

nuove aziende

Essere imprenditore nel Cantone Ticino

In questi ultimi anni la Confederazione è diventata attiva in questo campo, dando vita ai progetti "Venturelab", da poco lanciati in Ticino con la collaborazione della SUPSI nell'intento di favorire l'avvio di iniziative aziendali da parte di giovani laureati.

Testo di Adriano Cavadini, consulente economico e aziendale, Docente alla SUPSI



«È il mercato a decidere se un prodotto o un servizio avranno successo, indipendentemente dalle sue qualità e caratteristiche».

ADRIANO CAVADINI, CONSULENTE ECONOMICO E AZIENDALE, DOCENTE ALLA SUPSI

In un precedente articolo avevo parlato dell'imprenditorialità e di quanto si sta facendo in tal senso anche nel nostro Cantone. Una nazione vive e prospera se vi è un continuo ricambio all'interno del suo tessuto economico: un fatto importante perché è normale che tra le aziende esistenti ve ne siano sempre di quelle che scompaiono o riducono drasticamente la loro attività. Queste devono quindi essere sostituite da nuove iniziative. Avviare un'azienda non è facile. Ci vuole coraggio, ma soprattutto ci vuole un'idea imprenditoriale valida in grado di suscitare nei potenziali clienti un sicuro interesse. È il mercato a decidere se un prodotto o un servizio avranno succes-

so, indipendentemente dalle sue qualità e caratteristiche. Spesso si constata come idee che sembrano molto promettenti finiscano nel nulla perché il mercato non le ha trovate interessanti, rispetto ad altri prodotti o servizi più o meno analoghi offerti dalla concorrenza.

Chi vuole avviare un'azienda dovrà avere una solida proposta da sottoporre ai suoi clienti futuri, ma prima di procedere alla fase realizzativa e anche all'avvio di importanti investimenti dovrà cercare di allestire con cura un piano aziendale (business plan) realistico e prudente.

Un elemento fondamentale di un piano aziendale è rappresentato da un'attenta analisi del mercato potenziale che, per essere attendibile, non potrà limitarsi a delle valutazioni sulle future vendite da parte del futuro imprenditore, ma dovrà essere accompagnata da una verifica più mirata ad esempio su un campione di possibili clienti da avvicinare singolarmente per constatare la loro reazione di fronte all'idea imprenditoriale prevista. Se questa verifica darà un risultato incoraggiante allora si potranno completare le valutazioni degli altri elementi del piano aziendale (concorrenza, struttura e organizzazione dell'azienda, risorse umane, investimenti iniziali e d'esercizio, finanziamento, fattibilità economica, analisi delle opportunità e dei rischi, definizione di una strategia per riuscire, ecc...). Alla fine della stesura il piano aziendale dovrebbe poter indicare se l'iniziativa ha buone probabilità di successo o se invece i rischi sono troppo elevati.

Purtroppo, la maggior parte delle nuove imprese non riesce a superare i primi 5 anni di vita; molte nemmeno i primi tre. Spesso il futuro imprenditore non è molto incline a svolgere preventivamente questo lavoro di preparazione che lo obbliga a tradurre in cifre le informazioni raccolte sul mercato e a definire le strategie e le tattiche utili per aumentare le possibilità di successo e anche a ipotizzare quali alternative dovranno essere attuate qualora si verificassero situazioni difficili di emergenza durante i primi anni di vita dell'azienda.

Tra le maggiori cause di insuccesso ricordo in particolare le seguenti: problemi tecnici dei prodotti o servizi offerti, scarsa attenzione agli aspetti economico-finanziari, scarsa conoscenza del mercato e dei comportamenti della clientela, previsioni di vendita completamente sbagliate, sottovalutazione dei mezzi finanziari necessari, in particolare di quelli per far funzionare l'attività corrente dell'azienda, controlli, organizzazione interna e contabile insufficienti, tempi di riuscita sottovalutati, mancato coinvolgimento di collaboratori importanti, ecc...

Un giovane difficilmente potrà avviare una grande azienda, anche perché non ha ancora l'esperienza sufficiente proveniente da anni di lavoro e i mezzi finanziari. Di conseguenza la sua iniziativa sarà di modeste dimensioni e si fonderà principalmente sul suo apporto lavorativo, a meno che il giovane abbia un'idea talmente innovativa da interessare un'azienda esistente, la quale potrebbe allora aiutarlo a realizzarla a condizioni contrattuali da stabilire preventivamente con molta chiarezza. Questa impostazione è scaturita abbastanza bene dal primo anno di attività del centro promozione-Start up, creato dalla Fondazione delle Facoltà universitarie di Lugano, in collaborazione con l'USI e la SUPSI.

Infatti, dei circa 40 progetti finora ricevuti si può ipotizzare che una decina potranno ottenere il sostegno del centro. Quasi tutti si riferiscono a piccole iniziative promosse da alcuni giovani. Personalmente sono dell'opinione che le idee migliori dovrebbero trovare un appoggio in strutture aziendali serie e solide perché queste consentirebbero al giovane ideatore di realizzare più rapidamente e con minor rischio un prototipo di prodotto o di proporre un nuovo servizio a clienti già legati a un'azienda.

Se l'idea fosse valida le probabilità di successo dovrebbero in tal caso essere superiori alla soluzione individuale. Nel corso dei molti lavori di seminario sull'imprenditorialità svolti in questi ultimi anni con studenti della SUPSI ho constatato, soprattutto nei giovani informatici ed elettronici, l'individuazione di numerose idee e progetti innovativi molto interessanti che, tuttavia, difficilmente verranno realizzati.

Uno sforzo maggiore dovrà perciò essere fatto in futuro per coinvolgere direttamente valide aziende ticinesi in questi progetti, nella speranza che alcuni di essi possano trovare uno sbocco concreto con la collaborazione e la partecipazione del o dei giovani ideatori.

Si è però constatato come gli aspetti legati al mercato, alla concorrenza, al marketing siano molto difficili per questi giovani che hanno una formazione prevalentemente tecnica e che quindi in queste materie e verifiche vanno maggiormente aiutati se vogliono avere delle ragionevoli possibilità di successo di loro idee imprenditoriali.