

ABSTRACT DEI DATI AGER 2015

Durante l'evento "Sbagliando si impara?" verranno presentati i dati del **sesto Rapporto Globale sull'Imprenditorialità che Amway, multinazionale numero uno al mondo nel settore della Vendita Diretta**, realizza in collaborazione con l'Università Tecnica di Monaco (TUM) e GfK con lo scopo di promuovere il dibattito sulla cultura imprenditoriale in Italia e nel mondo. L'indagine, condotta in 44 Paesi, si propone di comprendere a livello globale quali siano gli **atteggiamenti, le paure e le aspettative in materia di lavoro autonomo e spirito imprenditoriale**, oltre che la percezione dell'attuale contesto sociale ed economico.

Secondo quanto emerso dalla ricerca, **in Italia c'è e resta una forte voglia di fare impresa: oggi il 73% degli italiani ha un atteggiamento positivo nei confronti dell'imprenditorialità**, nonostante ciò sono solo il **42% degli intervistati** coloro che riescono a immaginare di poter avviare un'attività in proprio. Nell'analisi degli ostacoli che scoraggiano l'iniziativa imprenditoriale, l'Italia fa registrare un chiaro primato a livello mondiale, alimentando ulteriormente il dibattito sulla crisi d'impresa: **la paura del fallimento rappresenta infatti un freno all'iniziativa imprenditoriale per il 90% degli italiani**, opinione che posiziona l'Italia all'apice nella classifica mondiale, seconda solo al Giappone, dove la paura di fallire frena il 94% degli intervistati.

Analizzando il contesto europeo, **l'Italia fa registrare il più alto dato in Europa**, dove la paura di fallire si attesta mediamente al 69%, in linea con la media globale (70%). Un confronto con gli Stati Uniti è d'obbligo per comprendere la posizione italiana: nel Paese dell'elogio agli errori costruttivi, che ha visto nascere alcuni dei più grandi successi mondiali sulle ceneri di imprese che hanno fatto flop, **la paura di fallire rappresenta un freno alla libera iniziativa per il 62% degli intervistati**. Nonostante questa percentuale sia salita di molto rispetto al 2013 (da 37% a 62%), gli Stati Uniti restano ancora nella parte bassa della classifica mondiale.

Se si guarda più in profondità, la minaccia del fallimento è influenzata da diversi fattori che ne accrescono la percezione e la gravità, soprattutto in Italia: in primis il **timore della crisi economica, per il 46% degli intervistati** (contro il 31% della media europea), **gli alti oneri finanziari con il 39%** (contro il 43% della media europea), **la perdita di autostima per il 19%** degli intervistati italiani, **la minaccia di disoccupazione (18%)** e infine il **timore di deludere i propri cari (15%)**.

Un segnale positivo arriva dai giovani, motore propulsivo dello spirito imprenditoriale in Italia e nel mondo: **l'80% degli under 35 italiani ha un atteggiamento positivo verso il lavoro autonomo**, in linea con la media europea (79%) e globale (81%). Sono però i giovani



italiani a spiccare per il loro potenziale di imprenditorialità: a immaginarsi imprenditori sono infatti il **52%** degli under 35 (49% Europa e 51% mondo). L'istruzione sembra giocare un ruolo rilevante: tra i giovani laureati l'attitudine positiva nei confronti del lavoro autonomo sale all'**88%** e coloro che si immaginano di poter avviare un'attività in proprio sono ben il **57%**.

Ma come è vista la **figura dell'imprenditore in Italia** e quali sono le sue principali doti e caratteristiche? Per l'**83%** degli italiani la **virtù principale dell'imprenditore è la sua sete di conoscenza**, ovvero la voglia di imparare e rimanere sempre aggiornato. E' un **leader per il 78%** degli intervistati: sa guidare la sua azienda e i suoi collaboratori, assumendosi tutte le responsabilità che ne derivano. C'è una forte attitudine alla libertà e all'iniziativa nell'identikit dell'imprenditore italiano: per il **76%** degli intervistati è una **figura che ama vivere appieno la propria vita** e, sempre per il 76% degli italiani, che è **pronta a nuove avventure assumendosene i rischi**. Inoltre, l'imprenditore italiano è una figura dal forte rigore morale (63%) e **senso di giustizia (53%)**.

Infine, il Rapporto Globale Amway ha indagato le **principali leve motivazionali** che spingono ad avviare un'attività in proprio: in Italia al primo posto c'è l'**indipendenza dal datore di lavoro (46%)**, seguita dal **desiderio di autorealizzazione (41%)**, dalla **prospettiva di un secondo reddito (23%)**, dall'opportunità di conciliare meglio lavoro e tempo libero (21%) e, infine, dal reinserimento nel mercato del lavoro (18%). **Italiani e americani la pensano allo stesso modo, seppur con percentuali molto più nette oltreoceano**: il desiderio di indipendenza è la principale motivazione che spinge all'imprenditorialità il 75% degli americani (contro il 46% degli italiani), così come la possibilità di sentirsi realizzato (72% Usa vs 41% Italia). Un secondo reddito e la volontà di conciliare meglio lavoro, famiglia e tempo libero sembrano essere più importanti che per gli italiani, a pari merito con il 62% delle risposte del campione americano.



SURVEY DESIGN

- **Periodo:** maggio – agosto 2015
- **Campione:** 49.775 uomini e donne di età compresa fra i 14 e i 99 anni
- **Paesi:** 44
Australia, Austria, Belgio, Brasile, Bulgaria, Canada, Cina, Colombia, Corea, Croazia, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Giappone, Gran Bretagna, Grecia, India, Irlanda, Italia, Lettonia, Lituania, Malesia, Messico, Norvegia, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Repubblica Ceca, Romania, Russia, Slovacchia, Slovenia, Sudafrica, Spagna, Svezia, Svizzera, Tailandia, Turchia, Ucraina, Ungheria, USA, Vietnam
- **Metodologia:** interviste strutturate face-to-face o telefoniche
- **Istituto:** GfK Norimberga, Germania



AMWAY™, che nel 2015 ha raggiunto 9,5 miliardi di dollari di vendite globali, è l'azienda numero uno al mondo nel settore della Vendita Diretta. Fondata nel 1959 negli Stati Uniti, Amway offre ai propri clienti prodotti e opportunità di lavoro attraverso una rete di oltre 3 milioni di Incaricati alle Vendite in più di 100 Paesi – di cui 35.000 in Italia. Con più di 950 scienziati e professionisti impegnati in 75 laboratori R&D in tutto il mondo, Amway si impegna costantemente per lo sviluppo di prodotti innovativi e di altissima qualità. I marchi principali commercializzati da Amway sono NUTRILITE™, il brand di vitamine e integratori alimentari più venduto al mondo*, ARTISTRY™, fra le cinque marche più vendute al mondo nel segmento dei prodotti skin-care di prestigio*, Satinique™, una linea completa di prodotti per l'haicare, ed eSpring™, il sistema per il trattamento dell'acqua più venduto al mondo°. Per avere informazioni sui prodotti e rintracciare l'Incaricato Amway più vicino, chiamare il numero 02904631 oppure scrivere all'indirizzo infocenter-it@amway.com; è inoltre possibile visitare i Business Center Amway a Roma (via Morgagni, 30F) e a Milano (via Marco Polo, 9), due grandi location in pieno centro città per conoscere e acquistare gli oltre 450 prodotti Amway.

*Fonte: [Euromonitor International Ltd](#)

° Fonte: [Verify Markets](#)

CONTATTI

Amway Italia – Corporate Affairs

Mauro Soffientini

Tel: +39 02 90463 453 | E-mail: mauro_soffientini@amway.com

Riccardo Gastoni

Tel: +39 02 90463 423 | Mob: +39 342 5643245 | E-mail: riccardo.gastoni@amway.com

Ufficio stampa Amway Italia – Connexia

Alessandra Bassani

Tel: +39 02 8135541 int. 221 | Mob +39.335.5280667 | E-mail: alessandra.bassani@connexia.com

