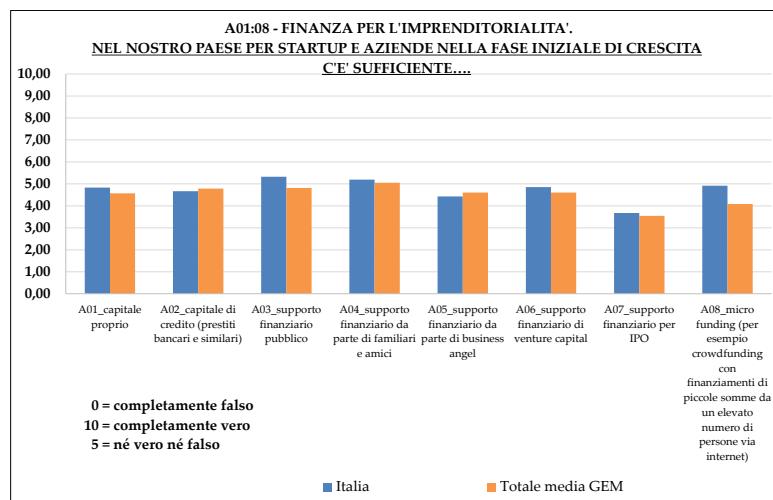
L'analisi delle principali risultanze del NES ha permesso di comprendere le aree dove si palesano, in base al campione di esperti interpellati, le migliori e le peggiori performance dell'Italia.

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

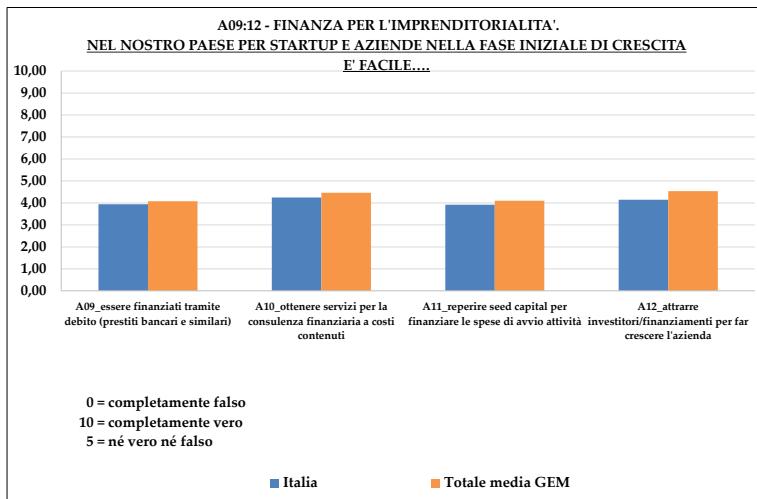
Per il finanziamento di nuove imprese emerge, come nella passata rilevazione, un sostanziale allineamento dell'Italia con la media GEM, con alcune sotto-aree che sovraperfornano e altre che sottoperfornano la media stessa (Figura 41 e 42).

Figura 41 – NES – Finanza per l'Imprenditorialità, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree A01:A08



Fonte: Indagine NES per GEM 2024

Figura 42 – NES – Finanza per l’Imprenditorialità, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree A09:A12

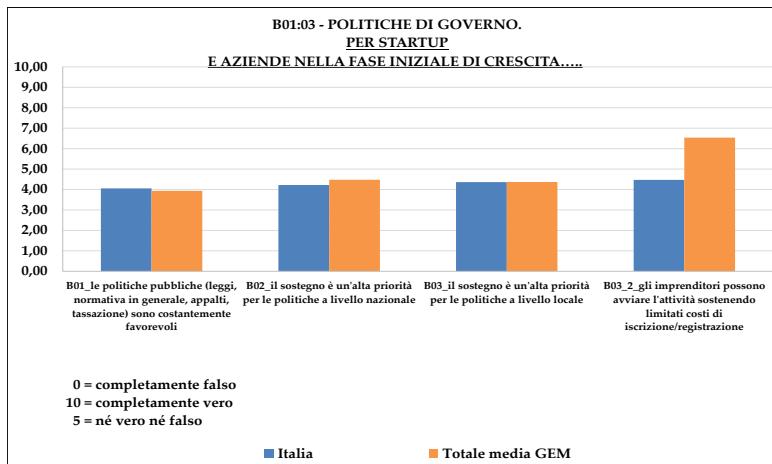


Fonte: Indagine NES per GEM 2024

Area B – Politiche di Governo

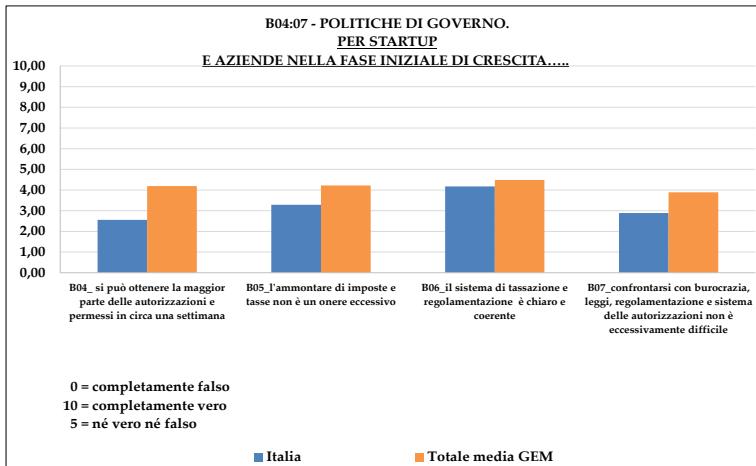
Come già scritto, l’Italia evidenzia valori inferiori al livello di indifferenza in tutti i sotto-ambiti dell’area delle politiche di governo. Inoltre, il sotto-ambito relativo alla possibilità per le nuove imprese di ottenere la maggior parte delle autorizzazioni e permessi in circa una settimana è quello in cui si registra per l’Italia il livello più basso in assoluto (circa 2,6), per il quale, fra l’altro, si osserva anche una sensibile differenza negativa rispetto alla media GEM; tale performance, sensibilmente inferiore alla media degli altri Paesi, si riscontra anche nel sotto-ambito relativo ai costi di registrazione per l’avvio di nuove imprese.

Figura 43 – NES – Politiche di Governo, Italia vs Media totale GEM, sotto aree B01:B03



Fonte: Indagine NES per GEM 2024

Figura 44 – NES – Politiche di Governo, Italia vs Media totale GEM, sotto aree B04:B07

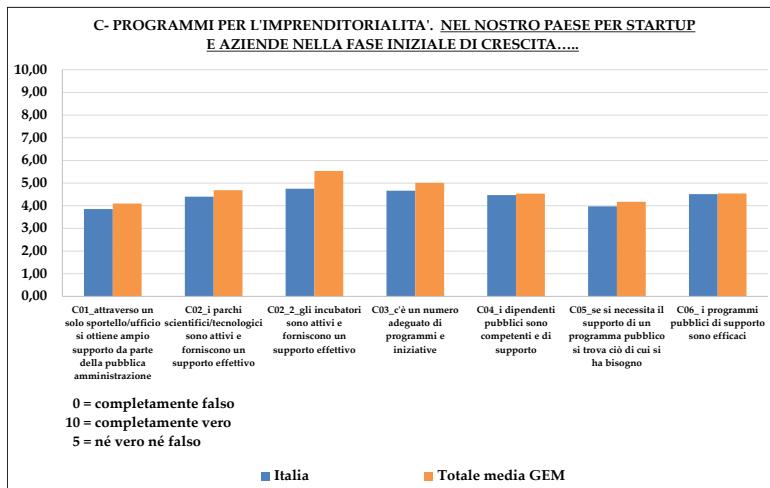


Fonte: Indagine NES per GEM 2024

Area C – Programmi per l’Imprenditorialità

Per i programmi per l’imprenditorialità si rileva un sostanziale allineamento fra l’Italia e la media, sebbene non vi sia nessun sotto ambito per l’Italia che registri una performance migliore rispetto alla media GEM, e tutti i sotto-ambiti registrano valori inferiori al livello di indifferenza (Figura 45).

Figura 45 – NES – Programmi per l’Imprenditorialità, Italia vs Media totale GEM



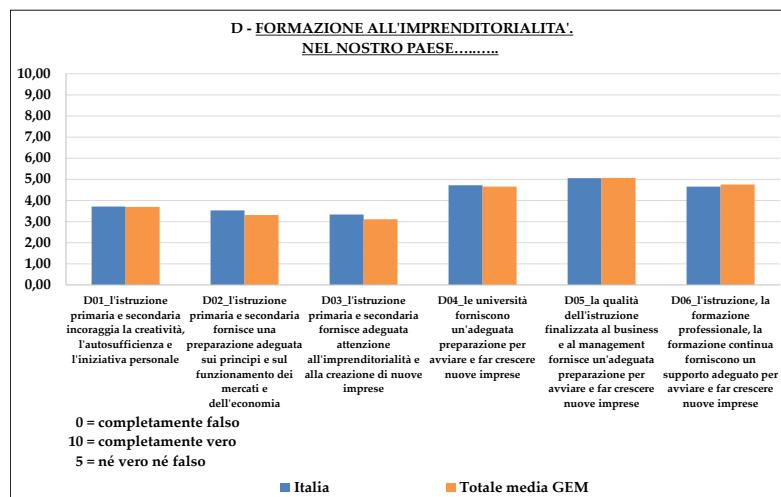
Fonte: Indagine NES per GEM 2024

Area D – Formazione all’Imprenditorialità

Il sostanziale allineamento fra Italia e media GEM vale anche per l’area relativa alla formazione all’imprenditorialità (Figura 46). Rispetto allo scorso anno, quando ogni sotto-ambito era inferiore al livello di indifferenza, la nuova rilevazio-

ne mostra come in uno dei sei sotto-ambiti dell'area (qualità dell'istruzione nelle materie di business e management rispetto alla finalità dell'adeguata preparazione per avviare e far crescere nuove imprese) venga ora percepito un valore superiore a tale soglia.

Figura 46 – NES – Formazione all'Imprenditorialità, Italia vs Media totale GEM

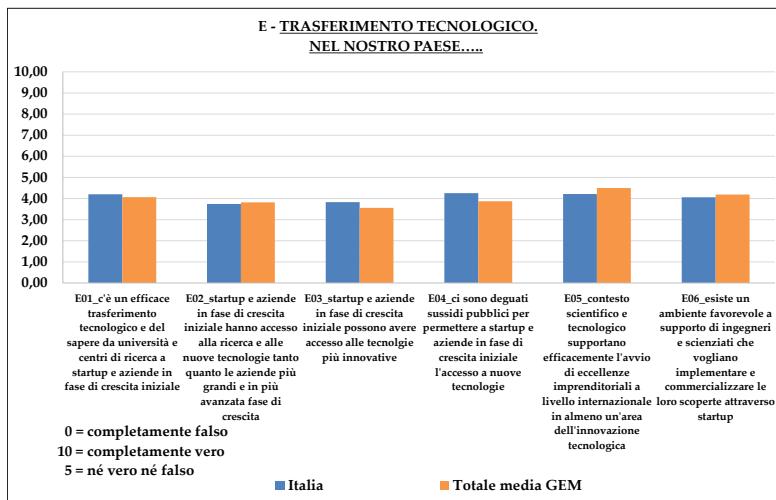


Fonte: Indagine NES per GEM 2024

Area E – Trasferimento Tecnologico

Per il trasferimento tecnologico si osserva un'equivalenza nel numero di sotto-ambiti in cui l'Italia, comparata alla media GEM, registra un valore inferiore rispetto a quelli in cui si ha un valore superiore, anche se, come precedentemente scritto, in nessun sotto-ambito dell'area si raggiunge il livello di indifferenza fra contesto sfavorevole e favorevole (Figura 47).

Figura 47 – NES – Trasferimento Tecnologico, Italia vs Media totale GEM

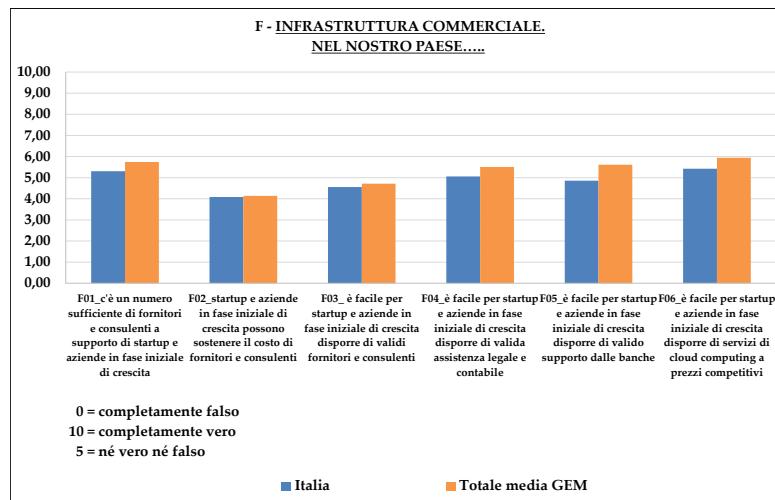


Fonte: Indagine NES per GEM 2024

Area F – Infrastruttura Commerciale

Per le infrastrutture commerciali si osserva invece la sistematica sottoperformance del nostro Paese rispetto alla media, ma con 3 sotto-ambiti su 6 al di sopra del livello di indifferenza (Figura 48).

Figura 48 – NES – Infrastruttura Commerciale, Italia vs Media totale GEM

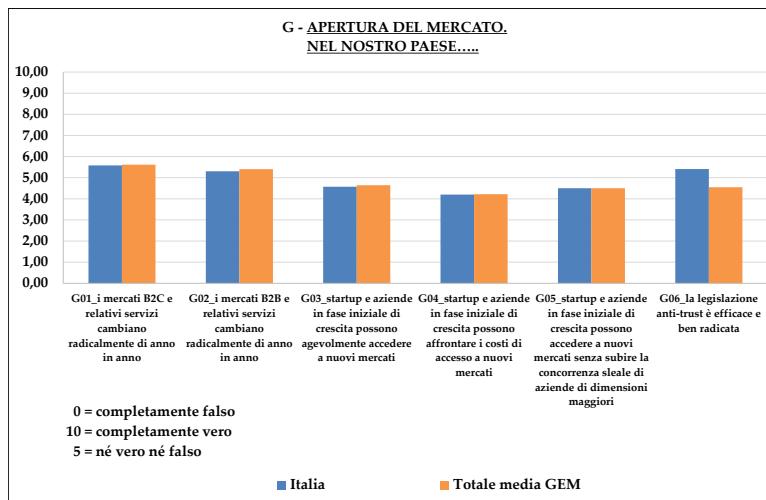


Fonte: Indagine NES per GEM 2024

Area G – Apertura del Mercato

Nell’ambito apertura del mercato si segnala che, rispetto allo scorso anno – quando l’Italia non aveva alcun sotto-ambito con un livello superiore a quello di indifferenza fra contesto favorevole e sfavorevole e in 4 sotto-ambiti su 6 risultava inferiore alla media dei Paesi GEM – quest’anno vi sono 3 sotto-ambiti su 6 con valore superiore all’indifferenza ma solo in 1 dei 6 il nostro Paese mostra un livello superiore a quello della media Paesi GEM (Figura 49).

Figura 49 – NES – Apertura del Mercato, Italia vs Media totale GEM

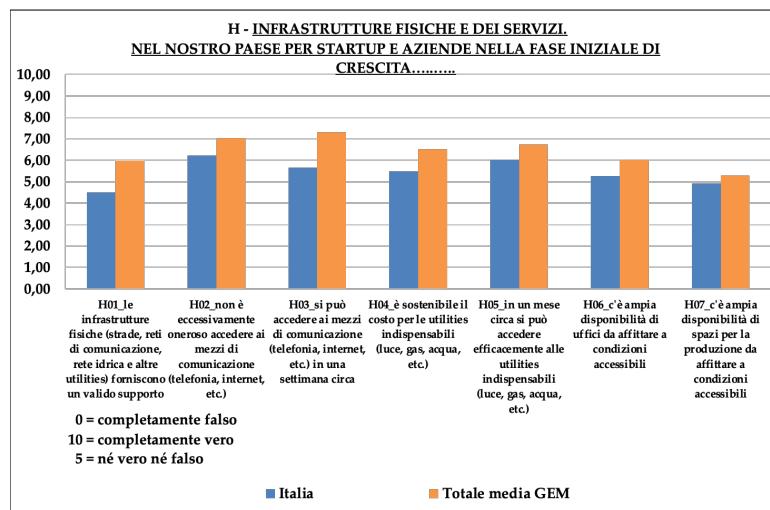


Fonte: Indagine NES per GEM 2024

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, che era il sotto-ambito più elevato in assoluto anche nella passata rilevazione) e comunque, per 5 sotto-aree su 7 (lo scorso anno per 6 su 7), livelli superiori a quello di indifferenza fra scenario favorevole e sfavorevole. Tuttavia, in nessuna delle sotto-aree l'Italia supera la media GEM (Figura 50), confermando sostanzialmente lo stesso posizionamento relativo (lo scorso anno la media degli esperti nazionali superava quella totale dei Paesi GEM in 1 sotto-ambito dei 7 dell'area).

Figura 50 – NES – Infrastrutture Fisiche e dei Servizi, Italia vs Media totale GEM

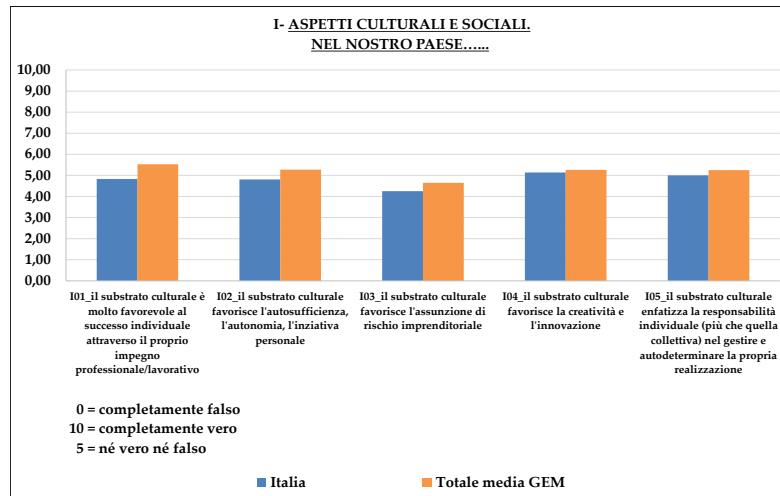


Fonte: Indagine NES per GEM 2024

Area I – Aspetti Culturali e Sociali

Continua a non apparire adeguato, sia a livello assoluto che rispetto alla media GEM, il contesto culturale e sociale ai fini di una spinta all'imprenditorialità (Figura 51). Va tuttavia segnalato che, mentre lo scorso anno nessuno dei sotto-ambiti mostrava un livello almeno pari al livello di indifferenza, quest'anno ciò accade per 2 sotto-ambiti su 5.

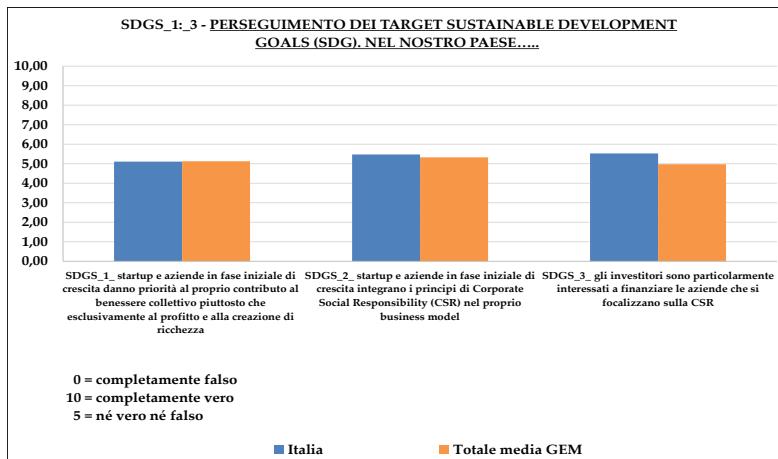
Figura 51 – NES – Aspetti Culturali e Sociali, Italia vs Media totale GEM



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

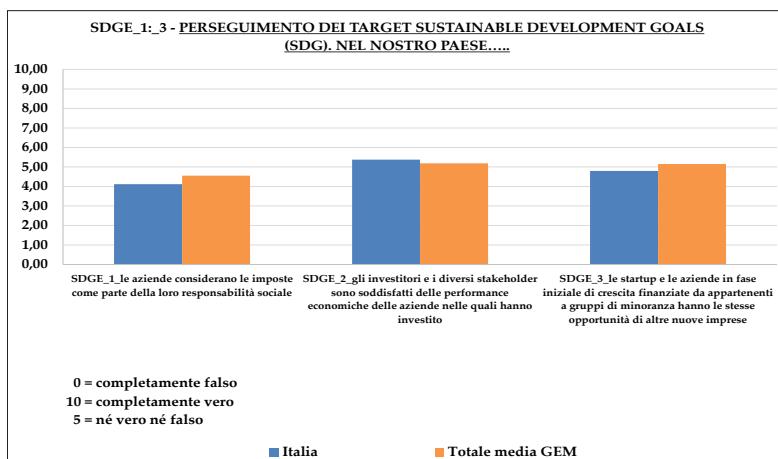
Per il perseguimento dei target SDG, la sintesi che emerge dai grafici relativi ai diversi gruppi di sotto-aree è quella di una performance italiana in linea con la media GEM. Sebbene il distacco fra Italia e media GEM sia sempre limitato, si segnala comunque che, mentre lo scorso anno il livello italiano era superiore a quello medio GEM in 6 sotto-ambiti su 13, quest'anno ciò avviene per 10 sotto-aree sulle 13 totali (Figure 52, 53, 54, 55).

Figura 52 – NES – Perseguimento Target SDG, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree SDGS_1:SDGS_3



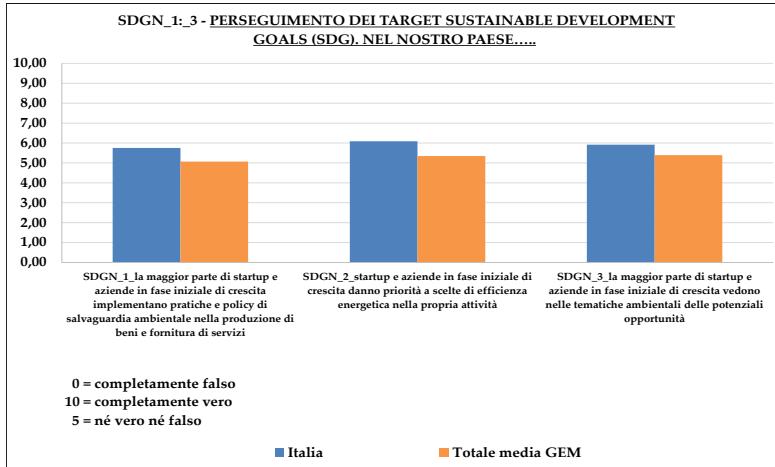
Fonte: Indagine NES per GEM 2024

Figura 53 – NES – Perseguimento Target SDG, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree SDGE_1:SDGE_3



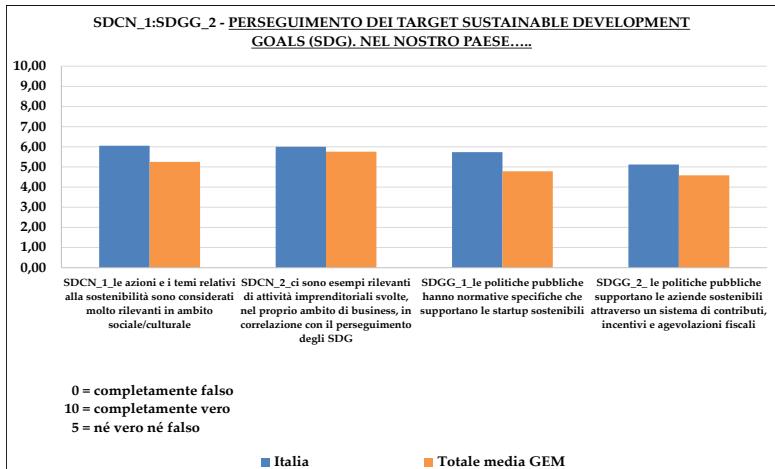
Fonte: Indagine NES per GEM 2024

Figura 54 – NES – Perseguimento Target SDG, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree SDGN_1:SDGN_3



Fonte: Indagine NES per GEM 2024

Figura 55 – NES – Perseguimento Target SDG, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree SDCN_1:SDGG_2

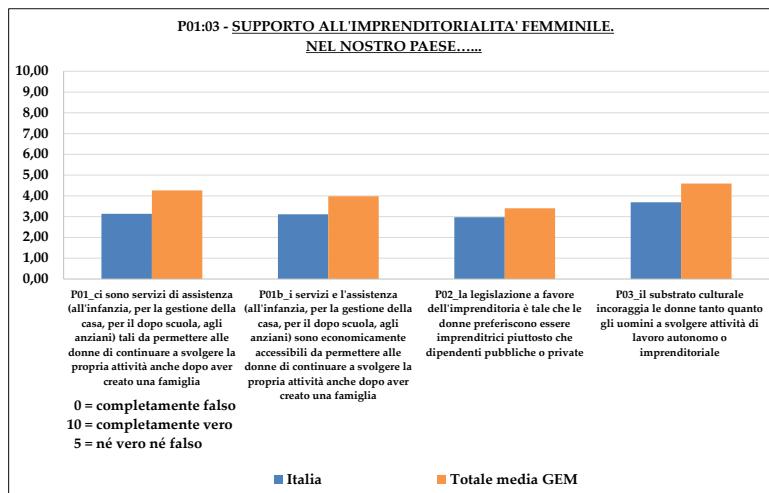


Fonte: Indagine NES per GEM 2024

Area P – Supporto all’Imprenditorialità Femminile

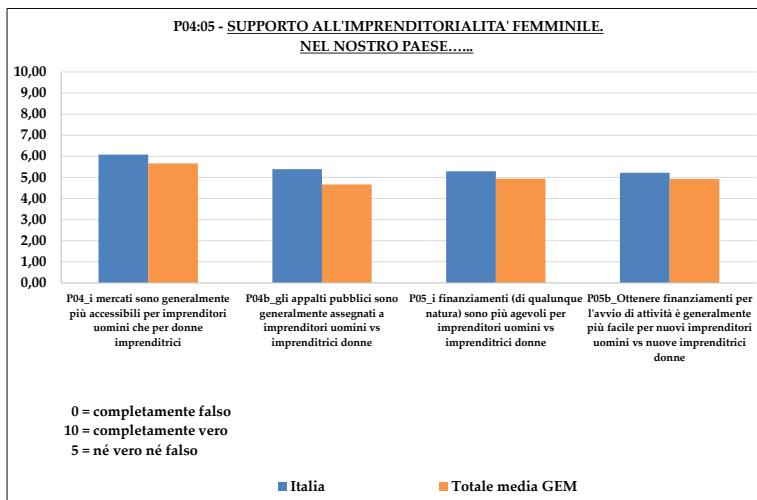
Come per la passata edizione, va registrato che, per quanto riguarda il supporto all’imprenditorialità femminile, l’Italia evidenzia una performance inferiore rispetto alla media GEM in ognuna delle sotto-aree, tenuto conto che per le sotto-aree P04 e P05 il punteggio più elevato implica una maggiore difficoltà delle donne imprenditrici rispetto agli uomini (Figure 56 e 57).

Figura 56 – NES – Supporto all’Imprenditorialità Femminile, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree P01:P03



Fonte: Indagine NES per GEM 2024

Figura 57 – NES – Supporto all’Imprenditorialità Femminile, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree P04:P05

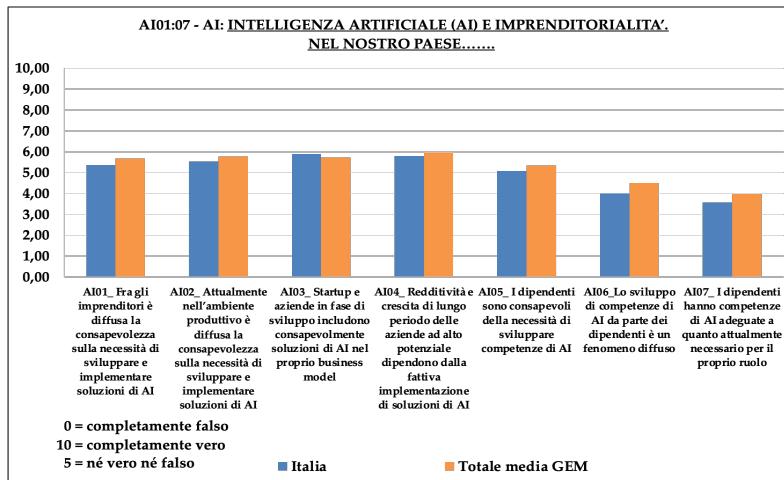


Fonte: Indagine NES per GEM 2024

Area AI – Intelligenza Artificiale (AI) e Imprenditorialità

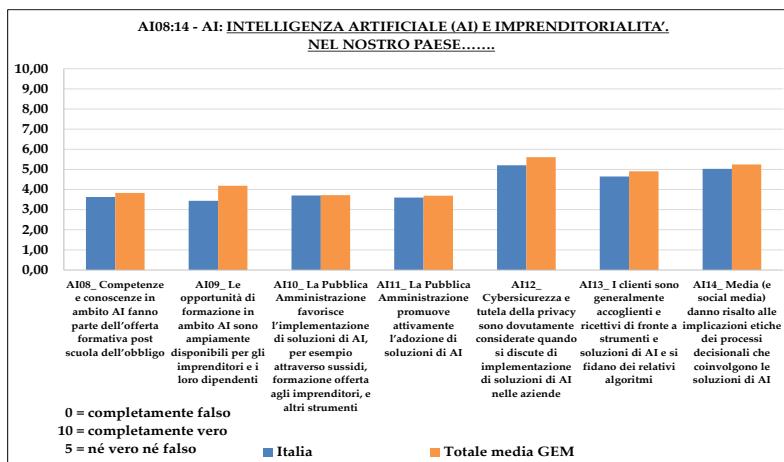
Per tale nuova area, in assenza di un possibile confronto con la precedente rilevazione, si evidenzia una performance del nostro Paese superiore al livello di indifferenza in circa la metà dei 14 sotto-ambiti analizzati, sebbene in 1 solo di essi la nostra performance risulti migliore della media GEM (Figure 58 e 59).

Figura 58 – NES – Intelligenza Artificiale e Imprenditorialità, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree AI01:AI07



Fonte: Indagine NES per GEM 2024

Figura 59 – NES – Intelligenza Artificiale e Imprenditorialità, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree AI08:AI14



Fonte: Indagine NES per GEM 2024

L'IA e i Big Data stanno trasformando la ricerca e la pratica imprenditoriale, evidenziando sia le opportunità sia le sfide etiche associate a questa evoluzione (Obschonka & Audretsch, 2020). Gli imprenditori possono utilizzare l'IA per migliorare le loro decisioni e azioni nel perseguire opportunità potenziali di guadagno produttivo, per loro stessi e per gli stakeholder, l'ambiente naturale e la società (Shepherd & Majchrzak, 2022). L'IA ha profonde implicazioni per l'imprenditorialità e, in particolare, ha un impatto positivo sugli imprenditori in quattro modi: attraverso le opportunità, il processo decisionale, le performance e l'educazione e la ricerca (Giuggioli & Pellegrini, 2023).

Gli esperti nazionali intervistati

Gianpaolo Basile è Professore Associato di Economia e Gestione dell'Impresa presso l'Universitas Mercatorum, dove è anche delegato alla Terza Missione, e Docente per l'insegnamento di Economia e Strumenti di Gestione d'Impresa presso l'Università Sapienza di Roma, Dipartimento CORIS.

Sara Bolognini è Innovation Manager presso l'Ufficio di Trasferimento Tecnologico di Universitas Mercatorum.

Sebastian Caputo è CEO e co-founder di 012 Factory, Innovation Hub, incubatore per startup riconosciuto dal Ministero dello Sviluppo Economico e primo centro di contaminazione in Italia. Ha fondato Economisti d'impresa, un network del mondo professionale, imprenditoriale e accademico. Mentor dell'Academy imprenditoriale 012 Factory, è nel direttivo nazionale dell'Associazione Economia di Impresa. Team member e Organizer di Tedx Caserta, è attualmente membro del Consiglio di Amministrazione del Digital Innovation Hub CNA Campania.

Mirco Carloni è membro della Camera dei Deputati italiana. Ha rivestito la doppia carica di vicepresidente della Regione Marche e di assessore alle attività produttive dal 2020 al 2022.

Francesca Maria Cesaroni è Professoressa Ordinaria di Economia aziendale presso il Dipartimento di Economia, Società e Politica dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo.

Vito Saverio Cicoira è analista finanziario Invitalia.

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.

Elisabetta Cucchiara, sviluppatore aziendale presso Digital-hub, il distretto dell'innovazione che si occupa di offrire servizi innovativi per aziende e manager.

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

Gaetano Fausto Esposito, Economista, si occupa di analisi economica e dei processi di industrializzazione delle imprese. È Direttore dell'Istituto Tagliacarne. È stato Segretario Generale delle Camere di Commercio italiane all'Estero.

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.

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

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 ed è direttore dell'entrepreneurship hub presso la Bologna Business School.

Claudio Gagliardi è vicesegretario generale di Unioncamere – Area Politiche Attive del Lavoro e Responsabile Unioncamere per la realizzazione del RUNTS "Registro Unico Nazionale del Terzo Settore" del Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali. È anche Responsabile nazionale del progetto Excelsior – Sistema Informativo per l'occupazione e la formazione, Membro del Comitato Scientifico di Randstad Research (dal 2019) e Membro della Consulta scientifica della Scuola Centrale Formazione (SCF) (dal 2022).

Rodolfo Giampieri è Presidente dell'Autorità di Sistema Portuale del Mare Adriatico Centrale ed è stato Presidente della Camera di Commercio di Ancona.

Alberto Giusti è advisor, investor e lecturer partner della 24Ore Busi-

ness School. Ha fondato e gestito alcune Internet Company in Italia, Inghilterra e Svizzera e si è occupato di consulenza strategica e formazione in ambito Digital. È uno dei fondatori del movimento Digital Building Blocks per la trasformazione digitale dei Manager italiani, abilitandoli a diventare Chief Digital Officer. È Director dell'European Crowdfunding Center, un centro di competenza sul Crowdfunding.

Massimo Filippo Mancini è Family Banker presso Mediolanum. Dario Mandarano è Chief Executive Officer presso Machiper-Oprema. Antonio Giuseppe Martiniello è Architetto e Fondatore di Officine Keller. 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.

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).

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.

Tiziana Murgia è Executive presso Assoporti.

Simone Orsini è responsabile spin-off nell'Ufficio di Trasferimento Tecnologico dell'Università Politecnica delle Marche.

Sara Pappalardo è Marketing Manager presso Curaprox.

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

Palmina Jasmin Petti è General manager di Fondazione Vittorio Ocorsio ETS e Docente universitario a contratto presso Universitas Mercatorum.

Fulvio Pozzodivalle Fati è Avvocato e offre assistenza e consulenza alle imprese con particolare riferimento alla contrattualistica nei

settori commerciali, della cooperazione industriale e degli appalti internazionali.

Alberto Romano è Innovation Manager presso l’Ufficio di Trasferimento Tecnologico di Universitas Mercatorum.

Francesca Spigarelli è Professoressa ordinaria di Economia Applicata presso il Dipartimento di Giurisprudenza dell’Università di Macerata. Si occupa di economia industriale, economia dell’innovazione ed economia politica.

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 ed editorialista.

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

Giovanna Truda è professore associato in Sociologia del diritto presso il Dipartimento di Scienze Politiche e della comunicazione (DiSPC), dell’Università degli Studi di Salerno.

Vincenzo Vietri è CEO di Skills e Co-founder di Enzima 12, e si occupa di servizi per la formazione e per il lavoro.

Donatella Visconti è Consigliere di Amministrazione di una azienda quotata, Componente Advisory board 1OAK Financial Group, Consulente del Presidente Osservatorio politiche contrasto criminalità economica.

Sandro Zilli è innovation manager e project manager e si occupa di business transformation, in un’ottica di innovazione e di digitale.

Riferimenti bibliografici

- Abbasianchavari, A., & Moritz, A. (2019). The impact of role models on entrepreneurial intentions and behavior: A review of the literature. *Management Review Quarterly*, 69(1), 1-40. <https://doi.org/10.1007/s11301-019-00179-0>
- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105-123.
- Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2017). Entrepreneurial ecosystems in cities: Establishing the framework conditions. *Journal of Technology Transfer*, 42, 1030-1051. <https://doi.org/10.1007/s10961-016-9473-8>
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Baraldi, E., & Ingemannson Havenvid, M. (2017). Identifying new dimensions of business incubation: A multi-level analysis of Karolinska Institute's incubation system. *Technovation*, 59, 18-28. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2016.12.004>
- Baumol, W.J. (1968). Entrepreneurship in economic theory. *The American Economic Review*, 58, 2, papers and proceedings, 64-71.
- Becattini, G. (2009). Ritorno al territorio, Il Mulino, Bologna.
- Becattini, G. (2000). Dal "miracolo economico" al "made in Italy". *Economia Marche*, n. 1.

- Becattini, G. (2000). Il distretto industriale: un nuovo modo di interpretare il cambiamento economico, Rosenberg & Sellier, Torino.
- Bernardez, M. (2008). Minding the business of business: tools and models to design and measure wealth creation. *PII Review*, 12-49.
- 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.
- Cainelli, G., Iacobucci, D., & Micozzi, A. (2020). Discouraged entrepreneurs and persistence in local entrepreneurship. The Italian case, 2001-2008. *Industria*, 41(1), 155-172.
- Cerqueti, R., Lucarelli, C., Marinelli, N., & Micozzi, A. (2020). Teams in new ventures: gender, human capital and motivation. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 12(1), 51-72. <https://doi.org/10.1108/IJGE-07-2019-0115>
- Cohen, B. (2016). How to accelerate sustainability entrepreneurship: A regional ecosystem perspective. *MIT Sloan Management Review*, 57(4), 96-102.
- 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*.
- Commissione Europea (2018). *EntreComp into Action: Get Inspired, Make it Happen*. Publications Office of the European Union.
- Commissione europea, Piano d'azione imprenditorialità 2020. Ri-lanciare lo spirito imprenditoriale in Europa, Bruxelles 2013.
- DeNoble, A., Ehrlich, S., & Singh, G. (2007). Toward the development of a family business self-efficacy scale: A resource-based perspective. *Family Business Review*, 20(2), 127-140.
- De Toni, A.F., Esposito, G.F., Meda, M. (2023). *Strategie e politiche di formazione nelle imprese familiari*, FrancoAngeli, Milano.

- Di Vaio, A., Hassan, R., Chhabra, M., Arrigo, E., & Palladino, R. (2022). Sustainable entrepreneurship impact and entrepreneurial venture life cycle: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 378, 134469.
- Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119791. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119791>
- Fasone, V., & Puglisi, M. (2019). Imprenditori e rischio: una review sistematica della letteratura con focus sulla piccola impresa. *Piccola Impresa/Small Business*, (2), 34-54. <https://doi.org/10.1459-6/pisb.2787>
- Fuà, G. (1985). Problemi dello sviluppo tardivo in Europa, Il Mulino, Bologna.
- Giuggioli, G., & Pellegrini, M.M. (2023). Artificial intelligence as an enabler for entrepreneurs: a systematic literature review and an agenda for future research. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 29(4), 816-837.
- Greco, A., Romano, G., & Silva, M. (2023). Silver entrepreneurship: A new trend in startups. *Sinergie Italian Journal of Management*, 41(2), 123-140.
- Iacobucci, D., & Micozzi, A. (2014). Territorial differences in entrepreneurial dynamics in Italy. *Industria*, 35(1).
- Ilie, C., Monfort, A., Fornes, G., & Cardoza, G. (2021). Promoting female entrepreneurship: The impact of gender gap beliefs and perceptions. *Sage Open*, 11(2), 21582440211018468.
- Isenberg, D.J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88(6), 40-50. <https://hbr.org/2010/06-the-big-idea-how-to-start-an-entrepreneurial-revolution>
- Isenberg, D.J. (2014, May 12). What an entrepreneurship ecosystem actually is. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2014/05/what-an-entrepreneurial-ecosystem-actually-is>
- Krueger, N.F., & Brazeal, D.V. (1994). Entrepreneurial potential and

- potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104. <https://doi.org/10.1177/104225879401800307>
- Le, T.T., Doan, X.H., & Duong, C.D. (2023). A serial mediation model of the relation between cultural values, entrepreneurial self-efficacy, intentions and behaviors: Does entrepreneurial education matter? A multi-group analysis. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(2), 100064.
- Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variation in entrepreneurial cognitions: Startup intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(3-4), 187-215. <https://doi.org/10.1080/08985626.2011.557431>
- Malecki, E.J. (2011). Connecting local entrepreneurial ecosystems to global innovation networks: Open innovation, double networks and knowledge integration. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 14(1), 36-59. <https://doi.org/10.1504/IJEIM.2011.040821>
- Moore, J.F. (1993). Predators and prey: a new ecology of competition. *Harvard Business Review*, 71(3), 75-86.
- Neneh, B. N., & Dzomonda, O. (2024). The moderating role of commitment and internal locus of control in the entrepreneurial intention-action gap among university students. *Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 35(1), 55-72.
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of vocational behavior*, 110, 403-419.
- Obschonka, M., & Audretsch, D.B. (2020). Artificial intelligence and big data in entrepreneurship: a new era has begun. *Small Business Economics*, 55, 529-539. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00202-4>
- OECD, Gender equality in education, employment and entrepreneurship. Final Report to the MCM 2012, 23-24 May 2012, Paris.
- Oliveira, A., & Rua, O. (2018). From intention to entrepreneurial

- action: Assessing the impact of barriers on the entrepreneurial process. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(4), 657-675. <https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2017-0066>
- Roos, S., & Botha, M. (2022). The role of contextual factors in bridging the entrepreneurial intention-action gap: Evidence from agricultural entrepreneurs in South Africa. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(2), 345-362. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-03-2021-0274>
- Schumpeter, J. (1977). Teoria dello sviluppo economico, Sansoni, Firenze.
- Shepherd, D.A., & Majchrzak, A. (2022). Machines augmenting entrepreneurs: Opportunities (and threats) at the Nexus of artificial intelligence and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 37(4), 106227.
- Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49-72. <https://doi.org/10.1111/etap.12167>
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Sympathetic Critique. *European Planning Studies* 23(9): 1759-1769. <https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484>
- Van de Ven, A.H. (1993). The development of an infrastructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 211-230. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90028-4](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90028-4)

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 in 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.

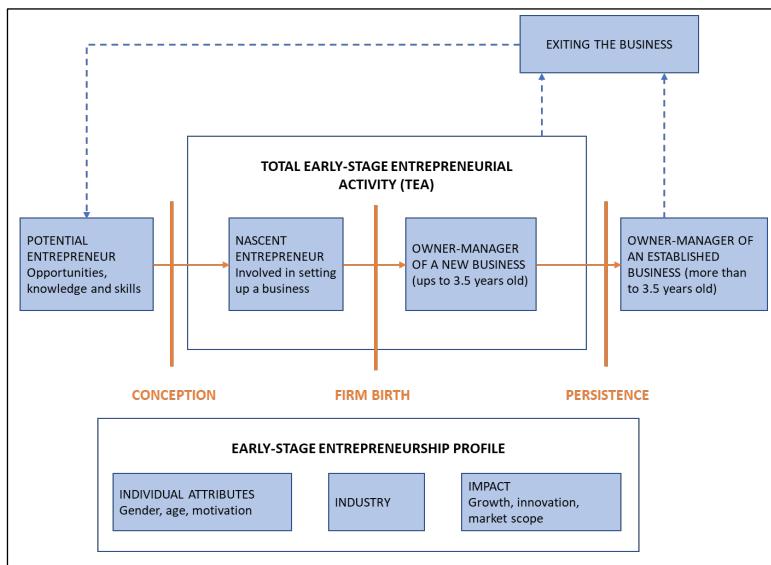
Il progetto GEM concepisce ed analizza l’imprenditorialità come un processo composto da diverse fasi che comprendono: l’intenzione di avviare una nuova attività, la creazione della nuova impresa, la gestione della nuova impresa fino al momento della eventuale chiusura. Lo spettro dell’attività imprenditoriale 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 nel momento in cui sono generate 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 di 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) | 22 |
| Figura 2 – Iscrizioni di nuove imprese in Italia (valori assoluti) | 23 |
| Figura 3 – Andamento della propensione imprenditoriale in Italia (valori %) | 25 |
| Figura 4 – Distribuzione delle province per propensione imprenditoriale nel 2014 e nel 2024..... | 27 |
| Figura 5 – Intende avviare un’impresa nei prossimi tre anni (% popolazione adulta), 2024 | 32 |
| Figura 6 – Fattori di contesto per l’attività imprenditoriale (% della popolazione adulta) – 2024 | 33 |
| Figura 7 – Nel proprio Paese è semplice avviare un’impresa (% della popolazione adulta che è d’accordo con l’affermazione), 2024 | 34 |
| 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), 2024..... | 35 |
| Figura 9 – Opportunità, capacità percepite e paura di fallire (% della popolazione adulta), 2024 | 36 |
| Figura 10 – Andamento della paura di fallire, opportunità percepite, conoscenze e capacità percepite, 2007-2024 | 37 |
| Figura 11 – Andamento della paura di fallire, opportunità percepite, conoscenze e capacità percepite, per genere, 2007-2024..... | 38 |
| Figura 12 – TEA (Total Entrepreneurial Activity) nel 2024 (% della popolazione adulta) e EBO (Established Business Ownership) | 40 |
| Figura 13 – Relazione tra la percentuale di adulti che avviano o gestiscono una nuova attività (TEA) o che possiedono un’attività già avviata (EBO) e il PIL (GDP – Gross Domestic Product) pro capite | 41 |
| Figura 14 – TEA: attivazione imprenditoriale per opportunità e per necessità..... | 42 |
| Figura 15 – Scomposizione del TEA (valori %)..... | 45 |
| Figura 16 – Andamento delle attività cessate, delle attività consolidate e del TEA 2007-2024 | 46 |

| | |
|---|----|
| Figura 17 – Attivazione imprenditoriale per classi di età, 2024 | 47 |
| Figura 18 – TEA per classi di età (% sugli adulti della classe di età) | 48 |
| Figura 19 – Confronto dei valori del TEA laureati e non laureati per Paese, 2024..... | 49 |
| Figura 20 – TEA per livello di istruzione (valori %), 2024..... | 50 |
| Figura 21 – Attivazione imprenditoriale e occupazione, 2024..... | 52 |
| Figura 22 – Le classi di reddito degli intervistati e la differenza tra imprenditori e non imprenditori per classi di reddito, 2024..... | 54 |
| Figura 23 – Occupati coinvolti nell'imprenditorialità interna (% sulla popolazione adulta), 2024 | 56 |
| Figura 24 – Percentuale degli intervistati che investirebbe in un'attività gestita da altri (% della popolazione adulta)..... | 57 |
| Figura 25 – TEA per incremento degli occupati fino a 6 posti di lavoro, 2024 | 59 |
| Figura 26 – Aspettativa di crescita dell'occupazione delle imprese nascenti | 60 |
| Figura 27 – Percentuale delle nuove iniziative (TEA) che dichiarano di introdurre prodotti nuovi per il mercato | 61 |
| Figura 28 – Settori delle imprese nascenti..... | 63 |
| Figura 29 – Percentuale di imprenditori che hanno avviato iniziative per ridurre l'impatto ambientale della propria impresa | 65 |
| Figura 30 – Percentuale di imprenditori che hanno avviato iniziative per ridurre l'impatto sociale della propria impresa | 65 |
| Figura 31 – Correlazione tra la percentuale di imprenditori nascenti che agiscono per massimizzare l'impatto sociale e la percentuale di quelli che provano a minimizzare l'impatto ambientale delle proprie imprese | 66 |
| Figura 32 – TEA per genere e per Paese | 68 |
| Figura 33 – Differenza assoluta tra il TEA per imprenditori maschi e il TEA per imprenditrici donne | 68 |
| Figura 34 – Established business owners per genere (% della popolazione adulta)..... | 69 |
| Figura 35 – TEA per genere..... | 70 |
| Figura 36 – Imprenditorialità per genere: necessità e opportunità | 73 |
| Figura 37 – Imprenditorialità per necessità e opportunità per uomini e donne..... | 74 |
| Figura 38 – Imprenditorialità per genere | 75 |
| Figura 39 – National Entrepreneurship Context Index (NECI), confronto Italia – media Paesi Level A per singoli ambiti 2024..... | 85 |
| Figura 40 – Le aree dell'indagine NES..... | 86 |
| Figura 41 – NES – Finanza per l'Imprenditorialità, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree A01:A08..... | 92 |
| Figura 42 – NES – Finanza per l'Imprenditorialità, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree A09:A12..... | 93 |
| Figura 43 – NES – Politiche di Governo, Italia vs Media totale GEM, sotto aree B01:B03 | 94 |

| | |
|--|-----|
| Figura 44 – NES – Politiche di Governo, Italia vs Media totale GEM, sotto aree B04:B07 | 94 |
| Figura 45 – NES – Programmi per l’Imprenditorialità, Italia vs Media totale GEM | 95 |
| Figura 46 – NES – Formazione all’Imprenditorialità, Italia vs Media totale GEM | 96 |
| Figura 47 – NES – Trasferimento Tecnologico, Italia vs Media totale GEM..... | 97 |
| Figura 48 – NES – Infrastruttura Commerciale, Italia vs Media totale GEM | 98 |
| Figura 49 – NES – Apertura del Mercato, Italia vs Media totale GEM | 99 |
| Figura 50 – NES – Infrastrutture Fisiche e dei Servizi, Italia vs Media totale GEM | 100 |
| Figura 51 – NES – Aspetti Culturali e Sociali, Italia vs Media totale GEM | 101 |
| Figura 52 – NES – Perseguimento Target SDG, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree SDGS_1:SDGS_3..... | 102 |
| Figura 53 – NES – Perseguimento Target SDG, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree SDGE_1:SDGE_3 | 102 |
| Figura 54 – NES – Perseguimento Target SDG, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree SDGN_1:SDGN_3 | 103 |
| Figura 55 – NES – Perseguimento Target SDG, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree SDCN_1:SDGG_2..... | 103 |
| Figura 56 – NES – Supporto all’Imprenditorialità Femminile, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree P01:P03 | 104 |
| Figura 57 – NES – Supporto all’Imprenditorialità Femminile, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree P04:P05 | 105 |
| Figura 58 – NES – Intelligenza Artificiale e Imprenditorialità, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree AI01:AI07..... | 106 |
| Figura 59 – NES – Intelligenza Artificiale e Imprenditorialità, Italia vs Media totale Paesi GEM, sotto aree AI08:AI14..... | 106 |
| Figura 60 – Le fasi dell’attività imprenditoriale considerate nel GEM | 121 |

Gli autori

Claudia Covucci è Assegnista di Ricerca nel progetto PRIN “Entrepreneurial Ecosystem and Business Registration During the COVID-19 Pandemic: A Focus on Female Entrepreneurs” presso il Dipartimento di Economia, Statistica e Impresa dell’Universitas Mercatorum. Autrice di numerosi articoli scientifici pubblicati su riviste accademiche di alta fascia quali *Technology in Society*, *Employee Relations* e *Journal of Consumer Marketing*, le sue ricerche si concentrano su sostenibilità d’impresa, CSR, marketing management e innovazione digitale.

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.

Dominique Lepore è Ricercatrice Tenure Track in Economia Applicata presso l'Universitas Mercatorum, Dipartimento di Statistica, Economia e Impresa. Ha conseguito un dottorato in Economia Applicata presso l'Università di Macerata. La sua ricerca si focalizza principalmente sull'economia dell'innovazione, con particolare attenzione al ruolo degli intermediari dell'innovazione e degli ecosistemi innovativi.

Andrea Mazzitelli è Professore Ordinario 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 della Società e della Comunicazione e Coordinatrice del Dottorato in Sostenibilità e Agenda ESG presso l'Universitas 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 è Responsabile ufficio PNRR dell'Università Politecnica delle Marche e collabora 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.

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 culturale, 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.

Chiara Spinello è Ernest Rutherford Fellow presso il Sub-Department of Astrophysics dell’Università di Oxford e Physics Tutor al Christ Church College.

Ha conseguito il dottorato di ricerca presso il Kapteyn Institute di Groningen con la distinzione “cum laude”.

È principal investigator di diversi progetti di ricerca e consorzi internazionali e ha ottenuto diversi finanziamenti europei e non (come, ad esempio, la Marie Skłodowska-Curie Astrofit2 Fellow-ship nel 2017 o Science and Technology Facility Council Uk Grant nel 2024).

Ha all’attivo più di 100 pubblicazioni in giornali di astrofisica e fisica. Esperta in astrofisica extra-galattica e cosmologia, machine learning e big data, è attivamente impegnata nell’empowerment femminile e nella promozione delle donne nelle materie STEM.

Maria Zifaro è Professore Associato di Organizzazione Aziendale presso Universitas Mercatorum di Roma. Svolge attività di ricerca in Gestione delle risorse umane, Diversity Management e cambiamento organizzativo. È autore di lavori monografici ed opere collattanee, nonché di numerosi contributi in convegni nazionali ed internazionali. Svolge attività di formazione in corsi di laurea, master universitari e corsi manageriali per il settore privato e pubblico. È dottore commercialista iscritta all’Albo ODCEC di Pisa, socio ASSIOA (Associazione Italiana di Organizzazione Aziendale) e socio AIDEA (Accademia Italiana di Economia Aziendale).

I leader migliori non perdono mai il gusto di apprendere



Sono superiori ad ogni aspettativa i vantaggi conseguibili mettendo alla prova nuovi approcci e cogliendo nuove idee. Il nostro impegno è selezionare e proporre ai leader e ai manager italiani l'offerta più autorevole di riflessioni, strumenti e casi per ispirarsi professionalmente e contribuire alla crescita propria e della propria organizzazione.

Prendetevi il tempo per arricchire il vostro percorso di carriera scorrendo nelle nostre proposte tutti i temi che possono aiutare le imprese a rinnovarsi con creatività.



Scoprite il nostro catalogo:

Management. Finanza& Amministrazione. Marketing, Pubblicità, Comunicazione, Vendite. Operations. Hr...

Più di 100 novità e oltre 800 titoli
nel più ricco catalogo, scaricabile e sfogliabile gratuitamente:

www.francoangeli.it/cataloghi



Partecipate alla comunità di manager e professionisti che approfitta regolarmente dei nostri aggiornamenti:



Seguici in rete



Sottoscrivi i nostri feed RSS



Iscriviti alle nostre newsletter

FrancoAngeli

a strong international commitment

Our rich catalogue of publications includes hundreds of English-language monographs, as well as many journals that are published, partially or in whole, in English.

The **FrancoAngeli**, **FrancoAngeli Journals** and **FrancoAngeli Series** websites now offer a completely dual language interface, in Italian and English.

Since 2006, we have been making our content available in digital format, as one of the first partners and contributors to the **Torrossa** platform for the distribution of digital content to Italian and foreign academic institutions. **Torrossa** is a pan-European platform which currently provides access to nearly 400,000 e-books and more than 1,000 e-journals in many languages from academic publishers in Italy and Spain, and, more recently, French, German, Swiss, Belgian, Dutch, and English publishers. It regularly serves more than 3,000 libraries worldwide.

Ensuring international visibility and discoverability for our authors is of crucial importance to us.

FrancoAngeli



Il Rapporto GEM (Global Entrepreneurship Monitor) Italia mostra un quadro della dinamica imprenditoriale del Paese con un focus sulla propensione imprenditoriale. L'indagine GEM ha origine nel 1999 dal Babson College (USA) e dalla London Business School (UK) e ha coinvolto più di 100 Paesi nel mondo, divenendo il principale strumento di studio dell'attività imprenditoriale a livello internazionale, con una metodologia stabile e soprattutto confrontabile nel tempo e nello spazio.

I risultati dell'indagine sulla popolazione adulta rappresentano un vero e proprio "frame informativo" che mette a disposizione dei diversi stakeholder i dati raccolti.

L'indagine prende in considerazione i diversi aspetti che influiscono sulla propensione imprenditoriale, sia con riferimento alle variabili demografiche (età, sesso, livello di istruzione, reddito, ecc.) sia con riferimento alle variabili di contesto (burocrazia, accesso al credito, formazione imprenditoriale, sostegno istituzionale, cultura imprenditoriale, ecc.). 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.

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 Universitas Mercatorum. Autrice di numerose pubblicazioni internazionali, ha co-fondato 5 start-up innovative, è Principal Investigator in numerosi progetti di ricerca nazionali e internazionali e responsabile scientifico del Contamination Lab di Universitas Mercatorum. Dal 2023 è anche coordinatrice dell'Unità Italiana del Global Entrepreneurship Monitor.