



comunicato stampa

Una ricerca di Ascom Confcommercio Treviso indaga la propensione dei giovani a “fare impresa”, e ne rileva criticità percepite e bisogni.

Focus su commercio e turismo, indicati tra i settori più “attrattivi”.

Accompagnamento, formazione e supporto nell’accesso al credito e ai finanziamenti: ecco le richieste dei potenziali nuovi imprenditori trevigiani.

Treviso, giovedì 19 febbraio 2026 – Qual è la propensione all’imprenditoria dei giovani trevigiani? Quali le criticità da loro percepite nel “fare impresa” e gli ostacoli più temuti? E alla luce di questo, come supportarli anche per generare nuova impresa e favorire il ricambio generazionale nei settori rappresentati da **Ascom Confcommercio Treviso**?

A queste e altre domande ha cercato di rispondere l’indagine promossa dall’associazione e intitolata **“Imprese di Marca: ricerca sull’imprenditorialità giovanile nella Grande Treviso”**, da cui è restituita un’immagine composita delle aspirazioni, delle barriere percepite e delle condizioni soggettive e strutturali che influenzano l’iniziativa imprenditoriale giovanile sul territorio. **Emerge senz’altro una domanda diffusa e articolata ma che spesso si scontra con difficoltà, a cui serve fare fronte insieme come sistema territorio facendo ciascuno la propria parte.**

Strutturata in un’analisi qualitativa, condotta tramite interviste a voci significative del territorio (pubbliche amministrazioni, associazioni di categoria, enti formativi e soggetti del terzo settore) e un’analisi quantitativa tramite questionario online, la ricerca – presentata stamattina in conferenza stampa nella sede dell’associazione – si inserisce nel più ampio **progetto “Bollicine”**. Le finalità erano quelle di indagare le aspirazioni e i bisogni dei **giovani trevigiani tra i 18 e i 35 anni** in relazione all’avvio d’impresa, elaborare i possibili futuri scenari di sviluppo imprenditoriale, utili anche a indirizzare le politiche di supporto e accompagnamento del neonato HUB **“Imprese di Marca”**, infine analizzare le dinamiche imprenditoriali locali.

Oltre 220 i rispondenti provenienti dal bacino di utenza dei partner di progetto, di cui l’80,3% sono giovani in apprendistato e il 10,4% lavoratori dipendenti. **Il 54% di loro non possiede un’impresa ma dichiara l’intenzione di avviarla**, il 7% l’ha già costituita, mentre il 39% non ha un’impresa né prevede di aprirne una, dato che può riflettere anche la presenza di barriere percepite o comunque priorità professionali differenti.

«L’imprenditoria giovanile è una questione strategica per Ascom Confcommercio Treviso, anche considerando il sempre più cruciale nodo del ricambio generazionale – ha sottolineato **Federico Capraro, presidente di Ascom Confcommercio Treviso, mandamento che conta 63 comuni sui 94 dell’intera provincia** –. L’indagine ci consegna una propensione giovanile all’attività imprenditoriale che è senz’altro da sostenere e valorizzare, impegno che in questo 80esimo anniversario dell’associazione abbiamo voluto confermare come prioritario. L’interesse dei giovani appare rivolto, peraltro, verso quei settori che valorizzano il territorio, confermando le potenzialità di quel rapporto sinergico e virtuoso tra commercio, turismo e cultura su cui Ascom insiste da tempo». «Serve anzitutto ripartire dall’ascolto dei desideri e dei bisogni dei giovani che raccolgono il testimone dai genitori – ha evidenziato ancora Capraro –: è necessario supportarli aiutandoli a coniugare storia e tradizione con il proprio progetto imprenditoriale, che deve poter essere disegnato in maniera libera e autonoma, innovativa».

Tra le domande del questionario somministrato figurava “Qual è la forma giuridica della tua impresa o di quella che vorresti creare”: il 28,25% ha risposto di non avere le idee chiare e avrebbe, dunque, bisogno di percorsi di accompagnamento dedicati, mentre il 71,75% ha espresso la propria preferenza: considerando l’intero gruppo di intervistati, il 22,87% ha indicato quale modalità d’impresa la libera professione, il 14,80% la ditta individuale e il 14,35% la forma srl.

«Da sempre Ascom è attenta a supportare la nuova impresa con iniziative mirate – ha spiegato **Luca BENVENUTI, direttore di Ascom Confcommercio Treviso** –: dall’ascolto e la valorizzazione dell’idea iniziale alla definizione di un percorso strutturato che comprende la valutazione dei rischi e la redazione del business plan, dalla gestione delle pratiche amministrative e dei certificati digitali ai servizi di assistenza e consulenza paghe e contabilità, e ancora la formazione continua e l’assistenza specialistica in materia di sicurezza e privacy». «Quanto emerge dalla ricerca – ha aggiunto ancora Benvenuti – ci indirizza più precisamente rispetto a quali siano le aree di servizi e consulenza da potenziare per intercettare i bisogni espressi dai giovani che intendano avviare un’attività e rispondere alla loro domanda di accompagnamento. In



questa direzione abbiamo anche già costruito percorsi di mentoring personalizzati e previsto condizioni particolari e vantaggiose per i principali servizi di avvio e gestione d'impresa, con l'obiettivo di ridurre le barriere iniziali e favorire un ingresso più sostenibile nel mondo dell'imprenditorialità anche con un supporto qualificato nell'accesso alla finanza agevolata e ai bandi».

Andando ad approfondire meglio i dati, per ciò che riguarda la dimensione motivazionale emerge da parte dei giovani **un atteggiamento generalmente favorevole verso l'avvio d'impresa**: su una scala da 1 ("per nulla") a 5 ("moltissimo") il valore medio di motivazione registrato è pari a 3,07, con il 50% dei rispondenti che si colloca nella fascia medio-alta (valori 4 e 5). Le motivazioni prevalenti riguardano l'indipendenza economica, la possibilità di lavorare su qualcosa che stimola personalmente e la realizzazione individuale.

E analizzando i settori di interesse per l'apertura di una nuova impresa, sono commercio e turismo – entrambi tra i comparti rappresentati da Ascom Confcommercio Treviso – a collocarsi tra i primi indicati, rispettivamente al primo e al terzo posto (al secondo un alto numero di rispondenti: "non lo so", che pare evidenziare la necessità di azioni di tutoraggio). In dettaglio, il **commercio è indicato come settore d'interesse dal 40,09%** (di questi il 19,3% ha tra i 25 e 29 anni) e il **turismo dal 12,16%** (il 96,3% si concentra nella fascia 18-24). Cultura e audiovisivo, ulteriori settori rappresentati da Ascom, sono invece indicati come di interesse dal 2,70%, mentre il digitale e la comunicazione dal 4,95% (il 37,5% ha tra i 25 e i 29 anni).

Del resto, secondo i dati Cciaa Treviso-Belluno (dicembre 2024) il commercio al dettaglio trevigiano risulta già tra i settori "più giovani" con 547 imprese (8,6% sulle imprese totali del settore); si tratta infatti di uno dei settori a bassa intensità di capitale iniziale, che permette un avvio rapido e in forma individuale.

Anche i dati camerati relativi a turismo e alloggio confermano quanto rilevato dal questionario: da un lato secondo Cciaa sono 27 le imprese giovanili (8,6%), dall'altro i dati raccolti registrano rispetto al medesimo settore un interesse del 12,1%.

Infine, sempre guardando ai soli settori Ascom, gli **ostacoli percepiti nel fare impresa** per i giovani che vogliano avviare un'attività nel commercio sono anzitutto mancanza di risorse economico-finanziarie (valore medio 3,84 su 5), burocrazia (3,74) e, quasi a parimerito, difficoltà di accesso a bandi e altre forme di finanziamento (3,67) e difficoltà di accesso al credito (3,6). Anche per il turismo, in testa la mancanza di risorse economico-finanziarie (4,1), seguita da difficoltà di accesso al credito (3,9) e burocrazia (3,74). Ancora, il settore della cultura vede al primo posto, ex aequo, la mancanza di risorse economico-finanziarie e le difficoltà di accesso a bandi e altre forme di finanziamento (3,88) seguiti dalla burocrazia (3,66). Il digitale/comunicazione rappresenta invece un caso a sé: in pole position l'esperienza insufficiente (4) seguita da burocrazia (3,75) e, alla pari (3,5), mancanza di risorse economico-finanziarie, difficoltà di accesso a bandi e altre forme di finanziamento e timore del fallimento.

La forte carenza di sostegni economici mirati e le difficoltà di accesso al credito toccano anche molti giovani che già sono imprenditori e sono associati ad Ascom. «Le banche chiedono garanzie che un giovane all'inizio spesso non può offrire – ha affermato **Andrea COLBERTALDO, presidente del Gruppo Giovani Confcommercio Treviso** –. Sarebbe utile pensare a strumenti di microcredito o a formule come il crowdfunding locale, capaci di coinvolgere anche il risparmio privato in una logica di investimento nel territorio tesa a promuovere la nuova giovane impresa». Un altro nodo riguarda la "cultura imprenditoriale": «Le occasioni di confronto creano spesso nuove opportunità, e il networking è un elemento centrale pure per i più giovani. Per questo anche nel nostro gruppo cerchiamo di promuovere reti e relazioni, ma è un processo lento, che chiede fiducia e costanza».

Una parte della ricerca ha inoltre voluto indagare le **esigenze formative percepite dai giovani**. Concentrandoci sempre sui settori afferenti ad Ascom Confcommercio Treviso, il commercio restituisce valori medio-alti in quasi tutte le voci: gestione aziendale (3,18 su 5), marketing digitale (3,15), networking (3,05) e competenze tecnico-specialistiche (3,19); il turismo mostra una dinamica simile, con punte massime nel marketing digitale (3,23), nella gestione aziendale (3,11) e nelle competenze tecnico-specialistiche (3,15). Nel settore cultura il valore più alto riguarda la richiesta di formazione per competenze tecnico-specialistiche (3,66), insieme a marketing digitale (3,5) e networking (3,33). Infine il digitale/comunicazione registra un'alta richiesta di formazione per competenze tecnico-specialistiche (3,5) e sul networking (3,12), mentre resta più basso riguardo alla gestione aziendale (2) e nel budgeting (2,5).

Gloria SERNAGIOTTO, assessore alle Politiche educative, giovanili e Pubblica istruzione del Comune di Treviso, ha rimarcato come l'amministrazione, oltre a promuovere bandi specifici, possa agire come facilitatore, creando le condizioni per mettere in contatto i diversi attori del territorio, coordinando le iniziative, a volte frammentarie, e favorendo l'incontro



tra scuole, imprese, associazioni di categoria e altre realtà locali: «Per sostenere concretamente l'imprenditoria giovanile, è fondamentale mettere in campo una serie di strategie che, pur non traducendosi in interventi economici diretti, svolgono un ruolo propedeutico cruciale nel creare un ambiente favorevole all'iniziativa dei giovani». «Molte opportunità e strumenti di sostegno esistono già, ma vanno promossi e fatti conoscere meglio, attraverso canali di informazione più idonei e linguaggi più vicini ai giovani».

«La questione centrale per l'intera ricerca – hanno messo in evidenza **Valentina FIN e Augusto DALLE ASTE, ricercatori di Bucce studio, società cooperativa impresa sociale** – non è solo quanti giovani vogliano fare impresa, ma come il territorio possa diventare un sistema generativo capace di accompagnare e far crescere queste energie. L'analisi integrata tra dati quantitativi, qualitativi e Scenario Planning, che consente di anticipare i cambiamenti futuri e identificare strategie flessibili per affrontarli, ha permesso di leggere l'imprenditorialità giovanile non solo nella sua fotografia attuale ma pure nelle sue possibili evoluzioni future. L'HUB "Imprese di Marca" può in questo senso rappresentare uno snodo strategico capace di trasformare le intenzioni in progetti sostenibili».

L'indagine presentata si inserisce nel più ampio progetto "Bollicine" che ha l'obiettivo di fornire una base conoscitiva solida e aggiornata per la pianificazione strategica condivisa nello sviluppo dell'imprenditorialità giovanile dell'area della Marca Trevigiana, per orientare le successive fasi progettuali e facilitare la pianificazione strategica dell'HUB "Imprese di Marca". Partner operativi sono il Comune di Treviso (capofila), Ascom Confcommercio Treviso, Confcooperative Treviso-Belluno e Cooperativa sociale La Esse; partner di rete sono Cna, Istituto superiore Besta e Comuni di Casier, Paese, Ponzano Veneto, Preganziol, Roncade, San Biagio di Callalta e Spresiano.