

**PROGETTO FOR.M.I.CO.LI<sup>^</sup>**  
**FOR**mazione, **Men**toring **Ind**ividualizzato e **CO**aching  
nella provincia di **LI**vorno

PROGRAMMA GARANZIA GIOVANI

AVVISO PUBBLICO PER IL FINANZIAMENTO DI PROGETTI DI SOSTEGNO  
ALL'AUTOIMPIEGO E AUTOIMPREDITORIALITÀ DEI GIOVANI  
NELL'AMBITO DEL PROGRAMMA GARANZIA GIOVANI (2015)

15/05/2015

## **L'ambito di intervento**

Il progetto FOR.M.I.COLI. ^ è stato presentato nel 2016 da Polo Navacchio SpA, CNA Servizi, CNA territoriale di Livorno, CIA, Agricoltura è Vita, Consorzio Polo Magona.

Il progetto è stato finanziato dalla Regione Toscana.

Il progetto era rivolto a 30 giovani di età compresa tra i 18 e 29 anni che non studiano e non lavorano, hanno aderito alla Garanzia Giovani ed intendono dare avvio ad un progetto di impresa o lavoro autonomo. Il progetto proposto alla Regione Toscana si attua sui territori della provincia di Livorno (Area livornese, Val di Cecina Q. costiero, Val di Cornia, Elba e Arcipelago), si prefigge di agire positivamente sulla occupabilità di tali soggetti, rispondendo ai fabbisogni rilevati dai partner in relazione alle fasi di pre-avvio e start up di nuove iniziative imprenditoriali, grazie alle quali migliorare la competitività del territorio e creare occupazione in nuovi bacini di impiego attraverso lo sviluppo di imprenditorialità “fresca”, anche in alcune aree di eccellenza tecnologica.

Il progetto ha previsto lo sviluppo di un percorso integrato (informazione e orientamento, formazione, coaching, consulenza e mentoring imprenditoriale), durante il quale gli aspiranti imprenditori sono stati formati e accompagnati da esperti nel processo intero che va dalla valutazione dell'idea di impresa fino allo start-up: tale attività si snoda attraverso attività di informazione collettiva e individuale, di formazione e di accompagnamento e consulenza personalizzata per elaborare il progetto imprenditoriale mediante il business plan e l'assistenza alla costituzione, favorendo l'accesso anche agli strumenti di finanziamento più idonei e, se funzionale, la location presso gli incubatori di impresa presenti a Cecina e Rosignano.

## **Il contesto generale**

Il Rapporto sull' economia toscana: 2015 dell'Irpet, mostra che il tasso di disoccupazione in Toscana nel III trimestre 2014 è risultato pari al 9,3% rispetto all'7,6% dell'anno precedente e al 9,7% del trimestre precedente. Tra le donne la disoccupazione è salita all'11,7% dall'8,7% rilevato un anno fa, e dall'11,3% del trimestre precedente.

Secondo i dati Istat del 2013 il fenomeno dei NEET (Not in Education, Employment or Training), giovani tra 15 e 29 anni che non studiano e non lavorano, in Italia, pesa per un 26% degli under 30. Per quasi un terzo dei Neet l'allontanamento dal mercato del lavoro è una scelta in parte volontaria, a volte solo temporanea. Infatti il 30% di questi soggetti, in maggioranza donne (pari al 73%), dichiarano di non cercare un impiego e di non essere disponibili a lavorare in gran parte per motivi familiari, perché sono impegnati in attività formative informali, sono inabili o hanno problemi di salute, non hanno interesse per il lavoro o non ne hanno bisogno; il tasso di Neet è correlato negativamente anche alla percentuale di studenti lavoratori e nasconde anche fenomeno del lavoro sommerso. Basso livello di istruzione (ed alti livelli di dispersione scolastica) e scarso livello di occupabilità dei laureati rende i NEET italiani come una categoria particolarmente difficile. “Youth Guarantee” riguarda i paesi membri con tassi di disoccupazione superiori al 25%; Garanzia Giovani ne è l'espressione italiana tesa a garantire ai giovani al di sotto dei 30 anni un'offerta qualitativamente valida di lavoro, proseguimento degli studi, apprendistato o tirocinio, entro 4 mesi dall'inizio della disoccupazione o dall'uscita dal sistema d'istruzione formale.

La Garanzia Giovani è quindi un'iniziativa che può aiutare a entrare nel mondo del lavoro, valorizzando le attitudini e il background formativo e professionale dei giovani. Una delle misure previste da tale provvedimento riguarda il sostegno all'autoimprenditorialità in un momento storico, tuttavia, caratterizzato da staticità dei mercati e recessione in cui restano comunque le PMI la fonte più importante di nuova occupazione, sotto forma di autoimpiego ma anche di assunzioni, creando ogni anno in Europa più di quattro milioni di nuovi posti di lavoro. In virtù di ciò, nell'Action Plan Imprenditorialità 2020 si sottolinea come, per riportare l'Europa sui binari della crescita e dell'occupazione, e renderla competitiva con le altre economie mondiali, ci sia bisogno di un maggior numero di imprenditori e di startup. La stessa Raccomandazione del Consiglio sull'istituzione della Garanzia per i Giovani, in un paragrafo specifico, dedicato alle “Misure connesse al mercato del lavoro”, invita gli Stati membri a “Rendere disponibili più servizi di sostegno all'avviamento (start-up) e migliorare la sensibilizzazione sulle possibili opportunità e prospettive legate al lavoro autonomo, anche attraverso una maggiore collaborazione tra servizi per l'impiego, sostegno alle aziende e fornitori di (micro) finanziamenti”.

In questo ambito, la Regione Toscana prosegue il proprio impegno per aiutare i giovani ad entrare in un mercato che li vede, troppo spesso, ai margini. Nel DAP Documento Annuale di Programmazione 2015 si afferma che l'essere giovani rappresenta oggi uno svantaggio, dal momento che riduce la probabilità di essere occupati, mentre l'area della disoccupazione e inattività, le due facce del fenomeno Neet, è passata dal 12,5% al 20,2%. Perciò una delle priorità ineludibili della programmazione regionale è rappresentata dal rilancio della competitività del sistema economico regionale attraverso l'avvio di una nuova stagione di investimenti pubblici e privati e parallelamente l'impegno sul versante del sostegno alla nascita di nuove imprese, in particolare di giovani portando avanti la già positiva stagione di sostegno istituita nel 2011 col progetto Giovanisì e gli interventi previsti tirocini, servizio civile, apprendistato, sostegno all'autoimprenditorialità, mobilità professionale transnazionale e incentivi occupazionali.

## **Il contesto socio economico provinciale**

Il contesto socio economico in cui è proposto il progetto FOR.M.I.CO.LI<sup>^</sup> è quello della provincia di Livorno, territorio rappresentato da 4 SEL: Livorno, Val di Cecina, Val di Cornia, Elba e Arcipelago.

Si tratta di un territorio che si è sviluppato secondo altre logiche rispetto ad altre aree della Toscana nelle quali insistono sistemi economici e distretti industriali ad alta specializzazione e caratterizzazione (si pensi al distretto del tessile, del cuoio, della nautica, dell'oreficeria etc). La provincia di Livorno ha visto svilupparsi l'economia attorno a 2 porti (Livorno e Piombino) e a 3 poli industriali di grosse dimensioni (Livorno, Rosignano Solvay e Piombino) non generati dalla cultura imprenditoriale locale ma di origine esterna e spesso patrimonio delle Partecipazioni Statali che ne hanno però determinato lo sviluppo e, negli ultimi anni, il declino e la crisi.

**L'area di Livorno** è caratterizzata dalla presenza della struttura portuale incentrata su traffici mercantili e passeggeri collegata ad un sistema logistico piuttosto articolato, dalla presenza di un grosso cantiere nautico (Azimut Benetti), da una grande raffineria Eni. Tutto il settore privato della carpenteria e meccanica pesante, di precisione e della componentistica auto che ha trainato l'economia locale per decenni è quasi del tutto scomparso. L'indotto alla grande industria e il sistema delle costruzioni è andato progressivamente ridimensionandosi per effetto della chiusura delle industrie, dell'arresto degli investimenti nelle opere pubbliche e nell'edilizia privata, e come conseguenza della crisi economica generale e la contrazione dei consumi. E' un territorio basato sostanzialmente sui servizi e su una molteplicità di piccole e piccolissime imprese artigianali che per dimensioni, flessibilità e capacità di adattamento rappresentano attualmente la risposta economica ed occupazionale possibile del territorio. L'area di Livorno è quella che più di altre sta trovando comunque difficoltà a trovare un modello di riconversione e rilancio per arginare la crisi generale ed il drastico ridimensionamento dell'offerta produttiva e quindi occupazionale (insieme a Piombino e a Massa, Livorno è stata inserita dalla Regione Toscana tra le aree di Crisi Complessa, a conferma delle difficoltà particolari che questi territori attraversano)

**L'area della Val di Cecina** si è sviluppata su diversi assi: l'area di Rosignano è cresciuta attorno allo Stabilimento chimico Solvay creando un indotto importante di piccole e medie imprese anche specializzate; su un versante parallelo le produzioni nautiche artigianali (da diporto e da lavoro) hanno espresso per anni grandi eccellenze e da alcuni anni la crisi della piccola nautica ne ha determinato la loro quasi scomparsa; infine il forte radicamento della cultura rurale e un microclima eccellente hanno permesso di difendere l'appeal naturalistico, valorizzare le risorse agricole e generare distretti produttivi di produzioni olearie, orticole e vitivinicole di alta qualità e notorietà internazionale soprattutto nell'area di Bolgheri e Castagneto Carducci ed un turismo balneare e un turismo rurale di qualità. Il ridimensionamento produttivo della grande industria chimica e del suo indotto e della nautica ha avuto tuttavia ripercussioni fortemente negative sul proprio indotto agendo sui livelli occupazionali in maniera drastica negli ultimi 5 anni.

**L'area Val di Cornia**, parimenti alla Val di Cecina mostra una molteplice personalità: l'area di Piombino è caratterizzata dalla presenza del grande Polo industriale Lucchini-Arcelor Mittal-Dalmine in cui la crisi siderurgica ha determinato una crisi violenta anche in termini occupazionali; tuttavia il porto passeggeri che collega Piombino con l'Elba la Sardegna e la Corsica si mostra in crescita progressiva ed è foriero di opportunità future. E' un'area che ha un'entroterra che ha ricercato progressivamente negli ultimi 20 anni una risposta economica alternativa a quella industriale, valorizzando le risorse archeologiche, naturalistiche ed agricole con crescita anche del comparto turistico e termale. In quest'area la crisi economica ha inciso in modo vistoso sull'economia, i consumi ed i livelli occupazionali determinando anche una progressiva contrazione della popolazione residente. La recente acquisizione di parte del Polo siderurgico da parte del gruppo Cevital, l'ampliamento del Porto e l'Accordo di programma siglato ad aprile 2015 per la riconversione produttiva del Polo siderurgico tracciano un orizzonte di speranza in grado di generare benefici nel medio-lungo periodo.

**L'area Elba-Arcipelago Toscano** è caratterizzata da un'economia fondamentalmente incentrata sul turismo; il carattere fortemente stagionale di questa economia e il mutamento dei comportamenti turistici ha mostrato tuttavia limiti e potenzialità determinati dai cambiamenti nei mercati turistici europei che ha riorientato molta clientela soprattutto nazionale che storicamente prediligeva l'Elba come meta ideale delle vacanze estive verso altre destinazioni. D'altro canto l'Isola d'Elba sta intraprendendo anche strade orientate alla green-economy redigendo un Paes molto ambizioso (con l'obiettivo di aver un giorno un'isola a emissioni zero) che, se concretamente attuato, potrà apportare grossi benefici sia ambientali che produttivi ed occupazionali.

Per ciò che riguarda un'analisi generale di tipo settoriale (dati Camera di Commercio tratti da "Rapporto sull'economia nella provincia di Livorno nel 2013) si può affermare che **l'Artigianato**, mostra una migliore tenuta (pur in un contesto di contrazione di fatturato e occupazione) rispetto alla meda toscana e seppur in presenza di indici negativi tra mortalità e natalità delle imprese e la drastica crisi del settore delle costruzioni che rappresentano tuttora il 41,7% delle imprese artigiane; segue un 18,8% di attività manifatturiere, un 14,9% delle attività di servizi, un 6,7% di attività legate alla logistica (trasporto e magazzinaggio); il commercio e le riparazioni auto incidono del 5,9%, i servizi alle imprese per un 4,6%. Come anzidetto l'artigianato livornese manca di quell'autonomia tipica dell'artigianato dei distretti industriali toscani ma tende a vivere in subordine all'industria, a concentrarsi su un artigianato dei servizi alle imprese e alla persona e ad un mercato principalmente locale.

Il settore dell'**Industria** rappresentato da siderurgia, meccanica, automotive, cantieristica, chimica, gomma-plastica è quello che maggiormente ha risentito della crisi, nonché della forte dipendenza da decisioni derivanti dall'esterno che si ripercuotono sull'industria locale (le imprese che hanno sede fuori dalla provincia sono infatti ben il 39%). Il settore della fabbricazione di prodotti in metallo ha un peso significativo e si attesta su un 20,2%, quello dell'industria alimentare su un 15,2%, quello delle riparazioni di macchinari sul

10,9%, le altre attività manifatturiere sul 10,6%; degna di nota la quota di imprese legate alla lavorazione del legno con l'8,4%. In senso più generale l'eccesso di capacità produttiva delle industrie livornesi è ormai strutturale e fortemente antieconomica; obsolescenza degli impianti, pochi investimenti di rinnovamento, crollo delle commesse sono stati determinanti nella contrazione del settore e la cessazione di molte attività imprenditoriali.

Il settore del **Commercio** ha visto nell'ultimo triennio un forte indebolimento della domanda interna soprattutto nelle vendite al dettaglio di prodotti non alimentari; il settore ha visto un crollo dell'occupazione, l'incremento della cassa integrazione, la diminuzione dei redditi delle famiglie ed il potere d'acquisto. La crisi del commercio al dettaglio colpisce più gli esercizi specializzati che non le grandi superfici di acquisto come ipermercati e supermercati; si consideri che il dettaglio livornese è costituito per ben l'81,5% da esercizi di vicinato ed il resto da medie e grandi strutture di vendita. Il commercio al dettaglio riguarda anche il commercio su aree pubbliche sia per via telematica; nel 2013 erano operative 1892 operatori di questa categoria la quale pare l'unica a manifestare segni economici positivi.

Il settore del **Turismo** sembra l'unico che riesca a tenere negli ultimi anni in provincia di Livorno; nel turismo si considerano le strutture ricettive, stabilimenti balneari, servizi al turismo, agenzie di viaggio, ma anche ristoranti e bar, attività legale a tempo libero. Al di là dei dati assoluti della presenza numerica di imprese su questo e quel SEL quel che spicca è che nell'Arcipelago Toscano 854 operano nel turismo rappresentando il 24,7% delle imprese operanti sul territorio contro un 8,6% dell'area livornese con 1117 ditte. Val di Cecina conta 853 ditte che pesano un 12,3% sul totale delle attività d'impresa e la Val di Cornia con 546 attività e un 10,8% di incidenza sul totale ditte. Si rileva che la provincia di Livorno supera la media regionale per quel che attiene le strutture tipicamente turistiche (alberghi villaggi affittacamere campeggi) e gli esercizi della ristorazione. In questo contesto statistico è necessario ricordare quanto l'agriturismo, sviluppatosi progressivamente negli ultimi anni anche in provincia di Livorno, sia da leggersi non solo come un fenomeno legato all'agricoltura ma anche al turismo e quindi da osservarsi in un'ottica integrata tanto che l'agricoltura e le produzioni livornesi hanno rivestito un ruolo importante nella dinamica turistica provinciale, tanto da far risultare la provincia di Livorno, al secondo posto delle presenze regionali.

Riguardo l'**Agricoltura** i dati del 6° Censimento Generale dell'Agricoltura ISTAT (anno 2010), mostrano che in provincia di Livorno risultano presenti n. 3.969 aziende agricole, su di una superficie agricola totale (S.A.T.) Di Ha 51.450,88, mentre la superficie agricola utilizzata (S.A.U.) ammonta ad Ha 33.390,52. L'agricoltura livornese può essere definita "piccola ma di qualità", intendendo che produce quasi di tutto, ma in piccole quantità, rispetto a quelli che sono i numeri regionali e nazionali, salvo qualche eccezione di rilievo. L'orticoltura continua ad essere un comparto fondamentale per l'agricoltura locale; quasi ¼ dei prodotti orticoli freschi toscani, provengono da questa provincia, rappresentati in maniera prevalente da 4/5 ortaggi quali il carciofo, melone, spinacio, patata, pomodoro. Il settore vitivinicolo, maggior ambasciatore di Livorno nel mondo, è stato caratterizzato negli ultimi venti anni da una profonda evoluzione nella domanda,

sia nel modo di produrre che nell'offerta e nelle dinamiche competitive a livello globale. Produzioni olivicole, zootecnia bovina di carne e servizi agrituristici sono gli altri connotati salienti dell'agricoltura livornese, che ha dato prova e continua a dare prova di iniziative di ammodernamento ed innovazione, nonché di elevata propensione agli investimenti. Infatti gli anni più recenti sono stati caratterizzati da un diffuso interesse verso il mondo agricolo, in un primo tempo in chiave "personale" e per lo più valoriale, oggi sempre più sociale ed economica, con una riscoperta dell'agricoltura, dell'ambiente, del territorio e dei suoi protagonisti quali "asset chiave". Al ruolo subalterno attribuito all'agricoltura fino a poco tempo fa, nell'ambito dell'economia, rispetto all'industria tecnologica, al terziario avanzato, si contrappone il fermento che il settore è in grado oggi di esprimere.

È in atto un vero e proprio cambiamento culturale, che porta giovani e meno giovani a riscoprire e coltivare a vario titolo aspetti e interessi strettamente correlati al mondo agricolo.

In senso molto generale si può comunque affermare che attualmente l'economia provinciale è di natura tradizionale dove scarseggiano le eccellenze innovative, gli investimenti in tecnologie e le produzioni ad altro valore aggiunto o investimenti in R&S, dove la vocazione all'intrapresa è scarsa soprattutto nelle aree occupate storicamente dalle grandi imprese; resta parcellizzata e spontaneistica e tendenzialmente restia alle forme di aggregazione imprenditoria nelle aree rurali o a vocazione turistica.

L'affresco sopra esposto ci è utile per inquadrare le caratteristiche, le diversità le vocazioni, i limiti, le potenzialità, le difficoltà presenti nell'ottica di voler dare un contributo alla creazione di opportunità occupazionali mediante la creazione di nuove realtà imprenditoriali o comunque di lavoro autonomo soprattutto tra i giovani.

La consapevolezza del contesto economico che ci circonda e l'ambiente che potremmo auspicare di creare, significa fare i conti col passato ed i progetti per il futuro, le capacità delle amministrazioni, degli stakeholders, delle collettività e degli individui di trovare o inventare la propria collocazione e dare un contributo alla creazione di un migliore futuro.

A vario titolo ogni stake-holder esprime la propria preoccupazione per la contrazione delle produzioni, dei consumi, del lavoro, degli over 40 e over 50 estromessi dal mondo produttivo, dei giovani senza impiego ed ancor più della crescita dei Neet ovvero giovani che non studiano, non lavorano, non fanno formazione, né cercano un'opportunità.

Le ricette risolutive non esistono ma tante volontà mirate insieme possono dare un contributo. Osservare un fenomeno limitandosi a descriverlo non è sufficiente.

La poca diffusione di una **cultura d'impresa**, la poca aderenza dei percorsi di istruzione al mondo imprenditoriale, una scarsa abitudine a immaginarsi imprenditori anziché dipendenti è il contesto culturale in cui versa il territorio della provincia di Livorno. I contesti culturali difficilmente si possono modificare per

decreto o generiche volontà politiche: più facilmente si modificano per estrema necessità (è rappresentativo il caso del quarantenne espulso dalla grande industria che mette a profitto per le proprie competenze in una attività in proprio) o grazie a processi di “acculturamento” idealmente su chi ha la freschezza mentale e la prospettiva per inventarsi un futuro.

Sin dagli anni '80 nella provincia di Livorno si è visto nell'**incentivazione della creazione di impresa** la chiave per gestire le perdite occupazionali che già lo smantellamento delle partecipazioni statali stavano generando. In provincia di Livorno i Business Innovation Centres della DG XVI della Commissione Europea negli anni '80-'90 sono stati una sperimentazione modestamente efficace per rispondere ai fabbisogni occupazionali e a far germogliare innovazione imprenditoriale su un territorio di per sé caratterizzato da una vocazione economica tradizionale. Le leggi di finanziamento dell'imprenditoria giovanile della Regione Toscana il loro contributo lo hanno dato.

Strumenti di per sé validi che non hanno conseguito però l'obiettivo di fare cultura d'impresa in anni in cui, tutto sommato, l'economia teneva e gli spazi occupazionali c'erano.

Dell'incremento dei livelli di scolarizzazione delle ultime generazioni non ne ha beneficiato molto l'imprenditoria locale poco ricettiva a innovare ed a crescere anche tecnologicamente; e molti giovani sono adatti altrove a esprimere le proprie competenze, temendo di non riuscire a farlo da soli vicino casa o restii ad adattarsi a ruoli professionali più modesti.

“La proposta di relazione programmatica 2013-2014-2015 della Provincia di Livorno” rappresenta in maniera ampia dettagliata ed esaustiva sia il trend economico sia gli strumenti anche di programmazione negoziata e di azione strategica in grado di rilanciare il territorio puntando molto su logistica, ambiente-territorio, istruzione-formazione che possano trainare anche la ripresa economica e quindi agire positivamente sugli elementi occupazionali.

Il documento non può però fare a meno di puntare l'attenzione al **fenomeno della disoccupazione giovanile** rilevando che “la quota del mercato del lavoro che appare maggiormente in sofferenza nella realtà livornese, dove ancora “tiene” l'occupazione tipica, sia nella componente dei dipendenti, per quando “dimagrita” dai passaggi di parziale deindustrializzazione già compiuti, sia in quella del terziario, in particolare del commercio, è rappresentata dai giovani nella fascia di età 15-34 anni, alle prese con la fase di ingresso e di integrazione nel mercato del lavoro sempre più fluido e con una domanda di lavoro in contrazione. All'interno della fascia di età soffrono in particolare i giovanissimi: il numero di coloro che entrano nel mercato del lavoro tra i 15 e i 24 anni è ancora ridotto per effetto della continuazione dei percorsi di studi. Tuttavia questa fascia dei più giovani subisce maggiormente gli effetti della crisi e della scarsità della domanda di lavoro, proprio in quanto sembra incompressibile: chi entra ad un'età più bassa nel mercato del lavoro, concludendo precocemente gli studi e la formazione, lo fa per “necessità” ovvero per difficoltà a restare nel circuito dell'istruzione/formazione. Da qui la permanenza sul mercato del lavoro - registrata dal

mantenimento di alti tassi di attività-, pur a fronte di tassi di disoccupazione più elevati rispetto alle altre fasce. La fascia di età dei giovani adulti tra i 25 e i 34 anni, che è già quasi completamente entrata nel mercato del lavoro, sembra reagire all'avanzare della crisi del mercato del lavoro uscendo vuoti per scoraggiamento vuoti per investire sulle credenziali personali, intraprendendo percorsi formativi aggiuntivi. Quindi, a fronte di una crescita della disoccupazione, il numero degli attivi si contrae.

La “nota a consuntivo dell'analisi del **mercato del lavoro**” pubblicata a marzo 2015 dalla Provincia di Livorno sulla base dei dati forniti dai Centri per l'Impiego illustra “l'impetuosità del trend negativo dei risultati occupazionali. Infatti” il mese di dicembre 2014 chiude un trimestre piuttosto critico sul fronte della disoccupazione come conferma il numero degli iscritti negli elenchi dei Centri Impiego che risulta in aumento del +5,5% rispetto alle consistenze registrate al 30 settembre dello stesso anno. Ancora più decisa la crescita in termini tendenziali con un +8,7% rispetto al 31 dicembre 2013, la variazione misurata in termini assoluti è pari a 5.053 iscritti, porta il numero dei disoccupati registrati a raggiungere le 62.286 unità. L'aumento degli iscritti è presente in tutti e quattro i CPI, ma in quello di Rosignano e in quello di Livorno sale al +10% rispetto alle consistenze registrate nell'anno precedente (rispettivamente +10,6% e +10,0%). La perdita definitiva del posto di lavoro in importanti realtà produttive insediate in questi due CPI ha avuto un ruolo significativo nell'alimentare il numero degli ingressi nelle liste di disoccupazione, tenuto conto che quest'ultime rappresentano una tappa obbligata per poter accedere agli ammortizzatori sociali. La crisi delle grandi industrie del manifatturiero e del loro indotto a cui si aggiungono le difficoltà in cui versano tutte le attività legate all'edilizia, rappresentano un contesto in cui l'occupazione maschile risulta particolarmente indebolita. Le dinamiche dell'ultimo triennio infatti delineano una crescita nel numero degli iscritti maschi sempre più elevata rispetto alle donne: se poniamo a confronto il dato di fine anno 2014 con il corrispondente dato di fine anno 2011 l'incremento è pari al +41,4%, ampiamente superiore quindi all'aumento già notevole del +34,4% riferito alle donne. La perdita di occupazione rappresenta la condizione prevalente di coloro che risultano iscritti ai CPI, non mancano comunque gli “inoccupati” e precisamente coloro che sono alla ricerca di un primo impiego. Essi rappresentano il 5,1% (3.190) del totale ma relativizzando rispetto all'età dell'iscritto, gli inoccupati coprono circa l'80% dei giovanissimi tra i 15 e i 18 anni e il 20% dei giovani fino a 25 anni.

Rispetto ai valori di fine anno 2013 si nota un generalizzato aumento del peso degli inoccupati nelle rispettive classi di età ma i dati più significativi, anche perché numericamente più rilevanti, riguardano i giovani che rappresentano lo specifico raggio di azione del **programma Garanzia Giovani** attivo dal mese di maggio del 2014. L'obiettivo del Piano è proprio quello di offrire ai giovani al di sotto dei 29 anni di età un sostegno fondato su politiche attive di istruzione, formazione ed inserimento nel mondo del lavoro tramite l'adesione volontaria a specifici percorsi appositamente individuati dai servizi pubblici per l'impiego(CPI)”.

In questo contesto di grave difficoltà, si rileva tuttavia la sussistenza di azioni volte a dare un contributo ad un cambiamento di tendenza laddove si possa assistere ad un effettiva **integrazione tra soggetti, strumenti e volontà politico-strategiche**.

**I Poli Tecnici dell'Istruzione** voluti dalla Regione Toscana hanno l'ambizione di voler catalizzare attorno a settori economici strategici l'istruzione, la ricerca, le imprese, la formazione. Concertazione ed indirizzi, se fortemente orientati, possono creare condizioni ideali per facilitare scelte economiche, formative ed occupazionali.

**Il POR Regione Toscana FSE 2014-2020** continuerà a investire su competenze ma ancor più sui risultati occupazionali e su settori strategici; mostrerà nei prossimi anni quanto operare per obiettivi ed aderenza ai fabbisogni reali dei territori/settori possa essere una risposta più efficace rispetto alla generalizzazione.

**I Distretti Tecnologici e gli Incubatori/Start up house** promossi dalla Regione Toscana sono la rappresentazione più pragmatica per dare concretezza all'idea di far nascere nuove imprese, caratterizzate da elementi di innovazione e sostenibilità economica, e collaborazioni produttive tra diversi soggetti (tra imprese tradizionali ed hi-tech, tra PMI hi-tech e tra imprese e OR), attraverso una rete strutturata di servizi qualificati e di strutture in tutte le fasi del percorso: realtà vicine ai territori pronte ad individuare i fabbisogni e le proposte, legati all'economia locale grazie a rapporti privilegiati con le rappresentanze delle imprese e dotati di strumenti per facilitare il passaggio dall'idea all'impresa.

**Il mondo associativo datoriale** più strutturato, facendo tesoro della propria conoscenza dell'economia locale e delle richieste delle imprese, rispondendo alla domanda di mantenere occupazione e crearne di nuova anche in forma autonoma, dà un contributo concreto e coerente ai fabbisogni del mercato.

**Garanzia Giovani** ha l'ambizione di dare risposte in un contesto difficilissimo dove non sussiste talvolta la concreta risposta da offrire. Garanzia Giovani è tuttavia uno strumento neonato che nel tempo è destinato ad assumere un ruolo centrale nella gestione delle dinamiche occupazionali se saprà integrarsi con altri strumenti ed opportunità e relazionarsi con tutti i soggetti che a vario titolo possono dare un contributo alla crescita economica e di lavoro.

Disegnare le condizioni ideali per dare un contributo alla creazione di imprese giovanili in un periodo di grande crisi strutturale è missione assai ambiziosa e insieme difficile. Una sfida che però è perseguibile se più strumenti, insieme, mirano al medesimo target con metodo e costanza.

**L'Avviso regionale per l'auto imprenditorialità rappresenta un salto sostanziale nell'approccio alla materia dell'occupazione giovanile** perché è un mix integrato e nuovo di opportunità in quanto:

-punta sulla conoscenza, il trasferimento delle conoscenze e lo sviluppo delle competenze ancorché sui tradizionali aiuti agli investimenti materiali per l'avvio delle nuove imprese

-effettua una scelta mirata su un target preciso di utenti collocati in un disegno già tracciato quale Garanzia Giovani;

- individua nei Poli di Innovazione e Incubazione l'opportunità concreta di location delle nuove idee imprenditoriali laddove vengono generate ed insieme l'accesso a know-how, tecnologie, expertise; -coinvolge i sistemi associativi di categoria che conoscono il mercato e le sue dinamiche e già svolgono un'attività di informazione, orientamento, accompagnamento allo start-up in aderenza al mercato di loro competenza;

-conferisce alle agenzie formative l'opportunità di mettere a pieno profitto la propria esperienza correlata al saper fare formazione con obiettivi occupazionali aderendo al mondo produttivo e non solo la capacità di generare una buona formazione accademicamente ineccepibile;

-dà la possibilità ai beneficiari di acquisire una cultura dell'intraprendere e di poter far nascere tra le proprie mani l'impresa desiderata in un contesto di accompagnamento e aderenza al reale.

In questo contesto, il Polo di Navacchio ed il Polo della Magona, con i rispettivi Incubatori,, CNA Confederazione Nazionale dell'Artigianato della provincia di Livorno (che rappresenta artigianato industria e commercio-turismo) e la sua Agenzia formativa CNA Servizi, Confederazione Italiana Agricoltori della provincia di Livorno e la propria agenzia formativa Agricoltura è Vita sono partenariato esaustivo per rispondere a tutti gli obiettivi dell'Avviso.

## Attività di analisi dei fabbisogni

E' un'analisi che permette di osservare il fenomeno in valori assoluti e tendenziali e di descriverne le caratteristiche e sfumature; sebbene l'analisi non sia rappresentativa dell'universo provinciale, ne è comunque una significativa espressione visto che CNA e CIA contribuiscono alla nascita di nuove imprese in ogni categoria merceologica e conoscono le dinamiche dei vari settori e sono in grado di orientare, sulla base dell'esperienza concreta, le scelte progettuali di FOR.M.I.CO.LI^ verso l'ottimizzazione dei processi e la massimizzazione dei risultati.

L'attività svolta dal **partenariato** nell'area della provincia di Livorno nell'ambito dei servizi alla creazione d'impresa si è esplicitata nel 2014 nei seguenti dati di afflusso:

**Sistema CNA: 474** contatti

**Sistema CIA: 85** contatti

Dei soggetti **599** soggetti che si sono rivolti a CIA e CNA con l'idea di intraprendere un'attività in proprio 85 hanno **concluso il processo di accompagnamento e creato l'impresa assistiti da CNA o CIA.**

Gli **Incubatori di Rosignano e Magona**, gestiti da Polo Navacchio, hanno iniziato a promuovere attivamente i servizi allo start-up sostanzialmente dal 2015. La loro azione mostra un **trend positivo che ha già visto 25** soggetti avanzare una propria idea di impresa e **10** soggetti impegnati in un percorso formativo di business planning all'epoca di scrittura del presente progetto.

**In sintesi:**

anno/zone	contatti CIA	contatti CNA	totale contatti	% imprese nate /contatti	imprese nate artigianato	imprese nate comm./lib profes	imprese nate agricoltura	Totale imprese nate
<b>2014</b>								
Livorno	5	275	280	10%	12	15	1	28
BVC	45	65	110	18%	12	2	6	20
VdC	34	65	99	11%	4	2	5	11
Elba	1	69	70	37%	8	18		26
<b>Totali</b>	<b>85</b>	<b>474</b>	<b>559</b>		<b>36</b>	<b>37</b>	<b>12</b>	<b>85</b>
<b>2013</b>								
Livorno	4	255	259	15%	23	13	1	37
BVC	28	36	64	47%	9	3	5	17
VdC	37	51	88	37%	7	5	7	19
Elba	1	57	58	35%	8	12		20
<b>Totali</b>	<b>70</b>	<b>399</b>	<b>469</b>		<b>47</b>	<b>33</b>	<b>13</b>	<b>93</b>

2012								
<b>Livorno</b>	3	254	257	13%	15	18		33
<b>BVC</b>	24	42	66	33%	8	3	3	14
<b>VdC</b>	25	63	88	25%	5	5	6	16
<b>Elba</b>		58	58	41%	18	6		24
<b>Totali</b>	52	417	<b>469</b>		46	32	9	<b>87</b>

Nel triennio si osserva che i risultati di creazione d'impresa sono tutto sommato stabili in termini assoluti (ovviamente trattasi di dati afferenti il mondo CNA CIA e si stima che un 30% di coloro che hanno avviato il processo di approfondimento con le predette associazioni poi lo abbiano concluso autonomamente e/o con altri consulenti) ma si nota uno spostamento settoriale verso il commercio e le libere professioni. I risultati più interessanti in termini di rapporto tra idee presentate ed effettiva creazione di impresa si osservano nelle aree Bassa Val di Cecina e Elba. L'area di Livorno resta tendenzialmente deludente sia i termini di rapporto tra contatti/proposte e nascita di imprese, che di valori assoluti di numero di imprese create.

Analizzando le **tipologie di idee** che giungono a CNA si rileva che il settore del **commercio** ha avuto un andamento incrementale soprattutto nell'area di Livorno e Elba: nel commercio si considerano anche le libere professioni e le attività turistiche. L'incremento di proposte nel settore del commercio osservabile nell'ultimo triennio è da interpretarsi come scelta idealmente più semplice in termini di realizzabilità specie nel segmento delle libere professioni; si tratta spesso infatti di idee calate sulla competenza individuale o nei segmenti economici tradizionali ove l'investimento iniziale è modesto e le caratteristiche personali o l'esperienza non assumono nell'immaginario dei proponenti un ruolo cruciale. Sono le attività in cui però si assiste ai tassi più elevati di mortalità nel primo triennio. Il settore commercio è altresì molto legato alle caratteristiche dei territori e spicca nell'area dell'Isola d'Elba storicamente vocata al turismo.

La **diminuzione di idee nel settore dell'artigianato** è da attribuirsi al periodo storico di crisi recessiva ed alla saturazione di taluni comparti storici (impiantistica, costruzioni, estetica-acconciatura, trasporti) ove la nascita di nuove realtà risulterebbe avere notevoli difficoltà di mercato in assenza di idee di prodotto/processo innovative o di nicchia. Si rileva che talune proposte di idee sono avanzate da soggetti espulsi come dipendenti da altre imprese che tentano la carta dell'autoimprenditorialità.

Le iniziative che nascono nel **settore dell'agricoltura** si concentrano nell'area della Bassa Val di Cecina storicamente vocata a dette produzioni e nella Val di Cornia che ha assistito negli ultimi anni ad un incremento di queste attività anche per effetto della crisi industriale del Polo Siderurgico con una riscoperta dell'agricoltura, dell'ambiente, del territorio in chiave sempre più sociale ed economica.

La presenza di due Incubatori nella provincia di Livorno, rappresenterà un vero e proprio volano per il settore **settore hi-tech** perché consentirà di catalizzare giovani professionalità con idee innovative in settori con forti prospettive di crescita che, fino ad ora, non hanno trovato un adeguato supporto sul territorio in

termini di servizi, strutture e professionalità.

Riguardo l'**età dei proponenti** poiché le classificazioni finora adottate da CNA e CIA non sono congrue con la fascia di età cui si rivolge il Progetto per l'auto imprenditorialità giovanile e Garanzia Giovani è possibile fare una stima di massima e di tendenza.

CNA ad esempio classifica i proponenti tra soggetti con più o meno di 35 anni; per Cia, viste le normative esistenti, si considerano giovani imprenditori chi ha fino a 40 anni.

La tendenza che si osserva negli ultimi 2 anni è il netto incremento di proposte avanzate da over 35 e una percentuale considerevole (circa il 25%) è di over 40 per effetto - pressoché nella totalità dei casi - dell'espulsione dal mondo del lavoro come dipendente.

**I giovani sotto i 29 possono essere quantificati in circa un 30% del totale** delle proposte e si tratta comunque di soggetti che hanno già svolto una qualche attività lavorativa, anche precaria o saltuaria, che cercano di dare una configurazione alla propria professionalità e alle proprie aspirazioni.

Per ciò che riguarda i **fabbisogni di assistenza degli aspiranti imprenditori** (espliciti o inconsapevoli) è necessario fare un'analisi preliminare sulla tipologia delle idee proposte (ed il loro grado di realizzabilità) e le competenze del proponente.

Genericamente si possono **classificare le idee** in:

**1) Le “non idee”** ovvero i contatti di coloro che affermano di voler avviare un'attività, ma non hanno ancora realizzato che cosa vorrebbero fare e sono in cerca di ispirazione (tale categoria è quantificabile in un 5% del totale dei contatti con le maggiori evidenze nell'area di Livorno).

**2) Le idee irrealizzabili** perché mancanti di requisiti di base e riguardo alle quali il processo di assistenza si esaurisce in breve tempo con la presa d'atto della non fattibilità oggettiva della proposta, spesso palesemente ovvia nella stragrande maggioranza di casi e legata alla totale mancanza di fonti di finanziamento, di requisiti oggettivi o di barriere di mercato insuperabili.

**3) Le idee potenzialmente realizzabili in cui i soggetti però non sono disposti ad intraprendere un percorso di approfondimento** e valutazione sottovalutandone l'importanza e preferiscono desistere o accontentarsi di informazioni generiche su adempimenti, fonti di finanziamento eccetera; in questa categoria sono da considerarsi anche i soggetti che si affidano poi passivamente ad altri consulenti per farsi assistere nelle pratiche burocratiche di avvio e avviano comunque l'impresa bypassando la valutazione economica di mercato che ne attesti la fattibilità.

**4) Le idee realizzabili con i cui proponenti si intraprende un percorso di studio e pianificazione ma che**

**non conducono però all'avvio dell'impresa:** si tratta dei casi che a seguito di dovuti approfondimenti si connotano da alti indici di rischio di sostenibilità, o impossibilità a trovare le coperture finanziarie e quindi il progetto viene abbandonato.

**5) Le idee realizzabili con i cui proponenti si intraprende un percorso di studio e pianificazione e si giunge al vero e proprio start-up** con accessoria assistenza finanziaria e, in taluni casi, anche la stipula di contratti di follow up.

Pressoché assenti idee e progetti ad elevato contenuto tecnologico o di innovazione di prodotto o di processo.

La presenza del Polo di Navacchio e di due Incubatori di impresa nella Bassa Val di Cecina rappresentano un'opportunità unica per dare una chance concreta ai giovani del territorio, per stimolare quei processi di germinazione di nuove idee e nuove professionalità in contesti a questo predisposti ed in un'atmosfera idonea a facilitarne la nascita.

Riguardo le **caratteristiche dei proponenti** si osserva che nella quasi totalità dei casi non sussiste una conoscenza di base di cosa significhi creare e condurre un'impresa. La questione della mancanza di una cultura d'impresa caratterizza prevalentemente le candidature provenienti da Val di Cornia e Livorno ove sussiste ancora l'aspirazione forte al lavoro dipendente pur in presenza di fattori di macroscopica crisi della grande e media industria che ha dato occupazione e alcune generazioni di lavoratori. Lo sviluppo di una **cultura dell'intrapresa tra i giovani** è un processo di non facile attuazione perché investe non solo la sfera dell'accesso alle **opportunità di istruzione e formazione** ma anche gli **ambienti sociali e familiari** mediamene poco inclini, nella provincia di Livorno, ad alimentare nelle nuove generazioni l'aspirazione a mettersi in proprio ed in gioco.

**Il fabbisogno primario del giovane aspirante imprenditore** (più o meno consapevole) è quello di acquisire una serie di nozioni elementari di base, prendere coscienza della propria effettiva motivazione e delle proprie caratteristiche personali-professionali per aspirare a diventare imprenditore (anche nell'accezione più semplice del libero professionista o titolare di una piccola ditta individuale) e realizzare, almeno a grandi linee, quali siano le potenzialità del mercato entro il quale vorrebbe inserirsi.

Al fabbisogno primario di informazione e quella che possiamo definire autovalutazione si risponde mediante un'attività individuale e di tipo collettivo seminariale:

**a) il servizio di sportello e prima accoglienza in forma individuale** ha lo scopo di delineare l'identikit del proponente, dell'idea e del suo grado di sviluppo. Contemporaneamente si orienta il proponente ad approfondire l'idea e la propria motivazione. Sulla base di questo primo step si determinano le fasi eventuali successive. Si osserva che nel 1° incontro l'utente spesso ha un'idea molto vaga del proprio progetto di impresa e ha eseguito una scarsa valutazione sulla propria persona e le proprie qualità soggettive ed oggettive. Il 1° incontro è di assoluta crucialità e spesso risolutivo per condurre ad un successivo

approfondimento o per far desistere l'aspirante imprenditore dal perseguire la propria idea.

**b) il servizio di informazione/formazione collettivo di natura seminariale** mira a illustrare ai partecipanti il processo di creazione d'impresa dal punto di vista burocratico, economico, finanziario, formativo. Pare il servizio più indicato alle fasce di candidati imprenditori a più alta scolarizzazione il cui fabbisogno è quello della conoscenza utile ad approfondire autonomamente il proprio progetto. Potrebbe risultare efficace abbinarvi esperienze laboratoriali in cui i partecipanti possano assumere un ruolo più attivo ed autoformativo misurandosi con le proprie capacità e attitudini ed interagendo con mentori provenienti da mondo imprenditoriale e esperti di coaching.

Un **fabbisogno secondario dell'aspirante imprenditore** è che si manifesta nel momento in cui si avvia il processo di studio dell'iniziativa imprenditoriale è la competenza di natura economico-finanziaria, di metodologie di analisi, di conoscenze giuridiche anche di base. E' la fase più cruciale del processo in quanto richiede all'aspirante imprenditore di diventare parte fortemente attiva nel processo di studio e pianificazione per trasformare la propria idea in un'impresa. E' la fase in cui sono anche le doti caratteriali, la formazione di base e la motivazione a determinarne la buona riuscita. Risulta infatti abbastanza diffusa la falsa convinzione che a determinate questioni devono pensare i consulenti (avvocati, commercialisti, le banche eccetera) e che non sia necessario all'imprenditore, oggi, avere padronanza degli elementi costitutivi della propria azienda per la sua migliore conduzione e per prendere decisioni.

A detto fabbisogno si può rispondere mediante un'attività individualizzata e collettiva:

**a) Formazione collettiva sulla conduzione di impresa.** I corsi di questa natura se paralleli o propedeutici ad attività individualizzata permettono al candidato imprenditore di sviluppare una competenza di base sugli aspetti più importanti della gestione aziendale ed applicare metodologie di analisi da applicare alla propria idea.

**b) Accompagnamento e consulenza all'analisi degli aspetti caratteristici dell'impresa.** Si tratta di tutto quanto attiene i regimi fiscali e contabili, le relazioni bancarie, la scelta della forma societaria, il ruolo civilistico dell'imprenditore e dell'impresa, gli adempimenti formativi, autorizzativi e formali per la specifica tipologia di impresa. Nello sviluppo di tale assistenza mediamente l'aspirante imprenditore tende ad assumere un ruolo molto passivo preferendo deferire scelte anche di strategica rilevanza. Ancorché effettivamente certi temi siano appannaggio di veri e propri specialisti sta però all'abilità del consulente creare condizioni ideali per far partecipare più attivamente i nuovi imprenditori; la forma dell'accompagnamento - consulenza collettiva su tematiche di interesse comune rappresenta una modalità efficace per rendere meno indigesto il trattamento di determinate tematiche.

**c) Servizio di accompagnamento individuale alla elaborazione del progetto d'impresa e/o business plan.** Affinché il progetto d'impresa sia concreto, fattibile e sostenibile è richiesto all'aspirante imprenditore

di svolgere un ruolo attivo nel processo; sarà compito attivo dell'aspirante imprenditore osservare il mercato in cui si vuole andare ad operare e la concorrenza, valutare i possibili fornitori, quantificare i costi di locazioni o di materiali a fronte di ricavi ipotizzati e prezzi definiti. E' compito del consulente offrirgli un metodo, strumenti e guidarlo nella ricerca e analizzare criticamente il suo lavoro dandone una configurazione economico finanziaria utile a tracciarne le caratteristiche e lo sviluppo nel tempo. Insieme aspirante imprenditore e consulente studiano le strategie più efficaci, i partenariati più adatti, le politiche di prezzo migliori. Questa metodologia permette una formazione sul campo molto efficace in grado di far emergere e consolidare le caratteristiche di intraprendenza e di managerialità per gestire l'impresa.

Di assoluta crucialità, per non dire del tutto determinante per l'effettivo avvio e sviluppo dell'impresa, la capacità del consulente di fornire un'**assistenza finanziaria a 360°** alla start-up in assenza della quale, nella stragrande maggioranza dei casi, anche una buona idea rischia la non realizzabilità.