

L'ospite. «Al Continente non basta l'imprenditorialità di sussistenza»

Molteni: i nuovi manager sono la chiave dello sviluppo

LUCIA CAPUZZI

Le condizioni sono favorevoli. L'economia dell'Africa orientale è in fermento. Si nota una grande vitalità. E la società è ottimista sulla possibilità di contribuire al cambiamento in atto attraverso la creazione di nuove imprese. Non a caso gli incubatori – cioè i consorzi di più aziende – si sono moltiplicati negli ultimi cinque anni.

«La sfida, a questo punto, è passare da una "micro-imprenditorialità di sussistenza" a "un'imprenditorialità da opportunità". Non fermarsi, cioè, alle piccolissime attività nate dalla necessità di soddisfare i bisogni esistenti, bensì creare aziende strutturate ed efficienti. Realtà che possano espandersi, producendo innovazione e tecnologia». Mario Molteni, docente di



Il professor Mario Molteni

Il docente dell'Università Cattolica prende parte all'incontro mondiale a Nairobi con il leader Usa

Economia aziendale all'Università Cattolica di Milano, è l'unico italiano presente al Global Entrepreneurship Summit 2015 che si apre oggi a Nairobi. Oltre 150 uomini d'affari ed esperti discuteranno fino a domani di modelli africani di impresa, innovazione, high tech, ruolo femminile. Onore d'onore, il presidente Usa Barack Obama. Molteni, che ha appena ricevuto il prestigioso titolo di Ashoka Fellow, è impegnato da oltre dieci anni nella formazione di una nuova generazione di imprenditori ad alto impatto sociale ed ambientale in Africa, attraverso il master E4impact.

Il corso – attivo sia a Milano sia nel continente nero, grazie a rapporti con gli atenei locali – questo autunno sarà presente, in contemporanea, in cinque nazioni africane: oltre a Kenya e Ghana – dove ormai è affermato –, il master debutterà in Sierra Leone, Uganda e Costa d'Avorio. «La cooperazione Nord-Sud ha "cambiato pelle". Invece di puntare sugli aiuti, il focus è il sostegno all'imprenditoria. La crescita di imprese sane, efficienti e so-

cialmente responsabili è la chiave per lo sviluppo del Continente», dice Molteni ad *Avvenire*. Dalla salute all'agro-business da Internet alla telefonia, sono molti i settori in espansione. «L'idea è quella di accompagnare il processo – aggiunge l'economista –. I bisogni ci sono. Da una parte si nota, tuttora, una forte richiesta di beni primari da parte dei gruppi sociali con meno risorse. Dall'altra, si va affiancando anche una domanda di prodotti di medio-alta qualità per i nuovi ricchi. I margini per la creazione di nuove imprese sono, dunque, ampi. Queste devono soddisfare entrambe le esigenze in modo sostenibile e tecnologicamente efficiente». Su questi due punti, in particolare, si gioca il "salto di qualità". A tal fine, può essere utile il contributo delle aziende italiane. «Queste devono costituire reti che rafforzino, però, gli imprenditori locali». Evitando, dunque, una strategia di conquista aggressiva del mercato. «L'idea è esattamente l'opposto. Non parliamo di trovare sbocchi interessanti per le multinazionali. Il fine è far crescere i manager africani», puntualizza Molteni.

Certo, l'instabilità politica rappresenta tuttora un ostacolo rilevante allo sviluppo dell'industria "made in Africa". Almeno a livello sociale e culturale si è vinta la diffidenza verso l'idea di impresa.

«Un'idea comprensibile data l'ingerenza dei colossi stranieri. Molti governi, tuttavia – spiega l'esperto –, ora hanno compreso l'importanza di favorire un processo autoctono di business. Soprattutto in Africa orientale, il sostegno all'imprenditoria è tra le priorità nell'agenda politica». Nel quadro favorevole, il ruolo determinante spetta ora alla nuova generazione di manager – fra cui sempre più donne – che via via si affacciano sul mercato.