

Tra Smith e Schumpeter: gli imprenditori italiani in prospettiva storica

di Pier Angelo Toninelli e Michelangelo Vasta

1. *Il framework analitico.* I recenti sviluppi di una *new entrepreneurial economy* hanno una volta di più concentrato l'attenzione sul ruolo che l'innovazione svolge nel definire l'imprenditorialità e, più in generale, sul rapporto fra imprenditorialità e sviluppo economico, rilanciando le originali intuizioni di Schumpeter. È difficile tuttavia passare da valutazioni qualitative generiche in merito all'esistenza di rapporti causali fra innovazione e imprenditorialità – nonché fra imprenditorialità e sviluppo – ad apprezzabili stilizzazioni e, tanto più, a misurazioni di tali legami. Pure indubbiamente qualche significativo progresso è stato fatto, sia sul piano teorico, sia, soprattutto, sul piano empirico, in merito soprattutto a una più precisa definizione dei contorni dell'imprenditore, al tentativo cioè di fornirne un'analisi sistematica e formale¹.

Restano aperte, tuttavia, rilevanti questioni: in primo luogo, la capacità di innovare esaurisce le qualità che definiscono l'imprenditore? Certamente no. Nella letteratura economica vi sono almeno altri due grandi temi che hanno improntato la messa a fuoco del concetto di imprenditore: quello del rischio e dell'arbitraggio, affinato da Cantillon e ampiamente sviluppato nella scuola neo-classica americana e in quella neo-austriaca²; e quello di coordinamento dei fattori produttivi, al quale sembra ispirarsi anche Alfred Marshall nelle sue proposizioni sull'organizzazione quale quarto fattore di produzione³.

In realtà, non solo l'economia, ma l'intero ventaglio delle scienze sociali si è appassionato al tema dell'imprenditorialità: si è finito così col metterne in luce anche le componenti endogene, caratteriali e psicologiche, e quelle esogene, di ambiente e di contesto. Un promettente approccio, in grado di tenere assieme le molteplici prospettive di ricerca – anche se certo di non facile applicazione sul piano empirico – è quello che definisce l'imprenditorialità in

¹ W.J. Baumol, *Formal Microeconomic Structure for Innovative Entrepreneurship Theory*, in «Entrepreneurship Research Journal» (Berkeley Electronic Press), vol. 1, 1, 2011, p. 1.

² I. Kirzner, *Competition and Entrepreneurship*, Chicago 1973 (ed. it. *Concorrenza e imprenditorialità*, Soveria Mannelli 1997).

³ A. Marshall, *Principles of Economics*, London 1977 (8th ed.), pp. 115 e segg.

termini di capacità di sfruttamento delle opportunità che si presentano di volta in volta nel mercato. Le opportunità imprenditoriali sono quelle situazioni in cui nuovi prodotti, servizi, materie prime, metodi organizzativi (in pratica le nuove funzioni di produzione già evocate da Schumpeter) possono essere introdotte e vendute a un prezzo maggiore del loro costo di produzione. Asimmetrie informative e differenti abilità cognitive fanno sì che soltanto alcuni individui riescano a scoprire tali opportunità, mentre natura dell'opportunità e differenze individuali spiegano perché solo alcuni riescano a sfruttarle⁴.

Un ulteriore ordine di problemi riguarda l'origine e la natura dell'imprenditore, ovvero l'identificazione dei fattori che determinano l'imprenditorialità. Se l'idea che essa contribuisca alla crescita economica ha ormai guadagnato un largo consenso, è possibile agevolarne lo sviluppo? In altri termini, fino a che punto la fioritura dell'imprenditorialità è un fenomeno spontaneo? Come è possibile alleviarla e stimolarla? Dove si pone, quindi, il confine fra *nature* e *nurture*? È la semplice esistenza di un ceto imprenditoriale condizione necessaria e sufficiente per innescare uno sviluppo virtuoso dell'economia, oppure, affinché possa dirsi virtuosa tale relazione necessita di qualche ulteriore specificazione? Ancora una volta le osservazioni di Baumol sembrano fornire utili chiarimenti, laddove distingue tra imprenditori *innovative* e imprenditori *replicative* e/o fra imprenditori *redistributive* e imprenditori *productive*: soltanto i primi sarebbero artefici del "capitalismo buono", contrapposto a un "capitalismo cattivo", intendendo con questo secondo termine un capitalismo poco dinamico, prodotto dagli eccessi della interazione fra capitalismo di stato e capitalismo monopolistico⁵.

Ponendoci nella prospettiva della storia d'impresa tali questioni possono essere riformulate secondo modalità differenti: fino a che punto il tortuoso cammino dello sviluppo economico italiano può essere spiegato dall'assenza di

⁴ È un approccio che ha preso piede soprattutto nell'ambito degli studi di management. Cfr. per esempio M. Casson, *The Entrepreneur*, Oxford 1982; S.A. Shane, S. Venkataraman, *The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research*, in «Academic Management Review», 2000, 25 (1), pp. 217-226; H.H. Stevenson, J.C. Jarrillo, *A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management*, in «Strategic Management Journal», vol. 11, 1990, pp. 17-27.

⁵ W. Baumol, E. Litan, C.J. Schramm, *Good Capitalism, Bad Capitalism and the Economics of Growth and Prosperity*, Yale 2007; W.J. Baumol, *The Entrepreneur in History*, in D.S. Landes, J. Mokyr, W. Baumol, eds., *The Invention of Enterprise*, Princeton 2010, pp. X-XII.

quelle virtù schumpeteriane e kirzneriane – capacità di innovare, propensione al rischio – che la storia economica tende a identificare come fattori decisivi del successo del modello di crescita anglosassone? Quanto della creatività e del talento, tradizionalmente riconosciuti come elementi essenziali nel successo dell'Italia rinascimentale, è sopravvissuto nell'Italia contemporanea sì da agire come fattore sostitutivo di quelle scarse virtù? Per tale fine si è reso necessario l'intervento dello stato? Oppure, *au contraire*, lo stato ha rallentato, se non impedito, il processo di difficile accumulazione di *capabilities* imprenditoriali?

Per rispondere a tali questioni il materiale storico a disposizione, soprattutto di carattere analitico, è alquanto scarso. Ciò è in primo luogo una conseguenza del ritardo con cui si affermata la storia d'impresa nel nostro paese. In un fondamentale saggio bibliografico del 1990, Duccio Bigazzi osservava come la scarsità e l'arretratezza della storia dell'imprenditoria nazionale non consentisse in effetti la redazione di un qualche repertorio a riguardo⁶. Certo qualche eccezione non era mancata, come l'innovativo contributo pubblicato da Franco Amatori nel 1980, il cui titolo richiamava esplicitamente l'obiettivo di proporre delle tipologie imprenditoriali della storia dell'industria italiana⁷. A questo lavoro per altro si sarebbero a lungo ispirate le successive riflessioni in materia. La situazione è migliorata col nuovo secolo: una promettente letteratura ha fornito spunti importanti⁸ per la maturazione della disciplina, che tiene il passo del revival di interesse per l'imprenditorialità, cui si è fatto cenno in precedenza.

⁶ D. Bigazzi, *La storia d'impresa in Italia. Saggio bibliografico: 1980-1987*, Milano 1990.

⁷ Cfr. F. Amatori, *Entrepreneurial Typologies in the History of Industrial Italy (1880-1960): A Review Article*, in «Business History Review», n. 3, 1980, pp. 359-386. Per una recente puntualizzazione F. Amatori, *Determinants and Typologies of Entrepreneurship in the History of Italian Industry*, in J.L. Garcia-Ruiz, P.A. Toninelli, eds., *The Determinants of Entrepreneurship: Leadership, Culture and Institutions*, London 2010, pp. 9-32; Id., *Entrepreneurial Typologies in the History of Industrial Italy: Reconsiderations*, in «Business History Review», n. 1, 2011, pp. 151-180.

⁸ Soprattutto riguardo all'evoluzione dell'imprenditoria familiare e femminile, all'identificazione di comportamenti collettivi, alla formazione di network imprenditoriali, e alle determinanti dell'imprenditorialità. Per una recente puntualizzazione cfr. P.A. Toninelli, M. Vasta, *Italian Entrepreneurship: Conjectures and Evidence From a Historical Perspective*, in Garcia-Ruiz, Toninelli, eds., *The Determinants of Entrepreneurship*, cit., pp. 49-80.

Va tuttavia almeno menzionata una seconda ragione che aiuta a meglio comprendere il ritardo e l'indolenza della *entrepreneurial history* italiana: l'ambiguo atteggiamento nei confronti dell'imprenditore che attraversa tutta la storia economica e sociale del paese. In larghi strati dell'opinione pubblica l'imprenditorialità ha per lungo tempo trovato scarsa legittimazione perché a essa non si attribuiva la stessa importanza nel processo di modernizzazione e sviluppo del paese riconosciuta dagli altri *first comers*. D'altra parte non si può certo negare che in Italia vi sia stata anche una certa riluttanza del versante imprenditoriale a competere liberamente sul mercato, accettandone appieno rischi e benefici.

L'obiettivo di questo articolo è quello di proporre una nuova riflessione sull'imprenditorialità italiana, che vada al di là delle tipologie suggerite da Amatori. Esse infatti, per quanto lascino intravedere un interessante quadro del capitalismo nazionale, impiegano diverse variabili e differenti schemi concettuali. A noi pare invece che la maniera più utile di procedere sia quella di mantenere un costante feedback tra teoria e analisi: così, muovendo da una originale base di dati empirici (paragrafi 2 e 3), la nostra ricerca verrà orientata dai suggerimenti provenienti dalle elaborazioni concettuali prodotte dal rinnovato interesse teorico verso l'imprenditorialità sopra ricordato. Il suo primo obiettivo quindi è quello di produrre una tassonomia degli imprenditori italiani (paragrafo 4) che, basandosi su dati empirici, sia in grado di andare al di là degli schemi finora prodotti dalla storiografia, cogliendone effettivamente i tratti caratterizzanti.

2. *Fonte e metodi*. Il lavoro che segue è il frutto più recente di una ricerca condotta su una consistente base empirica rappresentata dalla biografie di un ancora incompleto *Dizionario degli imprenditori italiani*, coordinato da Franco Amatori e la cui stesura per problemi di budget si è purtroppo interrotta alla lettera N, quando erano state completate circa seicento biografie⁹. Tale numero però è comprensivo di individui che si sono distinti più per ragioni politiche che economiche o che hanno svolto ruoli precipuamente manageriali: quindi esso è stato parzialmente depurato. Il risultato di questa opera di integrazione

⁹ Cfr. Amatori, *Determinants and Typologies*, cit., Appendix.

e correzione è un campione di 386 imprenditori. Questi sono stati classificati sulla base del set di variabili la cui scelta è stata motivata da considerazioni di carattere storico e teorico¹⁰.

Il primo ordine di considerazioni ha infatti portato a evidenziare, oltre ovviamente alle caratteristiche anagrafiche, gli aspetti relativi al contesto sociale e familiare, i legami di network e le relazioni inter e intra-personali: ceto sociale, quindi, e poi caratteristiche della famiglia di provenienza e acquisita, tipo e livello di educazione formale in Italia e all'estero, formazione sul campo, apprendistato, religione, appartenenza ad associazioni o lobby, coinvolgimento in attività politiche ecc.

Il secondo ordine di considerazioni ha indotto a sottolineare gli aspetti legati ai temi dell'innovazione, della creatività e del talento: tipologia dell'imprenditore, modalità di accesso all'attività imprenditoriale e propensione all'innovazione con la fondamentale distinzione fra innovazioni classificabili come *productive* (processo, prodotto, settore) e innovazioni di tipo commerciale (nuovi mercati, con la specificazione Italia o estero).

La metodologia usata per analizzare il nostro campione si basa su due tecniche molto note nella statistica sociale, ma finora poco usate in storia economica e d'impresa, l'analisi per cluster abbinata all'analisi delle corrispondenze multiple (Acm)¹¹. Per quanto squisitamente quantitative, queste tecniche presuppongono una riflessione a monte sui criteri di scelta delle variabili cruciali per giungere a risultati (classificazioni) che abbiano effettiva valenza euristica.

Il progetto di ricerca ha già prodotto un contributo¹², basato su un diverso campione di imprenditori, comprendente anche i manager. Il presente lavoro si basa invece sull'intero campione disponibile "ripulito" di tutti i casi per i quali le informazioni erano troppo scarse o apparivano non del tutto attendibili. Si è inoltre proceduto a suddividere il *database* in due parti – prima e dopo la seconda rivoluzione industriale – per dare maggior profondità diacronica

¹⁰ Per l'elenco completo delle variabili utilizzate, si veda Toninelli, Vasta, *Italian Entrepreneurship*, cit., tab. 3.1.

¹¹ Questa rappresenta una delle tecniche statistiche più usate per l'analisi multipla dei dati rilevati mediante questionari: il suo obiettivo è l'analisi delle relazioni esistenti tra un insieme di variabili qualitative osservate in un campione.

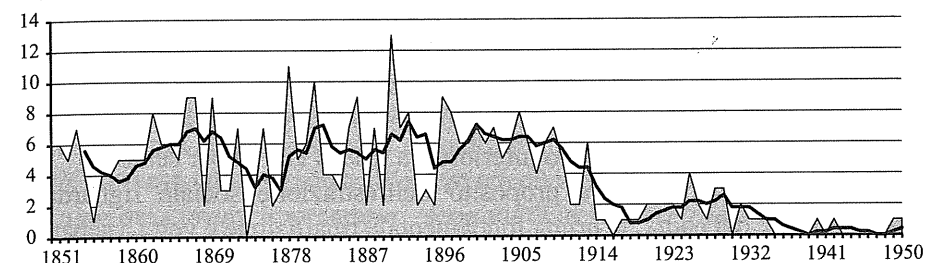
¹² Toninelli, Vasta, *Italian Entrepreneurship*, cit.

all'evoluzione dell'imprenditorialità. A questo scopo si è scelta come data spartiacque quella del 1870, ipotizzando che tutti gli imprenditori attivi prima di quella data non potessero ancora aver subito l'influenza della seconda grande ondata di innovazioni tecnologiche, né del clima di dinamica effervescenza da quella suscitato. Infine, dato che l'obiettivo della ricerca non è tanto l'individuazione e la classificazione dei depositari della funzione imprenditoriale, quanto quelle degli "imprenditori puri" (nel solco cioè del primo Schumpeter), si è proceduto a isolare queste figure, eliminando dal campione i 76 soggetti identificati come manager da uno specifico cluster.

3. *La statistica descrittiva.* Al fine di agevolare il percorso del lettore attraverso la ricca serie di informazioni che costituisce il *database* sul quale si è operata l'analisi statistica, esso è stato suddiviso in due parti: la prima concerne gli individui – le informazioni anagrafiche (tabella A1 in Appendice), il background (tabella A2), il percorso formativo (tabella A3); la seconda raggruppa informazioni relative all'attività imprenditoriale – il contesto (tabella A4), la capacità innovativa (tabella A5).

Il primo dato riguarda la composizione di genere: con il 97,7 per cento di imprenditori maschi, e la presenza di soltanto nove imprenditrici in tutto il periodo considerato, viene ampiamente confermato il risultato dei lavori precedenti. Quanto alla localizzazione, essa volge decisamente a Nord, ove si situa quasi il 60 per cento dei casi, quasi equamente spartiti fra Nord-Ovest e Nord-Est; nel Centro si colloca invece il 23,8 per cento degli imprenditori, mentre i sessanta imprenditori del Sud arrivano a coprire appena il 15,5 per cento (e solo nove sono le imprese fondate all'estero). Come mostra la figura 1, la stragrande maggioranza degli individui considerati dal campione è nata fra il 1851 e il 1910, dato che solo 51 (il 13,2 per cento) sono nati dopo il 1910. Gli imprenditori hanno iniziato la propria attività nel pieno della nuova ondata di innovazioni della seconda rivoluzione industriale: la metà dei quali già con iniziative indipendenti (e circa il 40 per cento come imprenditori o artigiani). Entrando più nel dettaglio, quasi il 60 per cento ha iniziato la propria attività nei quattro decenni successivi al 1890 e più del 30 per cento nel ventennio 1891-1910, ovvero la fase di prima accelerata industrializzazione del paese. Sono invece relativamente pochi (6,2 per cento) i casi di *start-up* successive

fig. 1 - *Imprenditori per anno di nascita*



al 1950: ma la cosa non deve stupire più di tanto visto che un criterio imposto dalla scelta originale del *Dizionario* era l'esclusione degli individui ancora viventi all'anno 2000.

Una questione centrale della teoria dell'imprenditore riguarda le modalità di acquisizione dell'impresa, cioè se essa sia stata creata ex-novo, o al contrario ereditata o acquistata sul mercato. I dati a disposizione non offrono una risposta univoca, anzi si dividono in modo quasi equanime fra fondazione (il 53,4 per cento del totale) e acquisizione (46,6 per cento): in 206 casi quindi si è trattato di *start-up*, o per iniziativa del singolo imprenditore (25,4 per cento), o per *joint-venture* con altri membri della famiglia (12,4 per cento) o con altri imprenditori (12,4 per cento); in 153 invece l'attività imprenditoriale è stata il frutto di passaggi ereditari, mentre solo in 23 (7 per cento) l'impresa è stata comprata¹³. Per ciò che riguarda poi l'estrazione sociale, la maggior parte del campione proviene dalla piccola e media borghesia (224, cioè 58 per cento): in questa classe si collocano essenzialmente artigiani, commercianti, piccoli imprenditori. Si registra anche una buona presenza di individui "nati bene", cioè provenienti dai ceti alti (29 per cento) – grandi industriali, finanziari, no-

¹³ Si noti che tale valore corrisponde quasi esattamente a quello della Scozia, ma è inferiore a quelli dell'Inghilterra (60,3 per cento) e della Francia (70,7 per cento). Cfr. G. Tortella *et al.*, *A Tale of Four Countries: Entrepreneurs and Entrepreneurship in England, France, Scotland and Spain: A Comparative Approach*, in G. Tortella, G. Quiroga, eds., *Entrepreneurship and Growth: A Comparative Historical Perspective*, forthcoming, tab 2b. È invece superiore a quelli registrati in due campioni di imprenditori spagnoli (49 per cento) e valenciani (43,85 per cento). Cfr. G. Tortella *et al.*, *Entrepreneurship: A Comparative Approach*, in Garcia-Ruiz, Toninelli, eds., *The Determinants of Entrepreneurship*, cit., tab. 4.2.

bili, professionisti –; più ridotta (13 per cento) infine è la percentuale degli imprenditori di umile origine: di questi solo poco più del 2 per cento è di famiglia contadina. Tali valori, fra l'altro, reggono bene il confronto con quelli relativi a un campione di imprenditori provenienti da quattro differenti paesi, Inghilterra, Scozia, Francia e Spagna: qui il ceto medio-alto segnala valori compresi fra il 26 e il 36 per cento, quello inferiore fra il 13,4 e il 16 per cento¹⁴.

Ulteriori approfondimenti a proposito dell'estrazione sociale riguardano l'occupazione del padre: la prima fondamentale ripartizione è volta a separare l'attività indipendente da quella dipendente. Purtroppo per questa variabile dicotomica le informazioni non coprono l'intero campione (ci sono infatti 82 valori mancanti): comunque lo squilibrio appare netto, dato che a fronte di 224 lavoratori indipendenti, troviamo soltanto 80 capifamiglia che svolgono attività non in proprio: fra questi 25 contadini e braccianti agricoli, 11 fra tecnici e manager e 8 semplici impiegati. Fra gli indipendenti, prevale la quota degli imprenditori (nel 51,3 per cento dei casi di cui si hanno informazioni), seguiti a grande distanza da commercianti (16,1 per cento) e artigiani (11,8 per cento). Sempre nell'ambito del *background* sociale, un altro significativo tassello è rappresentato dall'esistenza o meno di legami di lavoro all'interno della famiglia d'origine – con netta prevalenza di risposte positive (247 casi, ovvero il 74 per cento) – o con la famiglia acquisita (in 45 casi, poco meno del 12 per cento del campione).

L'educazione si rivela una variabile cruciale con risultati certamente non scontati, ma in linea con quanto già risultava dai precedenti lavori: infatti più del 60 per cento del campione registra un elevato livello di istruzione – 98 (25 per cento) sono gli imprenditori laureati (quattro anche con diploma post-laurea), 140 quelli con un diploma di scuola superiore – cui si aggiungono 68 individui con un livello di istruzione di sola licenza elementare e 80 con un diploma di scuola media inferiore (più un analfabeta). Fra i laureati prevalgono le lauree scientifiche (62 per cento) – in particolare ingegneria (42 per cento) e scienze (20 per cento) – rispetto a quelle umanistiche, fra le quali si distinguono giurisprudenza (21 per cento) ed economia (10,5 per cento). Più o meno la stessa proporzione – 64 per cento *versus* 36 per cento – differenza i

¹⁴ Tortella et al., *A Tale of Four Countries*, cit., tab. 2c.

diplomati di istituti tecnici da quelli di licei o scuole magistrali. Si noti peraltro che il processo di formazione del capitale umano poteva svolgersi in parte anche all'estero, sia per ciò che riguardava l'istruzione formale (ma la quota di coloro che sono stati interessati dal fenomeno si ferma al 13 per cento), sia soprattutto in relazione ad attività di *training* in qualche paese straniero (quasi il 31 per cento del campione): è noto d'altra parte che fin dagli anni Settanta dell'Ottocento un'esperienza all'estero era divenuta un tratto caratteristico del *training* dei giovani imprenditori, soprattutto al Nord e fra gli eredi di famiglie imprenditoriali. In effetti per ciò che riguarda l'istruzione gli imprenditori italiani mostrano qualche differenza rispetto a quelli dei quattro paesi già ricordati, anche se i dati non sono strettamente comparabili, a causa della forte polarizzazione di alcuni di questi valori – analfabeti (sommati ai dati mancanti) vs. formazione universitaria – specialmente per Scozia, Francia e Spagna¹⁵. Infine, ulteriori informazioni si rivelano utili per chiarire il *milieu* economico, politico e culturale del campione. Per esempio la rete di interrelazioni intrattenute da ciascun soggetto: in 118 casi (il 30,6 per cento) si riscontravano partecipazioni nei consigli di amministrazione di altre imprese, mentre poco meno erano quelli (100) in cui si manifestano più o meno serrati livelli di coinvolgimento diretto o indiretto in politica, comunque prevalentemente a livello locale (61 per cento). Ridotto poi è il numero di soggetti (38) che furono in grado di (o furono interessati a) ottenere una qualche forma di supporto finanziario dallo stato. Il 34,2 per cento risulta affiliata a organizzazioni imprenditoriali, mentre un terzo abbondante vide premiata la propria attività imprenditoriale con il titolo di cavaliere del lavoro.

La seconda ampia categoria di dati offre le informazioni di base riguardo all'attività imprenditoriale. Innanzitutto soltanto 103 (il 27,3 per cento) risultano interessati da evidenti rapporti con il sistema bancario: viene da chiedersi quanto questo aspetto possa essere collegato alla prevalenza nel paese di aziende famigliari tendenzialmente più orientate all'autofinanziamento. Quanto al settore di appartenenza, al momento della fondazione delle imprese, il dato dominante risulta quello della manifattura (70,2 per cento), seguito a grande distanza dai servizi (15 per cento), dal settore primario (7 per cento)

¹⁵ Ivi.

e dalle industrie non manifatturiere (6,2 per cento: soprattutto l'edilizia con 20 imprese corrispondenti al 5,2 per cento). Dati convergenti si ottengono anche a proposito dei settori nei quali l'impresa ha concentrato il proprio *core business*: l'unica eccezione riguarda il commercio. Mentre al momento della fondazione più dell'11 per cento delle imprese si concentrava in questa categoria, nelle rilevazioni generali relative al settore di appartenenza la quota delle imprese del commercio scende al 7 per cento e quella del manifatturiero sale al 74,4 per cento. In linea di massima, comunque, resta confermata l'impressione di una scarsa mobilità intersettoriale che, complessivamente, viene a interessare solo l'8 per cento.

Infine una parte notevole del *database* è dedicata alla ricostruzione delle variabili concernenti l'attività innovativa dell'impresa e quindi, indirettamente, dell'imprenditore. Si è già avuto modo di soffermarci ampiamente sul tema, ricordando come la capacità innovativa debba essere considerata come uno dei fattori chiave del successo imprenditoriale. Seguendo i suggerimenti di Schumpeter, si è cercato di evitare un approccio troppo circoscritto al tema: si sono pertanto precisate sei categorie di potenziali innovazioni. Le prime due sono delle *proxy* tradizionali, innovazioni di prodotto e innovazioni di processo; poi si sono individuate le capacità innovative concernenti soprattutto l'attività esterna all'impresa, in altri termini la spinta ad affermarsi su nuovi mercati, in Italia e all'estero, sia per la vendita dei propri prodotti che per nuove localizzazioni produttive. Infine sono state prese in considerazione le innovazioni nell'adozione di nuovi materiali o di nuovi modelli organizzativi. Si è così raccolta una notevole mole di informazioni, per i cui dettagli si preferisce rinviare alla tabella A.5: basti qui ricordare che la tipologia di innovazione più diffusa nel campione è quella relativa ai nuovi mercati di vendita, che interessa quasi il 72 per cento del campione (di cui il 23,1 per cento rivolto esclusivamente a mercati italiani, il 13 per cento solo all'estero e il 35,8 per cento a entrambi). Seguono poi a distanza le innovazioni di prodotto (circa il 40 per cento dei casi), le nuove localizzazioni produttive (36,8 per cento), le innovazioni di processo (34,7 per cento), quelle organizzative (21,8 per cento) e infine quelle concernenti l'adozione di nuovi materiali (10,6 per cento). Sommati singolarmente i diversi casi danno una visione straordinariamente ottimistica dell'imprenditorialità italiana: ben 338 imprenditori (quasi l'88 per cento)

hanno realizzato almeno un'innovazione compresa nelle sei summenzionate categorie. Si è cercato quindi di raffinare il dato, attribuendo un punto a ogni risposta positiva concernente le diverse modalità di innovazione e ottenendo così una scala ordinale con punteggio compreso fra 0 (tutte risposte negative) e 6 (tutte risposte positive), in grado di fornire una *proxy* più attendibile della propensione all'innovazione del campione considerato: si è potuto così distinguere fra le categorie "nessuna innovazione" (48 casi, corrispondenti al 12,4 per cento del totale), "basso livello di innovazione" (quindi 1 punto solo, nel 23,1 per cento dei casi), "medio livello di innovazione" (2 e 3 punti, 49,7 per cento del campione) e, con punteggio => 4, ovvero "elevato livello di innovazione", solo 57 imprenditori (meno del 15 per cento del campione).

4. *Le tipologie imprenditoriali: i cinque cluster*. Nelle numerose categorie di variabili dicotomiche e ordinali – delle quali qui sopra si è dato sinteticamente conto – sono stati identificati grazie alla analisi per corrispondenze multiple tre spazi dimensionali (variabili latenti)¹⁶, entro i quali è stata condotta l'analisi per cluster. Nell'insieme questa fornisce un'immagine dell'imprenditorialità alquanto contraddittoria, entro la quale è difficile scorgere un'omogenea diffusione di quegli atteggiamenti virtuosi innervanti l'economia, la società e la cultura che tanto la teoria quanto la storia ritengono essenziali ai fini dell'incremento delle potenzialità di crescita economica. Sono stati così individuati cinque cluster che definiscono cinque tipologie di imprenditori:

1. "Imprenditori di prima generazione", nel quale confluiscono 64 casi, ovvero il 16,6 per cento del campione;
2. "Imprenditori innovatori", 83 casi, corrispondenti al 21,5 per cento del campione;
3. "Imprenditori tradizionali", 94 casi, corrispondenti al 24,3 per cento del campione;
4. "Imprenditori tradizionali internazionalizzati", 67 casi, corrispondenti al 17,4 per cento del campione;

¹⁶ Le tre "dimensioni" che hanno consentito di raggruppare le variabili esplicative sulle quali effettuare l'analisi per cluster sono: 1) status; 2) attitudine all'innovazione; 3) spirito borghese.

5. "Imprenditori consolidati", 78 casi, corrispondenti al 20,1 per cento del campione.

Diverse sono le variabili che risultano particolarmente esplicative nel definire i cluster. Per semplicità, confronteremo (tab. 1) soltanto le modalità assunte dalle variabili maggiormente caratterizzanti ciascun raggruppamento con le modalità registrate dall'intero campione: quanto maggiori sono gli scostamenti, tanto maggiore è il potere classificatorio di esso.

Nel primo cluster, gli "imprenditori di prima generazione" ovviamente risultano al 100 per cento fondatori di nuove imprese e per la quasi totalità (98,4 per cento) attivi nel settore manifatturiero. Fra le modalità maggiormente esplicative vi è innanzitutto il basso livello di istruzione (che comprende analfabeti e diplomati di scuola primaria), che connota il 75 per cento del cluster a fronte di un valore per l'intero campione del 17,6 per cento; fra le altre, poi, l'estrazione sociale con un valore relativo alle umili origini del 54,7 per cento, rispetto a un valore complessivo del 13 per cento, e la professione paterna, che risulta per quasi la metà essere stata quella di lavoratore dipendente, in confronto a una media del campione del 21 per cento; ancora, la quota ridotta di coloro che si rivolgono al sistema bancario (12,50 per cento vs. 26,68 per cento), così come di coloro che possono vantare un'esperienza all'estero (9,4 per cento vs. 32,6 per cento) o che risultano direttamente (19 per cento vs. 26 per cento) o indirettamente (6,3 per cento vs. 25 per cento) coinvolti nella politica, nonché iscritti ad associazioni imprenditoriali (11 per cento vs. 34 per cento). La localizzazione di questo cluster indica preferibilmente il Centro-Nord, dato che la modalità relativa alla localizzazione geografica "Sud" (9,4 per cento) risulta ben inferiore a quella riscontrata nel campione (15,5 per cento). La maggioranza degli appartenenti è rappresentata da *self-made men*, che vanno da Edoardo Bianchi, un orfano allevato dai Martinitt che divenne un leader nell'industria delle biciclette, ad alcuni protagonisti di umili origini del boom economico, quali Giovanni Borghi, Cesare Cassina, Gioacchino Alemagna e così via.

tab. 1 - I cinque cluster

(valori percentuali)

	Cluster 1/5	Cluster 2/5	Cluster 3/5	Cluster 4/5	Cluster 5/5	Totale
(imprenditori)	16,6	21,5	24,4	17,4	20,2	100,0
Sud (area di nascita)	9,4	7,2	24,5	20,9	14,1	15,5
analfabeti/elementare	75,0	8,4	12,8	1,5	-	17,6
laurea & post laurea	3,1	38,6	17,0	3,0	59,0	25,4
istruzione all'estero	-	19,3	4,3	13,4	26,9	13,0
ceto elevato	1,6	34,9	14,9	22,4	67,9	29,0
ceto medio	43,8	56,6	77,7	77,6	30,8	58,0
ceto basso	54,7	8,4	7,4	-	1,3	13,0
esperienza all'estero	9,4	56,6	10,6	35,8	50,0	32,6
rapporti lavoro infra-famigliari	45,3	59,0	66,0	71,6	75,6	64,0
coinvolgimento diretto in politica	6,3	14,5	16,0	14,9	71,8	25,1
coinvolgimento indiretto in politica	18,8	12,0	26,6	26,9	44,9	25,9
eredità/acquisto	-	30,1	60,6	61,2	73,1	46,6
elevata innovazione di prodotto	7,8	33,7	-	3,0	1,3	9,3
elevata innovazione di processo	3,1	24,1	1,1	1,5	3,8	7,0
elevato livello di innovazione	12,5	45,8	3,2	9,0	2,6	14,8
nessuno/basso livello innovazione	23,4	8,4	51,1	34,3	56,4	35,5
livello internazionale crescita	23,4	51,8	4,3	41,8	26,9	28,8
livello naz./intern. di crescita	81,3	97,6	51,1	94,0	71,8	77,7
nessun nuovo mercato di vendita	25,0	3,6	44,7	9,0	53,8	28,2
nuovi mercati di vendita in Italia	67,2	72,3	54,3	76,1	28,2	58,8
nuovi mercati di vendita all'estero	42,2	91,6	7,4	85,1	26,9	48,7
industria	98,4	97,6	78,7	56,7	70,5	80,6
servizi	-	-	12,8	32,8	11,5	11,1
no associazioni imprenditoriali	89,1	68,7	69,1	91,0	17,9	65,8
rapporti con le banche	12,5	22,9	22,3	34,3	41,0	26,7
partecipazione in altri c.d.a.	15,6	27,7	34,0	25,4	46,2	30,6
cavaliere lavoro	25,0	34,9	31,9	32,8	51,3	35,5
padre <i>self employed</i> *	50,0	83,1	96,1	91,4	93,7	85,5

* Valori mancanti: 82.

Nel secondo cluster – gli “imprenditori innovatori” – l’insieme di modalità che caratterizzano la variabile eterogenea ‘innovazione’ assume certamente valenze esplicative determinanti: in particolare la modalità più negativa, corrispondente a ‘livello di innovazione assente’ – presente nel campione nel 12,5 per cento dei casi – registra ovviamente nel cluster valore 0, mentre quello appena superiore (corrispondente al livello 1) mostra un trascurabile 8,4 per cento, a fronte di un valore complessivo di 23,1 per cento. Al contrario, nello stadio più positivo – “elevato livello di innovazione”, ovvero innovazione presente in almeno quattro delle sei categorie ricordate al paragrafo precedente – si concentra il 46 per cento degli imprenditori del raggruppamento, a fronte di un valore complessivo del 14,8 per cento; valori ben maggiori della percentuale del campione si registrano anche per ciò che riguarda la presenza di innovazioni di prodotto (34 per cento vs. 9 per cento) e di processo (24 per cento vs. 7 per cento), la ricerca di nuovi mercati (92 per cento vs. 49 per cento), il livello di crescita dell’impresa – che nel 52 per cento dei casi raggiunge dimensioni internazionali (rispetto a un valore del 29 per cento dell’intero campione), l’aver sviluppato esperienze all’estero (57 per cento vs. 33 per cento). Ulteriori aspetti caratterizzanti riguardano il buon livello di istruzione, con una percentuale di laureati piuttosto elevata – 39 per cento vs. 25 per cento – e lo scarso coinvolgimento nella politica, sia indiretto (14,5 per cento vs. 25 per cento) sia diretto (12 per cento vs. 26 per cento). Da notare infine che la collocazione geografica degli imprenditori di questo cluster risulta scarsamente presente nelle aree meridionali (7,2 per cento vs. 15,5 per cento). La gran parte degli esponenti di questo raggruppamento è direttamente o indirettamente collegato al grappolo di innovazioni della seconda rivoluzione industriale: Giovanni Agnelli, ovviamente, insieme a numerosi pionieri di vari comparti dell’industria meccanica quali Ercole Marelli nell’elettromeccanica, Eden Fumagalli negli elettrodomestici, Giovanni Caproni nell’aeronautica, Carlo Guzzi nelle motociclette, Ettore Bugatti nelle automobili, i fratelli Baglietto nei motoscafi e nei motori marini, Pietro Ceccato nei compressori. Inoltre vi sono inclusi i protagonisti dell’industria chimica quali Roberto Lepetit e Riccardo Gualino, e delle applicazioni elettriche come Riccardo Brion e Arturo Malignani, ma anche di settori più tradizionali quali alimentari e bevande, tessili, suppellettili: Piero Barilla, Giulio Ferrari, Enrico Coveri, Aldo Gucci e i fratelli Guzzini.

Il terzo e il quarto cluster raccolgono imprenditori che hanno alcuni aspetti in comune, in particolare quello di essere dediti ad attività “tradizionali”, che sono distanti dalla frontiera tecnologica e produttiva: alimentari, liquori, tessili e abbigliamento e relativi macchinari, editoria, grande distribuzione, ceramiche e vetrerie, gioielleria e suppellettili varie. La differenza essenziale fra i due cluster è che il primo comprende imprenditori rivolti essenzialmente a mercati locali o tutt’al più nazionali, il secondo imprenditori che operano sui mercati internazionali. Tra le variabili più significative che individuano il terzo cluster – quello degli imprenditori forse meno dinamici, che abbiamo definito semplicemente “tradizionali” – si iscrive la componente ereditaria: quasi il 61 per cento degli imprenditori di questa categoria ha acquisito l’impresa per successione, a fronte di un valore del campione del 46,6 per cento. Ma il dato complessivamente più interessante riguarda la scarsa attitudine a innovare e a crescere: valori elevati rispetto al campione si registrano per la modalità ‘nessuno oppure basso livello di innovazione’ (51 per cento vs. 36 per cento) e, al contrario, assolutamente trascurabili per la modalità “elevata innovazione” in generale (3,2 per cento vs. 14,8 per cento). Minore rispetto al complesso del campione risulta la propensione alla ricerca di nuovi mercati, tanto in Italia quanto all’estero (7,4 per cento vs. 48,7 per cento) e alla crescita dimensionale a livello nazionale o internazionale (51 per cento vs. 77 per cento). In complesso questo cluster raggruppa imprenditori essenzialmente di ceto medio (78 per cento vs. 58 per cento), con un livello di istruzione media (32 per cento vs. 21 per cento), con poca esperienza internazionale (11 per cento vs. 33 per cento), presenti soprattutto nelle aree meridionali (24,6 per cento vs. 15,5 per cento): Antonio Abete e Francesco Divella, per esempio, al vertice degli omonimi pastifici, Sebastiano de Corato per il settore vitivinicolo o Lavazza (caffè) e Mario Lebole (abbigliamento). Nel cluster però sono inclusi anche personaggi del mondo dell’editoria e della comunicazione come Giulio Einaudi, Giacomo Alberione e Mario Cecchi Gori. Come detto il quarto cluster – etichettato come “imprenditori tradizionali internazionalizzati” – presenta vari elementi di contatto con il precedente, non solo per i settori di attività, ma anche per ciò che concerne l’estrazione sociale (anche qui circa il 78 per cento appartenente alla classe media), le modalità di acquisizione dell’impresa – per successione ereditaria ancora in poco più

del 61 per cento del campione – e ancora nel livello medio di istruzione registrato: in questo caso tuttavia inferiore è la percentuale di laureati (3 per cento vs. 17 per cento del cluster precedente e 25,4 per cento dell'intero campione). Questo cluster si differenzia però dal precedente per la maggior propensione all'apertura verso l'estero, a partire dalla variabile "esperienza all'estero" (35,8 per cento vs. 10,6 per cento), così come la ricerca di mercati di vendita all'estero (85 per cento vs. 49 per cento della popolazione complessiva). Ancor più rilevante è il dato contrario, cioè quello relativo a "mancata ricerca di nuovi mercati", che registra un modestissimo 9 per cento, ben inferiore non soltanto al valore del terzo cluster (44,7 per cento), ma anche a quello dell'intero campione (28,2 per cento): tutti questi elementi depongono a favore di un accentuato dinamismo commerciale degli imprenditori del settore. A ciò si devono aggiungere i dati concernenti la crescita dimensionale, decisamente orientata alla grande scala (94 per cento vs. 78 per cento), con un apprezzabile tendenza (42 per cento vs. 29 per cento) alla dimensione internazionale; da non trascurare nemmeno il fatto che fra i macro-settori di appartenenza, compaia anche quello dei "servizi" (33 per cento vs. 11 per cento del campione), fra cui trasporti e servizi marittimi e trader internazionali: si collocano infatti in questo cluster imprenditori marittimi come i Cosulich e Achille Lauro o il "principe mercante" Enrico Dell'Acqua. Al contrario, a tratti indiscutibilmente inferiori al comportamento dell'intera popolazione, o al meglio in media con essa, risultano le diverse modalità riferite alle innovazioni produttive. Anche in questo cluster la modalità "Sud" si rivela l'area di localizzazione tendenzialmente prevalente (21 per cento vs. 15,5 per cento), con personaggi come Enrico Auricchio, Paolo Averna e Filippo de Cecco, mentre dal Centro-Nord proviene comunque un rappresentativo campione di imprenditori, che va da Sotirios Bulgari a Carlo Feltrinelli, da Danilo Fossati a Giuseppe Bertolli. L'ultimo cluster infine – quello degli "imprenditori consolidati" – appare chiaramente definito. Si ritrovano in esso imprenditori non di prima generazione (la modalità "eredità" segna qui valori del 73 per cento rispetto al 47 per cento del campione), e di estrazione sociale elevata (68 per cento vs. 29 per cento): più in particolare poi gli imprenditori raggruppati in questo cluster registrano relazioni di affari e/o lavoro infra-familiari superiori al resto del campione (76 per cento vs. 64 per cento), un elevato livello di istruzione (poco meno del 60 per cento di

laureati a fronte del 25,3 per cento), nonché una ragguardevole esperienza all'estero (50 per cento vs. 33 per cento) e, soprattutto, una chiara predisposizione a sviluppare parte della propria istruzione all'estero (27 per cento vs. 13 per cento). Altrettanto significative sono le caratteristiche del *background*: le modalità del coinvolgimento diretto (45 per cento vs. 26 per cento) o indiretto (72 per cento vs. 25 per cento) in politica o l'appartenenza ad associazioni imprenditoriali (82 per cento vs. 34,2 per cento); la partecipazione ai consigli di amministrazione di altre imprese (46 per cento vs. 30,6 per cento), l'ottenimento dell'onorificenza di cavaliere del lavoro (51,3 per cento vs. 35,5 per cento) e, infine, il rapporto con le banche (41 per cento vs. 27 per cento). È superfluo ricordare che questo raggruppamento annovera alcuni fra i principali nomi dell'imprenditoria italiana, quali Gianni e Umberto Agnelli, Giangiacomo Feltrinelli, gli eredi Bertolli e Lodigiani, i membri delle famiglie Falck e Crespi.

5. *Conclusioni.* L'obiettivo della ricerca era quello di valutare se e quanto la ricostruzione della dinamica imprenditoriale italiana dopo l'Unità potesse contribuire alla comprensione del processo di sviluppo economico del paese. Fra i risultati più importanti suggeriti dall'analisi dei cluster va sottolineato come nell'economia italiana la componente orientata all'estero – imprenditori innovatori (II cluster) e imprenditori internazionalizzati (IV cluster) – abbia rappresentato, e continui a rappresentare, un tratto caratterizzante della imprenditoria. La ricerca di nuovi mercati verso cui indirizzare le proprie merci non è quindi una condizione relativa esclusivamente al secondo dopoguerra, ma è ben presente in tutta la storia del paese: il successo dell'*Italian design* e del *made in Italy* degli ultimi decenni sembra quindi coronare una tendenza di lungo periodo. Un secondo significativo elemento riguarda la tendenza a una maggior concentrazione degli imprenditori di prima generazione (I cluster) e degli imprenditori innovatori (II cluster) nelle aree centro-settentrionali del paese. Un ulteriore elemento riguarda il livello di istruzione, tutt'altro che disprezzabile, fatto registrare dalla maggior parte di essi: più di un quarto infatti può vantare una laurea e più di un terzo un diploma di scuola superiore. Sono valori tutto sommato non distanti da quelli fatti registrare dagli altri quattro paesi più volte citati e che risultano sorprendenti alla luce dello scarso livello medio di istruzione del paese.

Ma la conclusione forse più rilevante può essere avanzata riguardo all'attitudine degli imprenditori italiani nei confronti dell'innovazione, quella che secondo Baumol – come si è visto – discrimina fra imprenditori *replicative* e/o *redistributive*, da un lato, e imprenditori *productive e innovative*, dall'altro. Ebbene i secondi, ovvero la componente schumpeteriana della nostra imprenditoria privata (II cluster), non pare avere avuto un ruolo preponderante nella storia del paese, coprendo a malapena un quinto dell'intero campione. Al contrario la quota degli imprenditori meno dinamici dal punto di vista della crescita tecnologica – compresi gli imprenditori tradizionali, a prescindere dal loro orientamento verso i mercati (III cluster e IV cluster), e aggiungendovi anche la quota dei consolidati (V cluster) – supera abbondantemente i tre/quinti dell'intero campione. In definitiva, il ritratto che emerge dalla nostra analisi è quello di un'imprenditorialità solo a tratti virtuosa e creativa, anzi, più spesso avvinghiata a posizioni difensive. Nel complesso prevalgono strategie di crescita smithiane mentre, al contrario, un atteggiamento decisamente schumpeteriano ha nutrito il successo dell'industria tedesca anche durante le fasi più critiche della sua storia¹⁷.

È in grado questa rappresentazione di fornire un contributo alla spiegazione della seconda questione sollevata nell'introduzione, ovvero la relazione tra imprenditorialità e crescita? Noi crediamo di sì. Per esempio la nostra indagine suggerisce che, nonostante il discreto livello di istruzione formale mediamente registrato dal campione, la relativa scarsità di diplomi tecnico-scientifici può non aver stimolato abbastanza la spinta all'innovazione che, come si è visto, ha limitato lo sviluppo di prospettive di crescita schumpeteriane. Si tenga presente inoltre che l'istruzione può essere collegata all'imprenditorialità anche dalla considerazione che in generale gli imprenditori con la preparazione tecnico-scientifica più elevata sono attivi nei settori moderni e innovativi, mentre i livelli di istruzione inferiore si registrano di solito nei settori più tradizionali, come quelli prevalenti in Italia.

Pure è tutto ciò sufficiente a spiegare il ritardo dell'imprenditorialità italiana? È questo un problema di natura o di cultura? Per poter offrire una risposta sod-

disfacente a queste domande sarebbe certamente necessaria ulteriore ricerca applicata, per esempio un'analisi dei fattori che hanno determinato il maggior o minor successo (da misurarsi attraverso l'identificazione di un sistema di *proxy*) degli imprenditori contenuti nel campione. Cionondimeno si possono già avanzare alcune osservazioni. Per un verso non si può evitare la sensazione che in Italia siano in azione effetti *lock-in* indotti da cause storicamente remote come la vocazione mercantile. Per l'altro va considerato che probabilmente l'evoluzione del contesto istituzionale non ha aiutato: spesso si è infatti sottolineato la flessibilità e la permissività del suo sistema legale, soprattutto a proposito della *governance* e della contabilità delle imprese e della scarsa incentivazione a innovare.

¹⁷ Cfr. J. Mokyr, *Entrepreneurship and the Industrial Revolution in Britain*, in Landes, Mokyr, Baumol, eds., *The Invention of Enterprise*, cit.; U. Wengenroth, *History of Entrepreneurship: Germany after 1815*, in Landes, Mokyr, Baumol, eds., *The Invention of Enterprise*, cit., pp. 273-304.

Appendice

tab. A.1 - Informazioni anagrafiche

	Frequenza	%	Frequenza cumulata	%
<i>Sesso</i>				
Maschio	377	97,7	377	97,7
Femmina	9	2,3	386	100,0
<i>Area di nascita</i>				
Centro	87	22,5	87	22,5
Centro-Nord	5	1,3	92	23,8
Estero	9	2,3	101	26,2
Nord	13	3,4	114	29,5
Nord-Est	97	25,1	211	54,7
Nord-Ovest	115	29,8	326	84,5
Sud	60	15,5	386	100,0
<i>Anno di nascita</i>				
1851-1870	111	28,8	111	28,8
1871-1890	98	25,4	209	54,1
1891-1910	126	32,6	335	86,8
> 1910	51	13,2	386	100,0
<i>Anno di inizio dell'attività*</i>				
1871-1890	63	16,3	63	16,3
1891-1910	116	30,1	179	46,4
1911-1930	106	27,5	285	73,8
1931-1950	66	17,1	351	90,9
> 1950	24	6,2	375	97,2
<i>Modalità di acquisizione dell'impresa</i>				
Start-up	206	53,4	206	53,4
Eredità	153	39,6	359	93,0
Acquisto	27	7,0	386	100,0

segue

segue tab. A.1 - Informazioni anagrafiche

	Frequenza	%	Frequenza cumulata	%
<i>Tipologia della prima attività**</i>				
Agricoltore	4	1,1	4	1,1
Bracciante	50	13,2	54	14,2
Manager	49	12,9	103	27,2
Tecnico	39	10,3	142	37,5
Artigiano	24	6,3	166	43,8
Imprenditore	132	34,8	298	78,6
Professionista	23	6,1	321	84,7
Impiegato	27	7,1	348	91,8
Commerciante	31	8,2	379	100,0

* valori mancanti: 11.

** valori mancanti: 7.

tab. A.2 - Background

	Frequenza	%	Frequenza cumulata	%
<i>Ceto sociale</i>				
Umile (agricoltore)	9	2,3	9	2,3
Umile (bracciante)	41	10,6	50	13,0
Medio (piccolo imprenditore, commerciante, artigiano)	224	58,0	274	71,0
Alto (grande imprenditore, professionista, nobile)	112	29,0	386	100,0
<i>Attività primo imprenditore*</i>				
Agricoltore	9	3,0	9	3,0
Bracciante	16	5,3	25	8,2
Manager	8	2,6	33	10,9
Tecnico	3	1,0	36	11,8
Artigiano	36	11,8	72	23,7
Imprenditore	156	51,3	228	75,0
Professionista	19	6,3	247	81,3
Impiegato	8	2,6	255	83,9
Commerciante	49	16,1	304	100,0
<i>Relazioni lavorative intra-famigliari</i>				
Sì	247	64,0	247	64,0
No	139	36,0	386	100,0
<i>Relazioni lavorative con la famiglia del partner</i>				
Sì	45	11,7	45	11,7
No	341	88,3	386	100,0

* valori mancanti: 82.

tab. A.3 - Formazione

	Frequenza	%	Frequenza cumulata	%
<i>Livello di istruzione</i>				
Analfabeta/istruzione elementare	68	17,6	68	17,6
Scuola media inferiore	80	20,7	148	38,3
Scuola media superiore	140	36,3	288	74,6
laurea/post-laurea	98	25,4	386	100,0
<i>Settore di laurea</i>				
Legge	20	21,1	20	21,1
Economia	10	10,5	30	31,6
Discipline umanistiche	6	6,3	36	37,9
Ingegneria	40	42,1	76	80,0
Chimica/Farmacia	7	7,4	83	87,4
Altre discipline scientifiche	12	12,6	95	100,0
<i>Diploma o simile*</i>				
Professionale	11	8,4	11	8,4
Tecnico-commerciale	37	28,2	48	36,6
Tecnico-industriale	36	27,5	84	64,1
Liceo	47	35,9	131	100,0
<i>Istruzione all'estero</i>				
Sì	50	13,0	50	13,0
No	336	87,0	386	100,0
<i>Esperienza all'estero</i>				
Sì	118	30,6	118	30,6
No	268	69,4	386	100,0

* valori mancanti: 9.

tab. A.4 - Il contesto

	Frequenza	%	Frequenza cumulata	%
<i>Coinvolgimento indiretto in politica</i>				
Sì	97	25,1	97	25,1
No	289	74,9	386	100,0
<i>Coinvolgimento diretto in politica</i>				
Sì	100	25,9	100	25,9
No	286	74,1	386	100,0
<i>Livello del coinvolgimento in politica</i>				
Locale	61	61,0	61	61,0
Nazionale	26	26,0	87	87,0
Internazionale	4	4,0	91	91,0
Locale e nazionale	9	9,0	100	100,0
<i>Cavaliere del lavoro</i>				
Sì	137	35,5	137	35,5
No	249	64,5	386	100,0
<i>Docenza universitaria</i>				
Sì	12	3,1	12	3,1
No	374	96,9	386	100,0
<i>Area di docenza</i>				
Legge, economia, altre discipline umanistiche	3	27,3	3	27,3
Scienze	8	72,7	11	100,0
<i>Affiliazione ad associazioni imprenditoriali</i>				
Sì	132	34,2	132	34,2
No	254	65,8	386	100,0
<i>Aiuti finanziari statali</i>				
Sì	38	9,8	38	9,8
No	348	90,2	386	100,0
<i>Partecipazione in altri c.d.a.</i>				
Sì	118	30,6	118	30,6
No	268	69,4	386	100,0

segue

segue tab. A.4 - Il contesto

	Frequenza	%	Frequenza cumulata	%
<i>Macro settori di attività iniziale</i>				
Agricoltura, pesca e miniere	27	7,0	27	7,0
Servizi finanziari	6	1,6	33	8,5
Manifattura	271	70,2	304	78,8
Industrie non manifatturiere	24	6,2	328	85,0
Servizi	58	15,0	386	100,0
<i>Macro settori di attività</i>				
Agricoltura, pesca e miniere	24	6,2	24	6,2
Servizi finanziari	8	2,1	32	8,3
Manifattura	287	74,4	319	82,6
Industrie non manifatturiere	24	6,2	343	88,9
Servizi	43	11,1	386	100,0

tab. A.5 - La capacità innovativa

	Frequenza	%	Frequenza cumulata	%
<i>Innovazione di prodotto</i>				
Si	153	39,6	153	39,6
No	233	60,4	386	100,0
<i>Macrosettori di innovazione di prodotto</i>				
Agricoltura, pesca e miniere	11	7,2	11	7,2
Servizi finanziari	1	0,7	12	7,8
Manifattura	135	88,2	147	96,1
Industrie non manifatturiere	2	1,3	149	97,4
Servizi	4	2,6	153	100,0
<i>Livello di innovazione di prodotto</i>				
Nessuna innovazione	234	60,6	234	60,6
Bassa innovazione	55	14,2	289	74,9
Moderata innovazione	61	15,8	350	90,7
Elevata innovazione	36	9,3	386	100,0
<i>Innovazione di processo</i>				
Si	134	34,7	134	34,7
No	252	65,3	386	100,0
<i>Macrosettori di innovazione di processo</i>				
agricoltura, pesca e miniere	14	10,4	14	10,4
Manifattura	112	83,6	126	94,0
Industrie non manifatturiere	6	4,5	132	98,5
Servizi	2	1,5	134	100,0
<i>Livello di innovazione di processo</i>				
Nessuna innovazione	252	65,3	252	65,3
Bassa innovazione	59	15,3	311	80,6
Moderata innovazione	48	12,4	359	93,0
Elevata innovazione	27	7,0	386	100,0
<i>Nuovi mercati di vendita</i>				
Si	277	71,8	277	71,8
No	109	28,2	386	100,0
<i>Nuovi mercati di vendita: Italia</i>				
Si	227	58,8	227	58,8
No	159	41,2	386	100,0

segue

segue tab. A.5 - La capacità innovativa

	Frequenza	%	Frequenza cumulata	%
<i>Nuovi mercati di vendita: Europa</i>				
Si	168	43,5	168	43,5
No	218	56,5	386	100,0
<i>Nuovi mercati di vendita: extra Europa</i>				
Si	107	27,7	107	27,7
No	279	72,3	386	100,0
<i>Nuovi mercati di vendita: Stati Uniti</i>				
Si	85	22,0	85	22,0
No	301	78,0	386	100,0
<i>Area dei nuovi mercati di vendita</i>				
Nuovi mercati di vendita all'estero	188	48,7	188	48,7
Nessun nuovo mercato o solo Italia	198	51,3	386	100,0
<i>Nuovi mercati di produzione</i>				
Si	142	36,8	142	36,8
No	244	63,2	386	100,0
<i>Nuovi mercati di produzione: Italia</i>				
Si	115	29,8	115	29,8
No	271	70,2	386	100,0
<i>Nuovi mercati di produzione: Europa</i>				
Si	42	10,9	42	10,9
No	344	89,1	386	100,0
<i>Nuovi mercati di produzione: extra Europa</i>				
Si	31	8,0	31	8,0
No	355	92,0	386	100,0
<i>Nuovi mercati di produzione: Stati Uniti</i>				
Si	17	4,4	17	4,4
No	369	95,6	386	100,0
<i>Area dei nuovi mercati di produzione</i>				
Nuovi mercati di vendita all'estero	62	16,1	62	16,1
Nessun nuovo mercato o solo Italia	324	83,9	386	100,0
<i>Nuove materie prime</i>				
Si	41	10,6	41	10,6
No	345	89,4	386	100,0

segue

segue tab. A.5 - *La capacità innovativa*

	<i>Frequenza</i>	<i>%</i>	<i>Frequenza cumulata</i>	<i>%</i>
<i>Nuovi modelli organizzativi</i>				
Si	84	21,8	84	21,8
No	302	78,2	386	100,0
<i>Gradienti di innovazione</i>				
0	48	12,4	48	12,4
1	89	23,1	137	35,5
2	84	21,8	221	57,3
3	108	28,0	329	85,2
4	39	10,1	368	95,3
5	14	3,6	382	99,0
6	4	1,0	386	100,0
<i>Livello di innovazione</i>				
Nessuna innovazione	48	12,4	48	12,4
Bassa innovazione	89	23,1	137	35,5
Moderata innovazione	192	49,7	329	85,2
Elevata innovazione	57	14,8	386	100,0