

Ticino terra di start-up?

Potenzialità e limiti dell'imprenditorialità in un Cantone che vuole essere amico delle imprese. È il tema di una ricerca realizzata nell'ambito dell'Università della Svizzera italiana, per iniziativa della Swiss-American Chamber of Commerce, Ticino Chapter.

Ad indagare la situazione e le prospettive del Ticino come luogo di insediamento per start-up ci ha pensato la ricerca del Master dell'Università della Svizzera italiana (Usi) 'Field Projects'.

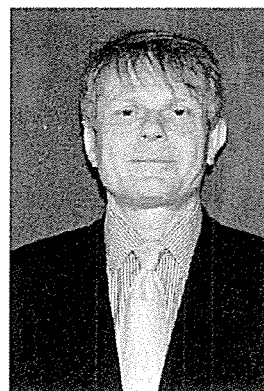
Tra i vari aspetti quantitativi e qualitativi relativi alla formazione di start-up, lo studio ha analizzato i fattori di successo e di fallimento delle nuove imprese, i modelli di business, i mercati e in generale il contesto in cui si sviluppa il business, comprese le strutture istituzionali costituite proprio per promuovere l'innovazione e lo spirito d'impresa.

Ne risulta che, nonostante l'elevato tasso di imprenditorialità del Cantone, si è ancora lontani dal realizzare quell'ideale di società 'amica dell'imprenditorialità' da più parti e da tanto tempo auspicato.

Con 750 nuove imprese all'anno, di cui una trentina innovative, il Ticino si posiziona addirittura al primo rango – rispetto ad altre regioni – in termini di imprese start-up (fonte: Ust), confermando così la sua nota attrattività derivante da un buon mix di fattori tra cui semplicità legislativa, stabilità economica, posizione geografica privilegiata e facilità di reclutare personale anche tra i frontalieri. E infatti sono molti gli imprenditori stranieri



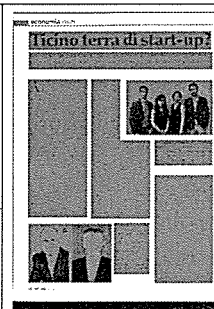
Quattro dei sei studenti che hanno realizzato lo studio: da sinistra, Daniele Izzo, Anzhelika Khon, Sepideh Khzaei e Ivano Pietro Cambria. Hanno lavorato con loro anche Amir Vakil e Mohammad Vesali Pour.



Da sinistra, Franco Poloni, direttore generale di Bsi e presidente del capitolo ticinese della Swiss-American Chamber of Commerce e Marco Haefliger, vicedirettore di Bsi e membro del Ticino Chapter Board della Swiss-American Chamber of Commerce.

Ticino Management SA
6932 Breganzona
091/ 610 29 29
www.ticinomanagement.ch

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 19'960
Erscheinungsweise: monatlich



Themen-Nr.: 272.3
Abo-Nr.: 272003
Seite: 68
Fläche: 98'871 mm²

che lo scelgono per impiantarci il proprio business. Stando ai dati analizzati dalla ricerca Usi, il 70% degli imprenditori di start-up sono stranieri, 60% gli Italiani. Ma allo stesso tempo il Cantone occupa il secondo posto in classifica con riferimento al numero di fallimenti delle imprese (fonte: Ust). Fallimenti dovuti spesso alla circostanza che le imprese in Ticino sono più piccole, e quindi più fragili, di quelle del resto del Paese, essendo inoltre in molti casi costituite da imprenditori che, stranieri, non sono radicati al territorio. Fallimenti dovuti inoltre al rapido venir meno dei finanziamenti e del supporto da parte delle associazioni di start-up. Gli imprenditori, insomma, non ricevono in molti casi fondi adeguati o non ne ricevono per un periodo sufficientemente lungo a garantire un completo avviamento del business.

Il sistema ticinese offre dunque diverse opportunità alle aziende che iniziano qui la loro attività, ma presenta ancora molti limiti. Tra questi, la ricerca ha evidenziato innanzitutto una mancanza di coordinamento tra le diverse istituzioni ed associazioni imprenditoriali. Un esempio: «Il Centro Start-up (Cti strategic partner), nato da una collaborazione tra Usi e Supsi proprio per supportare – dal punto di vista della valutazione di innovazione e fattibilità dell'idea imprenditoriale – le imprese costituite o neo-costituite, esiste dal 2004, ma è ancora poco conosciuto», esordisce Gianluca Colombo, professore all'Usi e direttore dell'Istituto di Management, presso la Facoltà di scienze economiche dell'ateneo luganese, che ha coordinato la ricer-

ca sull'imprenditorialità realizzata da un team di suoi studenti. Non diversamente, continuano ad essere poco conosciute anche le strutture destinate a supportare finanziariamente i nuovi progetti imprenditoriali, Cti Invest e Agire Invest, oltre agli investitori privati.

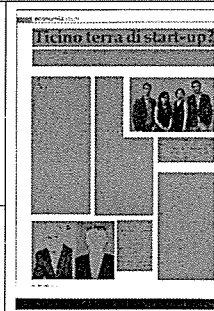
Nel panorama ticinese ci sono tanti attori, ma sembra che ognuno lavori per conto proprio, senza la necessaria sinergia tra tutti. Così ci sono aspiranti o neo-imprenditori, magari anche promotori di un'idea particolarmente innovativa, che spesso non sanno a chi rivolgersi, a causa della scarsa visibilità delle associazioni preposte ad aiutarli, ma ci sono anche strutture che non sanno su quali progetti e con quali risultati le altre strutture si stanno concentrando.

Luca Albertoni, direttore della Camera di commercio, dell'industria e dell'artigianato del Canton Ticino, conferma questa situazione di scarsa tendenza a 'far rete', «il che rappresenta un punto di debolezza del nostro Cantone, dove si registrano molti operatori attivi a diverso titolo sul mercato locale, ma non in relazione tra loro. Un motivo in più per 'prendere sul serio' i risultati emersi dallo studio dell'Usi, cercando di rimediare alle debolezze e alle inefficienze della nostra realtà con atteggiamenti e misure idonei a fare rete. Un maggior coordinamento tra i vari attori rappresenterebbe, oltre tutto, una misura valida per contrastare i venti antiliberali, quel clima in un certo modo ostile alle aziende che, sempre più negli ultimi anni, le tiene sotto pressione o le criminalizza».

Tenuto conto di tutti gli elementi raccolti, la ricerca si conclude con alcune raccomandazioni, che incitano a migliorare l'aspetto imprenditoriale del contesto ticinese mediante il rafforzamento e l'ottimizzazione delle associazioni di supporto alle imprese start-up; un maggior sfruttamento da parte del Cantone dei

vantaggi e delle capacità imprenditoriali che lo contraddistinguono; un maggior incoraggiamento ai giovani imprenditori affinché implementino le loro idee innovative nel mercato; l'accertamento che le associazioni di supporto alle imprese start-up non abbandonino quelle scelte, almeno per i primi due anni della loro attività. Per quanto concerne la migliorabilità del sistema nel suo insieme, la ricerca sottolinea la necessità di: definire più chiaramente le proposte di sviluppo delle attività imprenditoriali nella regione; delimitare il tipo di imprenditorialità: ossia, chi dovrebbe essere coinvolto, il Ticinese o gli stranieri?; individuare i confini della disponibilità del Cantone: ossia in cosa e in che misura Esso è disposto a collaborare; raggruppare e coordinare le diverse istituzioni che promuovono un contesto di business per entità in start-up. In relazione infine al fabbisogno di fondi per il sostegno alle imprese start-up, la ricerca propone tra le altre misure la possibilità di un accordo tra Cantone e residenti stranieri sottoposti ad un'imposta globale, in base al quale destinare una percentuale ad un Fondo per finanziare nuove imprese.

Lo studio dell'Usi è stato commissionato dalla Swiss-American Chamber of Commerce, Ticino Chapter che si prefigge di evidenziare ogni anno un tema economico collegato al Canton Ticino. «Uno degli scopi principali della Swiss-American Chamber of Commerce», come sottolinea Franco Polloni, direttore generale della Bsi e presidente del capitolo ticinese della Camera di Commercio Svizzero-Americana, «consiste nell'acquisire e diffondere (anche all'esterno della cerchia dei suoi membri) conoscenze qualificate sulle condizioni quadro in cui opera la nostra economia, la cui complessità è in costante aumento, non solo per i progressi tecnologici che incidono radicalmente sulle dimensioni geografiche e tem-



Ticino Management SA
6932 Breganzona
091/ 610 29 29
www.ticinomanagement.ch

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 19'960
Erscheinungsweise: monatlich

Themen-Nr.: 272.3
Abo-Nr.: 272003
Seite: 68
Fläche: 98'871 mm²



Gianluca Colombo, professore all'Usi e direttore dell'Istituto di Management dell'ateneo luganese.

porali, ma anche per i numerosi cambiamenti derivanti dalle macro-tendenze geopolitiche, ambientali o finanziarie. Come Swiss-American Chamber of Commerce, pubblichiamo regolarmente degli studi realizzati su scala nazionale e regionale, coinvolgendo una fitta rete di contatti e risorse sia interne sia esterne». In Ticino, la collaborazione della Chamber con l'università è iniziata nel 2009. Lo studio commissionato annualmente, di volta in volta su un tema diverso, viene presentato pubblicamente nel corso di un evento che vede la partecipazione di molti attori della scena economica e politica cantonale. «Gli studenti coinvolti dispongono in genere di esperienze pratiche e specialistiche ancora limitate, ma sono molto ben motivati e accompagnati dai docenti. Offrire agli studenti la possibilità di presentare il proprio lavoro nel corso di una manifestazione con la partecipazione attiva di un membro del governo cantonale o di dirigenti di altre associazioni economiche assicura in partenza un buon grado di concretezza. Sarebbe forse auspicabile un coinvolgimento mirato di più decision-maker del

mondo economico e politico, a seconda dei temi. Uno degli scopi della Chamber è infatti anche quello di sensibilizzare in maniera ricorrente l'opinione pubblica sull'importanza per l'economia dei flussi commerciali e finanziari internazionali», prosegue Polloni, che aggiunge: «Al riguardo, segnalo da una parte l'ottima tenuta degli scambi tra Svizzera e Usa nell'anno in corso, mentre a livello istituzionale vi sono parecchie questioni di fondamentale importanza tuttora irrisolte (vertenze fiscali, visa waiver program, protezione della proprietà intellettuale, ...), che richiederanno in buona parte decisioni e/o ratifiche da parte delle Camere federali. Anche in questo contesto più generale è immaginabile la necessità di dovere in futuro esaminare ed affrontare determinate questioni sullo sfondo di scenari del tutto inattesi». La collaborazione tra la Chamber e l'Usi è destinata a continuare, sebbene affiancata da altre collaborazioni: «Con l'Usi vi sono diverse ipotesi di lavoro; si auspica di proporre un minimo di risultati e proposte concrete. D'altro canto, rappresentando la Chamber una piattaforma di interazione "neutra", un'associazione "non-profit", la sua utilità non può limitarsi a singole persone o enti», aggiunge il manager della Bsi.

Come precisa Marco Haefliger, vicedirettore Bsi e membro del Ticino Chapter Board della Swiss-American Chamber of Commerce: «Ci sono regolari collaborazioni per esempio con il Centro di Studi Bancari di Vezia: giornate di studio ad hoc con la partecipazione di esperti individuati nella rete di contatti della Chamber, con cui si cerca di diffondere congiuntamente le conoscenze di base per potere meglio affrontare le molteplici problematiche in ambito bancario e fiscale che toccano la Svizzera e gli Stati Uniti, in particolare le amnistie fiscali e il Foreign Account Tax Compliance Act

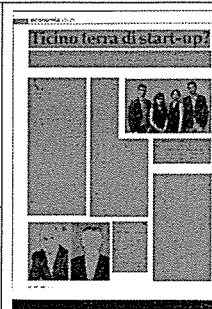
(Fatca)».

Nel contesto delle attività promosse in Ticino dalla Swiss-American Chamber of Commerce, come precisano Franco Polloni e Marco Haefliger: «Per quanto riguarda il Ticino, la definizione delle nostre attività, nonché i mezzi e le strutture a disposizione non sono di regola tali da poter promuovere autonomamente iniziative e progetti a sostegno dell'economia regionale. Ciò non ci esime naturalmente da un attento monitoraggio degli sviluppi. Concordiamo ad esempio con una delle osservazioni emerse dal 'Field Project' 2012 secondo cui è di fondamentale importanza un approccio coordinato tra i vari enti pubblici e privati preposti a creare e mantenere un Ticino economicamente competitivo. Attraverso il Ticino Chapter della Swiss-American Chamber of Commerce pensiamo di poter svolgere un'attività proficua offrendo, in determinate attività e questioni, supporti mirati, ma anche spunti di riflessione e requisiti che rispecchiano obiettivi e necessità dei nostri membri. A titolo di esempio: seguiamo con interesse le questioni legate alla mobilità (Alptransit, collegamento ferroviario Lugano-Malpensa, Lugano Airport, galleria autostradale del Gottardo). La Chamber interviene anche in prima persona, com'è stato il caso per l'insegnamento prevalentemente in lingua inglese nelle scuole private in Ticino, fino al 2006 non consentito dalla Legge sulla scuola a livello di scuole dell'obbligo. In tali circostanze è di fondamentale importanza poter disporre di fatti e statistiche, ma anche di una loro lettura in chiave essenzialmente manageriale. Sotto questo aspetto il lavoro eseguito dagli studenti quest'anno è stato particolarmente valido».

Simona Manziona

Datum: 10.07.2012

TICINO MANAGEMENT



Ticino Management SA
6932 Breganzona
091/ 610 29 29
www.ticinomanagement.ch

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 19'960
Erscheinungsweise: monatlich

Themen-Nr.: 272.3
Abo-Nr.: 272003
Seite: 68
Fläche: 98'871 mm²



Luca Albertoni, direttore della Camera di commercio del Canton Ticino.