

Rapporto Irfi-Ermeneia su bar-gelaterie, sartorie e negozi di abbigliamento

Giovani diplomati dietro al bancone

PASSAGGIO GENERAZIONALE

Crescenti richieste di scuole e formazione per preparare i successori al fine di non disperdere il patrimonio accumulato

Due comparti della microimpresa romana, due velocità di sviluppo. Ma una sola, pressante richiesta: un migliore sistema di formazione. Il terzo rapporto Irfi-Ermeneia punta la lente sul settore dei bar-gelaterie e su quello delle aziende di abbigliamento, sartoria e pellicceria. E lo fa con un'indagine su un campione di quasi 700 imprenditori. Dal flash emerge che il primo settore vive un momento di successo: le aziende attive sono aumentate nel 2006 del 6,2% per i bar e del 9,7% per le gelaterie (a fronte di una crescita media generale nel Paese del 2,7%). Mentre il secondo patisce una profonda crisi.

Giovane, diplomato o addirittura laureato, con una forte propensione all'iniziativa è il gestore tipo di un bar romano, identikit che fa a pugni con lo stereotipo dell'anziano barista di quartiere. In questo settore, infatti, nel 15,3% dei casi gli imprenditori non superano i 30 anni. Un gestore su due è diplomato e il 5% è addirittura laureato. Guardando all'età delle aziende, una su tre non ha neppure tre anni alle spalle. Dato, quest'ultimo, che denuncia tanto una grande vitalità quanto una forte fragilità di queste microaziende. Che tendono ad avere vita breve, ma trainata da un forte entusiasmo. Il 60,3% dei gestori, a conferma di questo, percepisce la propria azienda in una fase di "evidente sviluppo" e una percentuale ancora più alta (65,7%) la stima come "sicuramente innovativa".

Una fragilità rispetto alla quale,

comunque, ci sono segnali di reazione. Circa un'impresa su cinque tra quelle intervistate ha alla base una società di capitale.

Tutto diverso nel settore dell'abbigliamento. E tutti diversi i protagonisti: imprenditori anziani che hanno fondato la propria azienda e adesso sono stanchi di portarla avanti.

Il 38,3% degli intervistati vanta tra i 21 e i 50 anni di attività.

Uno su quattro supera i 60 anni (anche di molto) e, nell'84,5% dei casi, in azienda è ancora presente il "padre fondatore".

Ma soprattutto la gran parte degli intervistati vede un futuro breve per la propria attività: uno su tre circa pensa che ci siano difficoltà congiunturali dell'intero settore, mentre il 40% dichiara di avere una propensione innovativa scarsa o nulla. Dato che rivela una "stanchezza imprenditoriale" strisciante. Tutti numeri da leggere in controluce, considerando che, nel 38,3% dei casi, siamo di fronte ad "aziende della tradizione", concentrate nei campi della sartoria e della pellicceria. Campi particolarmente colpiti dal dilagare delle grandi catene commerciali. «Molti di questi imprenditori - spiega Piero Pagnotta, direttore generale dell'Irifi - ci dicono che vorrebbero costituire una scuola per preparare dei successori e non disperdere un patrimonio di grande pregio». Formazione che, in maniera diversa, è preoccupazione centrale anche per i baristi. «Non servono i grandi master - prosegue Pagnotta - ma una formazione "liquida", che parta dal basso e porti alla luce il tessuto delle microimprese, vera ossatura di questa città».

Gi. L.