

Settembre 2008

I servizi alle imprese e il ruolo dei giovani

I rapporti Cerved sulle imprese italiane

N. 2

I servizi alle imprese e il ruolo dei giovani

“I Rapporti Cerved sulle imprese italiane” è una collana di studi originali prodotti da Cerved BI e basati sul vasto patrimonio di informazioni di cui dispone il Gruppo Cerved-Centrale dei Bilanci. I principali risultati dei rapporti, che hanno cadenza bimensile, sono anticipati in esclusiva da Il Sole 24 Ore, nell’ambito di una collaborazione con Cerved BI.

Il testo completo dei rapporti sarà disponibile sul sito di Cerved, all’indirizzo web www.cerved.com.

Il rapporto è stato curato da Guido Romano con il supporto per l’estrazione e l’elaborazione dei dati di Margherita De Paola e Maria Caterina Iaquina.

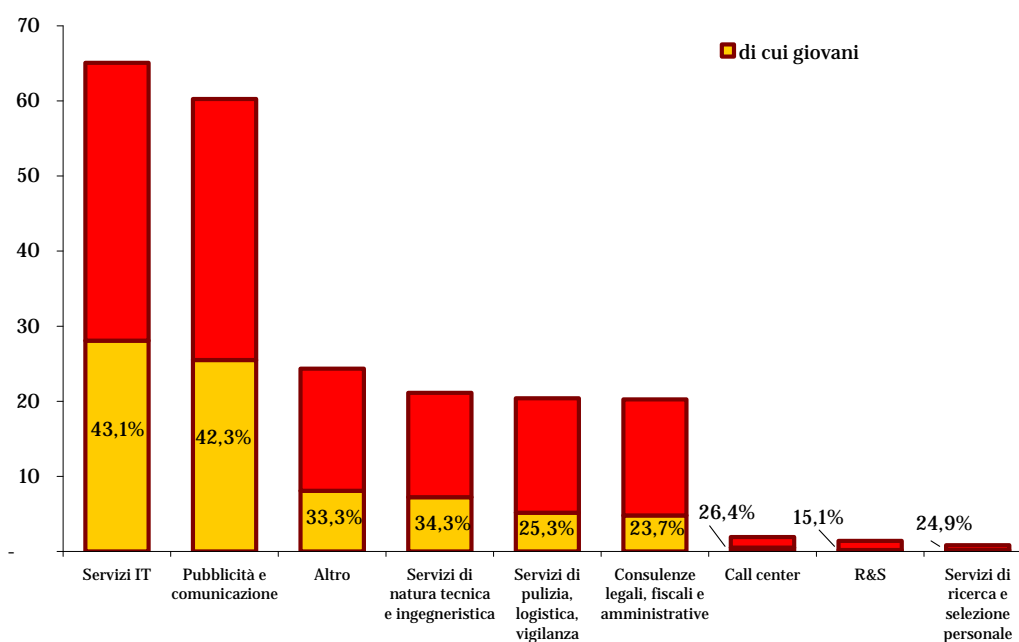
Aggiornato con le informazioni disponibili a Maggio 2008.

Sommario

Tra il 2000 e il 2007 sono state costituite in Italia 216 mila aziende che offrono servizi ad altre imprese. Tra queste, più della metà sono nate nel settore dei servizi informatici (65 mila) o in quello dei servizi legati alla comunicazione (60 mila nella pubblicità, nel marketing, nelle pubbliche relazioni). Sono circa 20 mila le aziende nate nel campo dei servizi di natura tecnica o ingegneristica, nei servizi di pulizia o di vigilanza, nei servizi legali, notarili, contabili, fiscali o di consulenza amministrativo-gestionale. Poco meno di due mila unità le nuove aziende che offrono servizi di call center; 1.400 quelle che realizzano attività di ricerca e sviluppo e meno di mille le nuove agenzie di ricerca e selezione del personale.

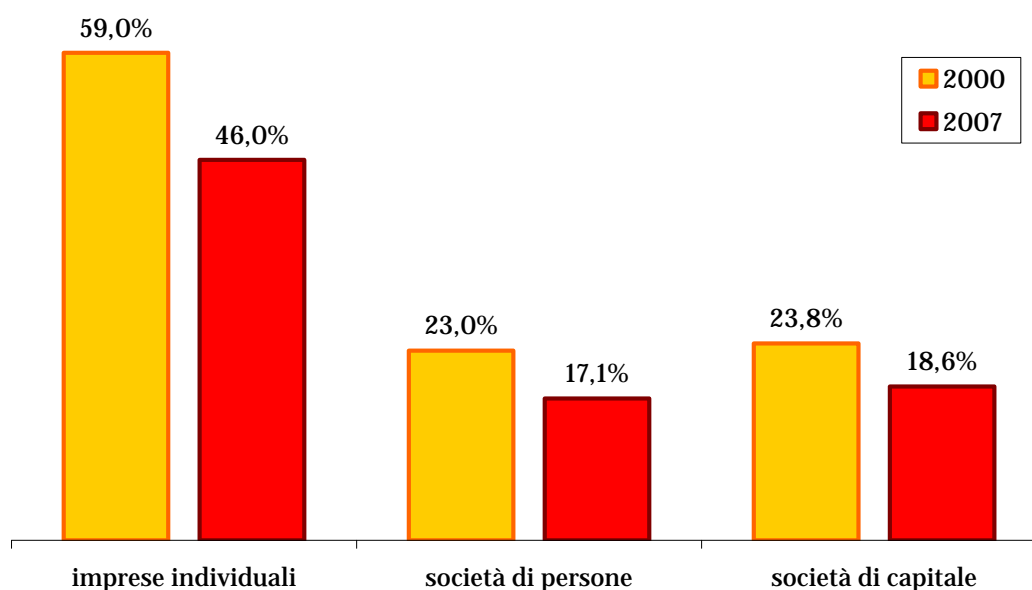
Il 37% delle realtà produttive nate nel settore dei servizi *business to business* (o B2B), circa 80 mila, sono “imprese giovani”, aziende la cui nascita si deve all’iniziativa di imprenditori di età inferiore ai 35 anni (in cui il titolare nel caso di imprese individuali, tutti i soci nel caso delle società di persone o tutti gli amministratori nel caso delle società di capitale non hanno compiuto 35 anni al momento della nascita dell’impresa). La presenza di imprese giovani tra le nate nel periodo di osservazione risulta particolarmente elevata tra le aziende che offrono servizi IT (il 43,1% del totale) e tra quelle attive nel campo della comunicazione e della pubblicità (42,3%).

Le imprese nate nei servizi B2B tra il 2000 e il 2007 per ramo di attività (migliaia e % di imprese giovani)



Tra il 2000 e il 2007, la presenza di imprese giovani tra le nuove nate è notevolmente diminuita. Nel 2000, il 39,1% delle aziende nate nei servizi B2B erano imprese under 35; la percentuale ha toccato un picco nel 2002 (il 40,3%), ma poi è costantemente calata ed è scesa al 32,8% nel 2007. Il minor peso dei giovani tra le aziende nate nei servizi alle imprese interessa tutte le forme giuridiche considerate dal Rapporto: tra le ditte individuali, l'incidenza delle imprese giovani si è ridotta di 13 punti percentuali (dal 59% al 46%), tra le società di persone di quasi 6 punti (dal 23% al 17,1%) e tra le società di capitale di oltre 5 punti (dal 23,8% al 18,6%). In parte, la minore presenza di imprese giovani tra le nuove aziende che offrono servizi alle imprese è attribuibile all'invecchiamento della popolazione italiana: secondo i dati Istat, nel 2000, la classe di età dei giovani tra i 18 e i 34 anni costituiva quasi un quarto della popolazione (il 24,6%); nel 2007 la percentuale è scesa al 21,1%. La componente demografica spiega però solo in parte il fenomeno: infatti, se si rapporta il numero di imprenditori under 35 alla popolazione della corrispondente classe di età (e, quindi, se si neutralizza l'effetto demografico), la quota di giovani che ha avviato una nuova realtà produttiva si riduce da 15,6 su 10.000 nel 2000 a 11,8 su 10.000 nel 2007. Dietro il calo dell'imprenditoria giovanile, vi è quindi non solo l'invecchiamento della popolazione, ma anche una minore propensione dei giovani ad avviare nuove realtà produttive.

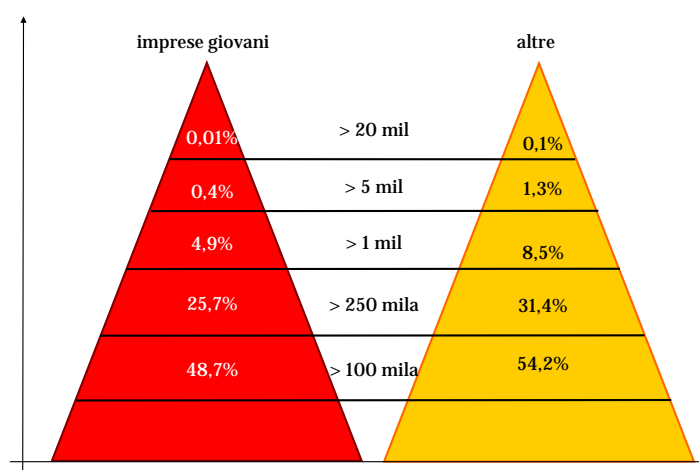
Le imprese giovani sul totale delle nate nel 2000 e nel 2007 (servizi B2B)



Tra le ditte individuali e le società di persone, le imprese giovani denotano tassi di sopravvivenza minori rispetto a quelli delle altre aziende: considerando le sole imprese nate tra il 2000 e il 2004, solo il 47,4% delle ditte individuali costituite da under 35 risulta ancora in vita nel 2008, contro il 55,6% delle ditte individuali messe in piedi dai più anziani. Tra le società di persone, lo scarto è di 6 punti percentuali: il 66,2% delle imprese costituite esclusivamente da soci under 35 è ancora in vita, contro il 72,5% delle altre aziende. In controtendenza rispetto alle imprese individuali e alle società di persone, le società di capitale evidenziano, tra le società costituite dai giovani, una quota lievemente maggiore di imprese ancora in vita dopo almeno quattro anni: l'88,1% delle imprese under 35 non è cessata al 2008, contro l'87% delle società non giovani.

Per le società di capitale, è possibile trarre qualche interessante indicazione sulla performance delle imprese giovani, incrociando gli archivi Cerved sugli amministratori delle società di capitale con i dati di bilancio. Rispetto alle loro concorrenti, le imprese giovani fanno più fatica ad aumentare rapidamente i ricavi: sulle 47 mila società di capitale nate tra il 2000 e il 2006 con un bilancio 2006 valido, sono 534 quelle che hanno superato la soglia dei 5 milioni di euro e 57 quelle che sono riuscite a realizzare un fatturato superiore ai 20 milioni; tra le giovani, sono 42 quelle con un volume d'affari superiore a 5 milioni e solo 3 quelle che hanno incrementato i ricavi oltre i 20 milioni. In termini relativi, solo il 4,9% delle imprese giovani (con bilancio 2006) hanno superato la soglia del milione di euro (contro l'8,6% delle altre società di capitale), il 25,7% quella dei 250 mila euro (contro il 31,4%) e il 48,7% ha superato i 100 mila euro (contro il 54,2% delle altre).

La distribuzione del fatturato 2006 delle imprese nate nel settore dei servizi B2B



La difficoltà di accrescere i ricavi è accompagnata da una minore quota di imprese giovani in grado di realizzare margini lordi positivi e di chiudere i bilanci in utile. Nel 2006, il 77,5% delle imprese giovani nate nei servizi B2B ha prodotto margini lordi positivi, contro l'82,9% delle loro concorrenti più anziane; il 55,4% delle società under 35 ha chiuso in utile il bilancio, contro il 62,2% delle imprese non giovani.

Rispetto al fatturato, le imprese giovani riescono però a realizzare margini operativi lordi e risultati netti superiori rispetto alle altre società di capitale: ogni cento euro di fatturato, producono in media 11,5 euro di Mol, contro 8,2 euro delle concorrenti più anziane, e 2,3 euro di utili (contro 1,2 euro). I migliori risultati per le aziende giovani sono confermati per tutte le fasce di fatturato considerate dal Rapporto, ad eccezione di quella superiore a 20 milioni. Il minor numero di imprese in grado di produrre margini lordi positivi e utili, associato a risultati medi superiori tra le società giovani, denota risultati di bilancio di tutto rispetto per quelle aziende giovani che si sono affermate sui mercati.

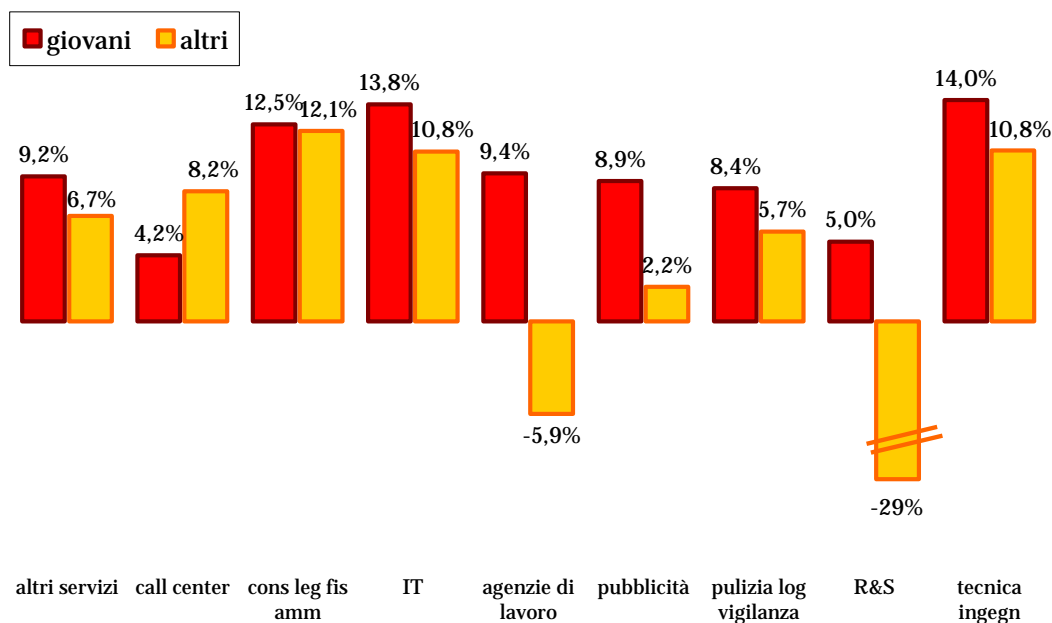
Tra i diversi rami di attività, i servizi IT e gli studi tecnici e ingegneristici avviati dai giovani si distinguono, nonostante un'elevata quota di società nelle fasce inferiori di fatturato, per una forte capacità di produrre margini lordi e utili, superiore rispetto a quella delle altre imprese. Poco meno della metà delle società informatiche giovani, il 49,7%, non ha superato la soglia dei 250 mila euro; in rapporto al fatturato esse hanno prodotto il 13,8% di margini operativi lordi (il 10,8% le non giovani) e il 3,5% di utili (1,8% le non giovani). Il 49,2% delle società giovani che offrono servizi tecnici o ingegneristici non ha superato i 250 mila euro; il Mol prodotto è in assoluto il maggiore (il 14% sul fatturato, contro il 10,8% delle non giovani) e gli utili realizzati sono al 3% del fatturato (al 2,1% le non giovani).

Non sorprendentemente, sono le aziende che offrono servizi di call center quelle caratterizzate da quote maggiori di imprese tra le fasce alte del fatturato: tra le aziende giovani, il 37,2% ha superato i 250 mila euro di fatturato e il 10,6% ha accresciuto i ricavi oltre il milione (rispettivamente, il 47,2% e il 19,7% delle non giovani). Anche le società di vigilanza e di pulizia denotano alte percentuali di imprese con fatturato superiore ai 250 mila euro (il 42,6% delle giovani e il 40,8% delle non giovani) e al milione di euro (il 7,7% tra le giovani e il 12% tra le non giovani), cui però si associano risultati netti in media negativi (-0,2% sul fatturato tra le under 35 e -0,9% tra le altre).

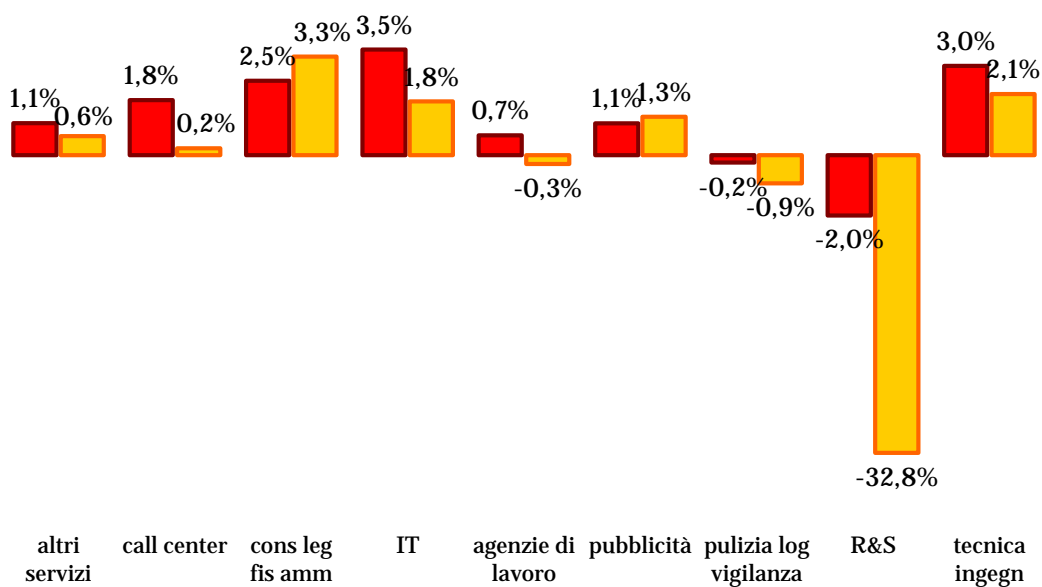
Nel campo della comunicazione e della pubblicità, le imprese giovani riescono a fare meglio rispetto alle loro concorrenti più anziane: le società under 35 producono 8,9 euro di Mol ogni 100 euro di fatturato contro i 2,2 euro delle loro concorrenti più anziane.



Il margine operativo lordo sul fatturato



Il risultato netto sul fatturato



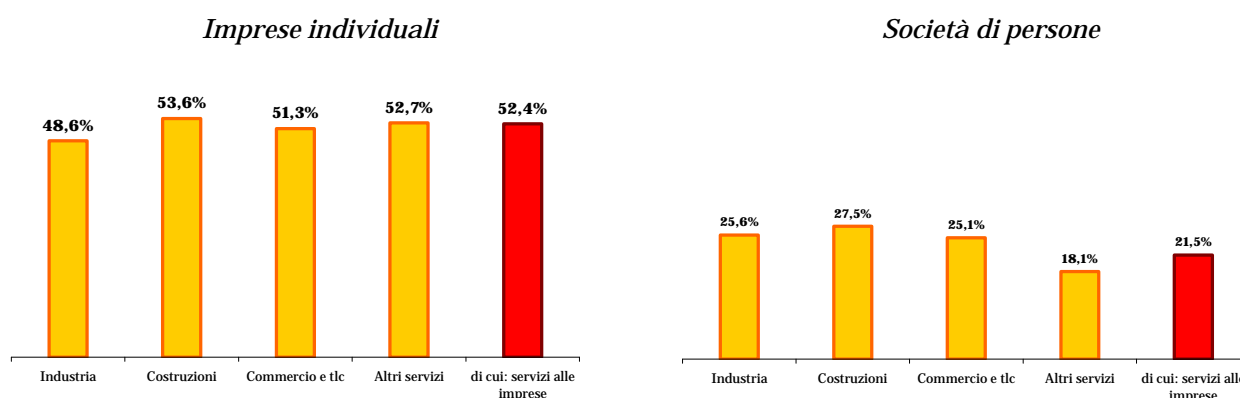
Le imprese individuali e le società di persone

Tra il 2000 e il 2007 sono state costituite 110 mila imprese individuali e 36 mila società di persone che operano nei settori dei servizi alle imprese: si tratta di aziende che offrono servizi di *information technology* (o IT), attività di ricerca e sviluppo (R&S), servizi di carattere legale, fiscale, contabile, di consulenza amministrativo-gestionale, servizi di ricerca e selezione del personale, marketing, comunicazione e pubblicità, attività di vigilanza, di pulizia, servizi di *call center* o altri servizi professionali e imprenditoriali.

Tra le imprese individuali, sono considerate “imprese giovani” le 57 mila ditte costituite da titolari che, al momento della nascita dell’impresa, non hanno ancora compiuto 35 anni. La percentuale di imprese giovani che offrono servizi *business to business* (B2B), pari al 52,4%, risulta quindi leggermente superiore rispetto a quella calcolata sul complesso delle imprese individuali¹ nate tra il 2000 e il 2007 (51,7%) e inferiore solo a quella calcolata nelle costruzioni (grafico 1).

Nel caso delle società di persone (in cui i soci rispondono solidamente e illimitatamente² per i debiti contratti dalla società), sono considerate imprese giovani quelle in cui tutti i soci non hanno ancora compiuto 35 anni al momento della nascita dell’impresa. Applicando questo criterio, risulta che il 21,5% delle società di persone nate tra il 2000 e il 2007 (quasi 8 mila su 36 mila), sono aziende giovani. La percentuale risulta inferiore rispetto a quella complessiva (24,1%) e a quella calcolata negli altri macro-settori di attività economica (grafico 1).

Grafico 1 – La presenza di imprese giovani tra le imprese individuali e le società di persone costituite nel periodo 2000-2007



¹ Sono escluse dal conteggio le ditte individuali e le società di persone costituite nei settori ateco A, B, J, M, N, O, P (rispettivamente, nell’agricoltura, nella pesca, nell’intermediazione monetaria e finanziaria, nell’istruzione, nella sanità, negli altri servizi pubblici e sociali, nei servizi domestici).

² Ad eccezione dei soci accomandanti nelle Sas.

L'imprenditoria giovanile risulta particolarmente elevata nei settori *hi tech* (il 59,5% delle imprese individuali e il 28,6% delle società di persone nate tra il 2000 e il 2007 sono *under 35*, grafico 2), nei servizi di pubblicità, di comunicazione, di marketing (il 55,1% tra le ditte individuali e il 26,2% tra le società di persone), tra le imprese che offrono servizi di *call center* (rispettivamente il 49,5% e il 31,4%).

Viceversa, è relativamente scarsa la presenza dei giovani tra le nuove imprese che offrono servizi di carattere legale, fiscale, di consulenza amministrativo-gestionale (il 42,4% delle imprese individuali e solo l'11,7% delle società di persone), tra le aziende che fanno ricerca e sviluppo (il 34,4% e il 15,9%) e tra quelle specializzate in campo ingegneristico o tecnico (il 45,9% e il 15,8%).

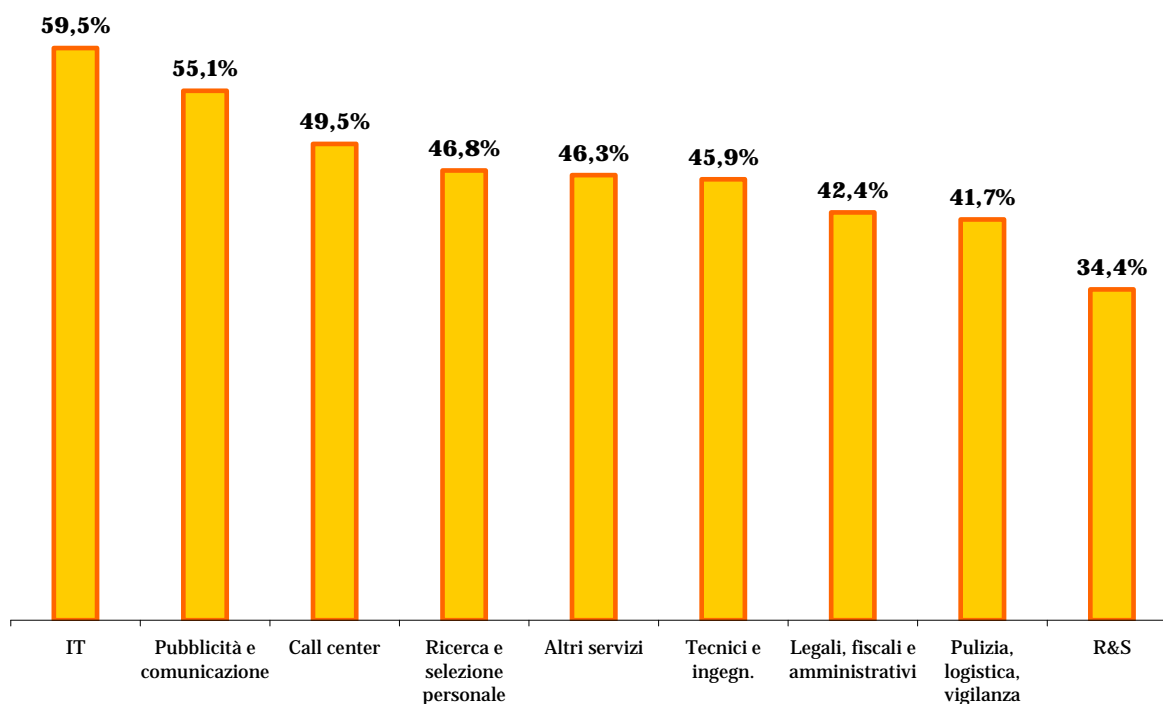
Dal punto di vista geografico, le imprese giovani si concentrano nelle regioni più popolate. Più delle metà delle imprese individuali *under 35* che offrono servizi B2B ha sede in cinque regioni: in Lombardia (18,2%), Piemonte (9,3%), Lazio (9,1%), Veneto (8,8%) e Campania (8,7%). Per quanto riguarda le società di persone, le aree in cui nasce il numero maggiore di imprese giovani sono la Lombardia (18,4%), la Campania (12%), il Piemonte (10%), il Veneto (8,5%) e l'Emilia Romagna (7,4%).

Rapportata al numero di aziende nate, l'incidenza di imprese B2B giovani risulta particolarmente elevata nelle regioni del Mezzogiorno: in Calabria il 66,5% delle ditte individuali e il 36,7% delle società di persone sono giovani; in Campania le percentuali sono del 62,4% e del 29,9%, in Sicilia del 62,2% e del 30,8%, in Puglia del 60,4% e del 32,3%.

Nel Mezzogiorno l'alta quota di imprese giovani rispetto al totale delle nate coincide con indici generali di imprenditorialità particolarmente bassi. È quanto emerge rapportando il numero di imprese giovani nate tra il 2000 e il 2007 alla popolazione della corrispondente classe di età. In altri termini, nel Sud nascono poche imprese, ma tra quelle vi è una presenza relativa di imprenditori giovani superiore rispetto alle altre zone del Paese. Tra le ditte individuali, il Piemonte risulta la regione italiana con la maggiore quota di imprese di servizi B2B giovani sulla popolazione residente di età compresa tra 18 e 34 anni (59 imprese giovani ogni 10.000 abitanti, contro una media italiana pari a 43); seguono la Lombardia (50), l'Abruzzo (49), il Veneto (48) e la Toscana (45). Sono proprio le regioni meridionali quelle con gli indici più bassi: in Basilicata sono nate solo 30 imprese individuali B2B giovani ogni 10.000 abitanti di età 18-34 anni, in Campania e Puglia ne sono nate 34 e in Sicilia 35. Il fenomeno è simile per le società di persone: in media, tra il 2000 e il 2007, sono state costituite in Italia da giovani 5,8 società di persone ogni 10.000 abitanti; il rapporto è alto in Umbria (9,3), in Piemonte (8,6) in Abruzzo (7,6), in Liguria (7,5) e in Toscana (7,1), mentre è largamente inferiore alla media in Sicilia (2,8), nel Lazio (3,4), in Basilicata (3,5), in Molise e in Puglia (3,7).

Grafico 2 – La presenza di imprese giovani nei servizi B2B

Ditte individuali



Società di persone

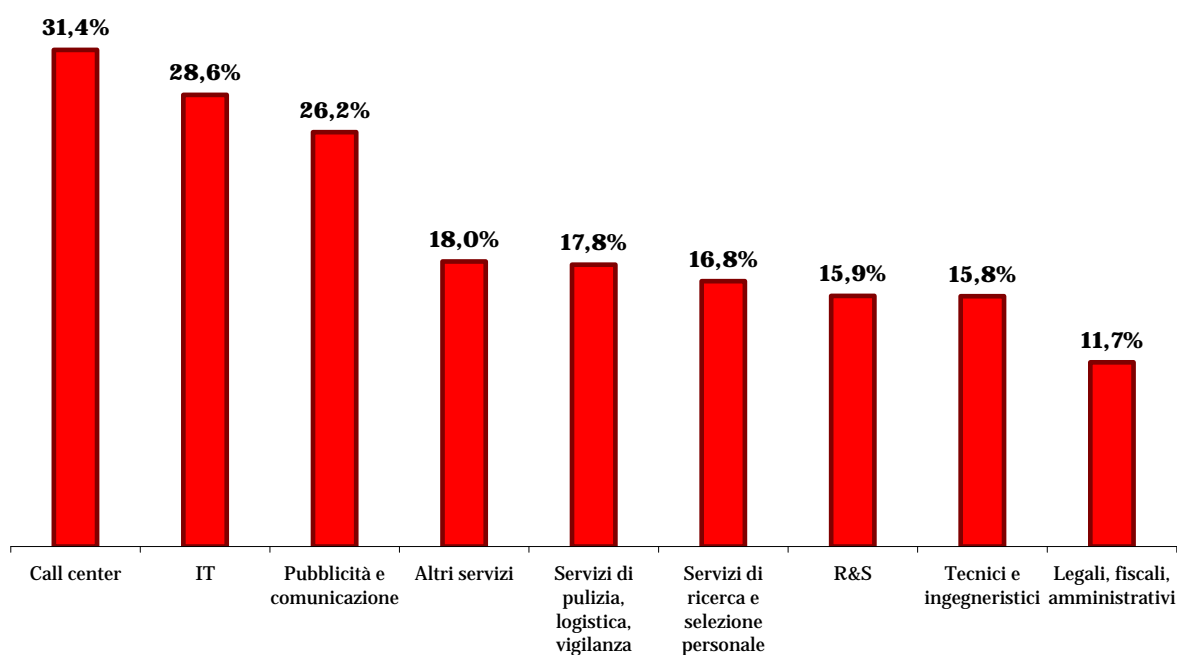
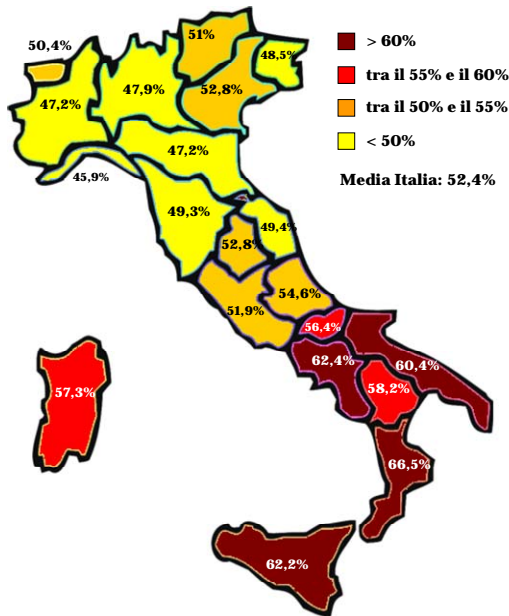


Grafico 3 - Imprese giovani rispetto alle nate nei servizi B2B tra il 2000 e il 2007
Ditte individuali



Società di persone

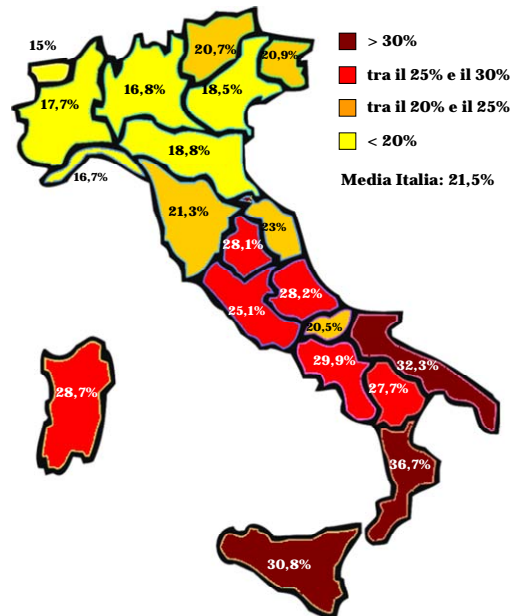
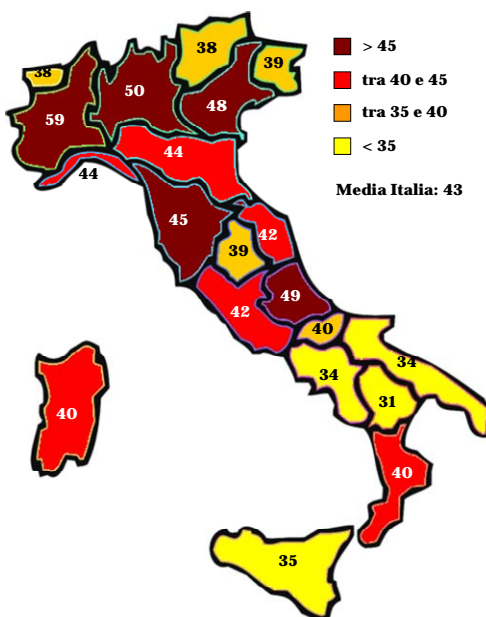


Grafico 4 - Imprese giovani nate nei servizi B2B tra il 2000 e il 2007 su 100.000 abitanti di età compresa tra 18 e 34 anni

Ditte individuali



Società di persone

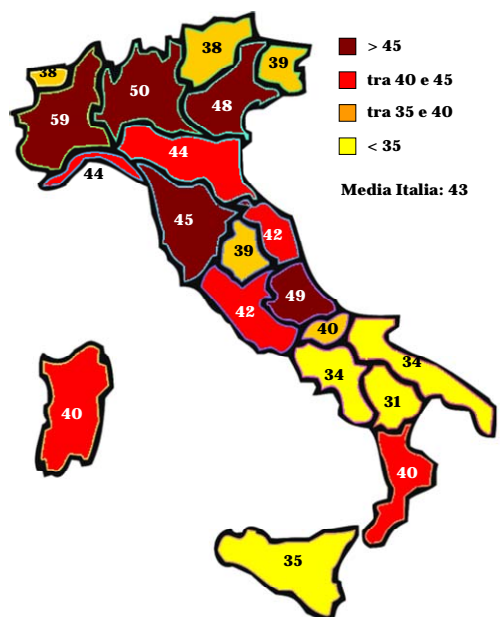
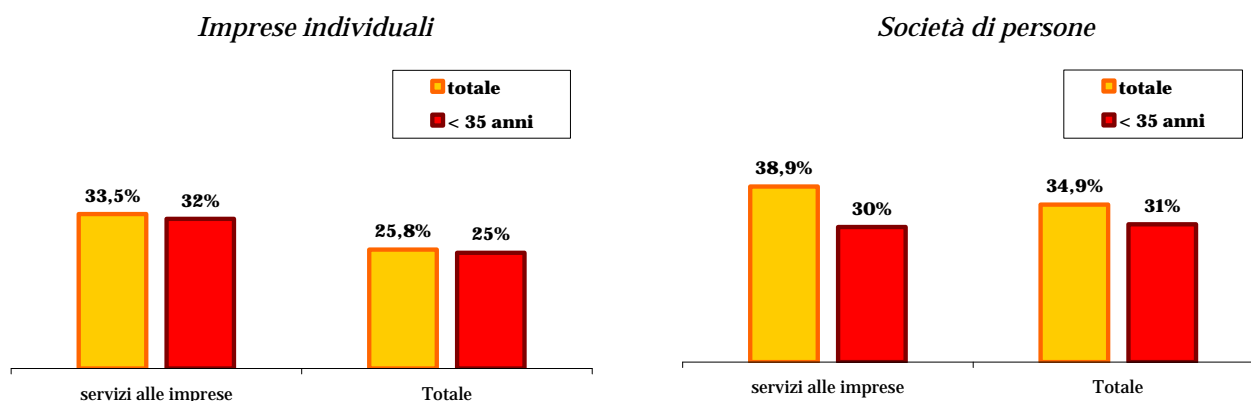


Grafico 5 - La presenza delle donne tra le imprese individuali e le società di persone nate tra il 2000 e il 2007 nei servizi B2B e nel complesso dell'economia.



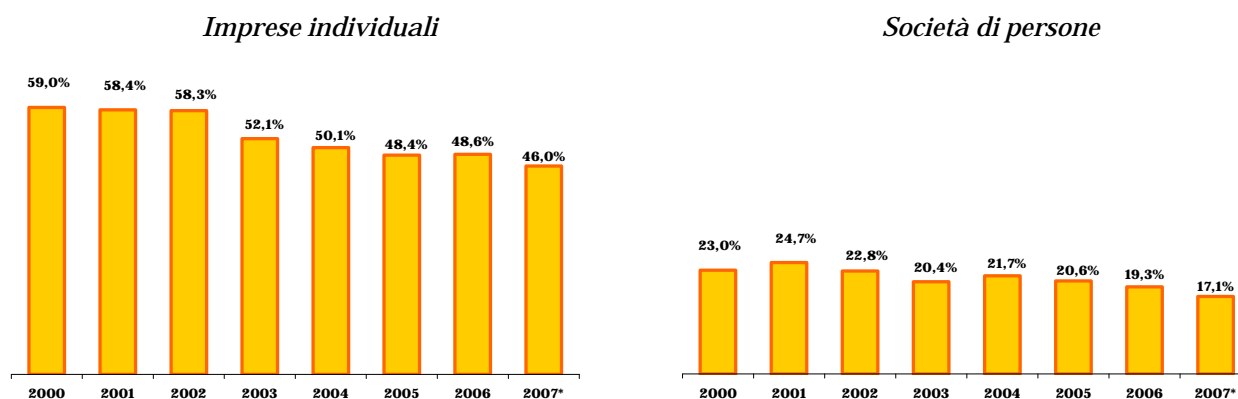
La presenza di imprenditrici donne risulta inferiore tra le imprese giovani rispetto a quella riscontrabile nel complesso delle imprese nate tra il 2000 e il 2007, sia tra le aziende che offrono servizi alle imprese che tra quelle attive negli altri settori di attività economica. Il 33,5% delle imprese individuali nate nei servizi B2B tra il 2000 e il 2007 risulta costituita da una donna; la percentuale scende al 32% considerando le sole imprese individuali costituite da *under 35*. La presenza di donne è comunque maggiore rispetto a quella riscontrabile tra le ditte individuali nate complessivamente tra il 2000 e il 2007 (considerando tutti i settori di attività), che è pari al 25,8% (al 25% restringendo il campo alle sole imprese individuali giovani).

Il 38,9% dei soci delle società di persone che offrono servizi B2B nate tra il 2000 e il 2007 sono donne; la percentuale è di quasi 9 punti superiore rispetto a quella calcolata tra le imprese giovani (pari al 30%).

Tabella 1 – Le nascite di imprese individuali e di società di persone nei servizi B2B tra il 2000 e il 2007 (tassi di variazione a/a)

	2001/2000	2002/2001	2003/2002	2004/2003	2005/2004	2006/2005	2007/2006*
ditte individuali	6,6%	-12,4%	-0,1%	19,5%	-5,5%	0,2%	9,3%
di cui giovani	5,6%	-12,6%	-10,7%	14,9%	-8,6%	0,6%	3,5%
società di persone	-11,9%	-18,1%	-9,1%	8,4%	-7,4%	-4,4%	4,8%
di cui giovani	-5,4%	-24,4%	-18,5%	15,4%	-12,3%	-10,5%	-6,8%

Grafico 6 – L'incidenza delle imprese giovani sulle nuove nascite 2000-2007



Nel periodo di osservazione, le nascite di ditte individuali e di società di persone hanno evidenziato un andamento altalenante, con una dinamica generalmente più fiacca tra le imprese giovani rispetto al resto delle nate. Ne è seguito un progressivo calo dell'incidenza di imprese giovani tra le nate, sia per quanto riguarda le ditte individuali che per quanto riguarda le società di persone. Nel 2000, il 59% delle imprese individuali nate nel settore dei servizi B2B, erano state costituite da giovani under 35; nel 2000 la percentuale stimata è di 13 punti percentuali inferiore, pari al 46%. Nelle società di persone il calo è meno vistoso, dal 23% del 2000 al 17,1% del 2007.

Per quanto riguarda le imprese individuali, il calo è diffuso nei vari raggruppamenti di servizi alle imprese. Nel 2000, anno in cui la bolla della *new economy* era al suo apice anche in Italia, il 67% delle nuove imprese individuali erano state costituite da *under 35*; la percentuale si è costantemente ridotta, fino a toccare il 51% nel 2007. Il calo è di 10 punti percentuali nelle attività pubblicitarie, di comunicazione e di marketing (dal 60% al 50%), di 4 punti percentuali nei servizi di *call center* (dal 51% al 47%) di 12 punti nei servizi tecnici o ingegneristici (dal 52% al 40%), di 8 tra le agenzie di selezione e di fornitura di personale (dal 52% al 44%) e tra le imprese che forniscono servizi di carattere legale, fiscale, amministrativo e di consulenza (dal 47% al 39%), di 9 punti tra quelle attive nel settore della pulizia e della vigilanza (dal 46% al 37%) e in quelle che fanno ricerca e sviluppo (dal 42% al 33%).

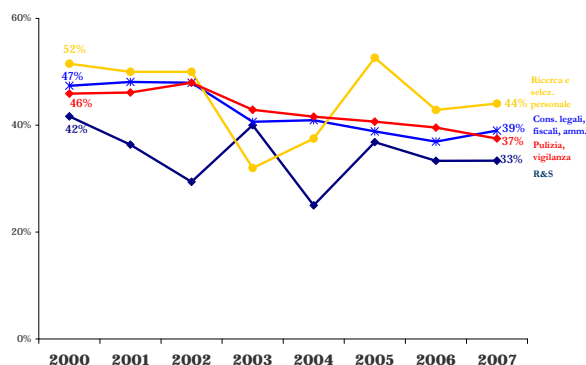
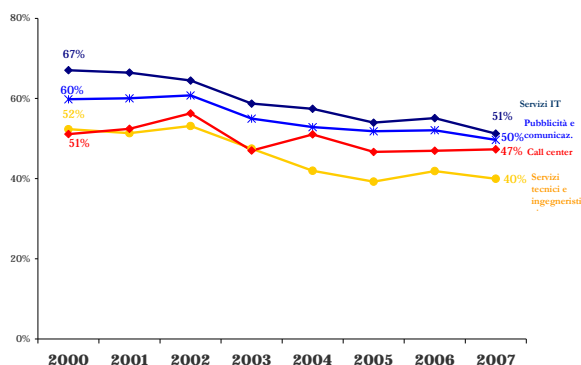
Tra le società di persone, aumenta la percentuale di imprese giovani nei servizi di call center (dal 18,2% del 2000 al 29,2% del 2007) e rimane costante in quelli di comunicazione e di pubblicità (dal 25,5% al 25,6%). Diminuisce invece l'incidenza dei giovani in tutti gli altri raggruppamenti di servizi alle imprese: forte il calo tra le società informatiche (dal 31% al 23%), di circa due punti la riduzione

tra le imprese che realizzano servizi tecnici ed ingegneristici (dal 15,6% al 13,6%), di sei punti tra le società di vigilanza e di pulizia (dal 20,2% al 13,8%) e tra quelle che fanno consulenze legali, fiscali, amministrative o gestionali (dal 13,6% al 7,3%).

I dati relativi ai soci/titolari delle società di persone e delle imprese individuali nate tra il 2000 e il 2007 confermano l'innalzamento dell'età di chi siede al comando di società di servizi. Nel caso delle imprese individuali, in cui c'è una corrispondenza 1:1 tra imprenditore e impresa, la percentuale di titolari *under 35* sul complesso dei titolari di nuove aziende B2B corrisponde a quella di imprese giovani (in calo dal 59% al 46%). Questa riduzione di 13 punti percentuali è compensata da aumenti in tutte le altre classi di età: la percentuale di titolari di nuove imprese individuali di età compresa tra i 35 e i 45 anni passa dal 27,5% al 34%, quella di titolari di età 46-55 anni dal 10% al 14%, quella tra 56 e 65 anni dal 2,9% al 5% e, infine, quella degli over 65 dallo 0,5% al 1,2%.

Grafico 7 – L'incidenza delle imprese giovani sulle nuove nascite 2000-2007 nei diversi servizi B2B

Imprese individuali



Società di persone

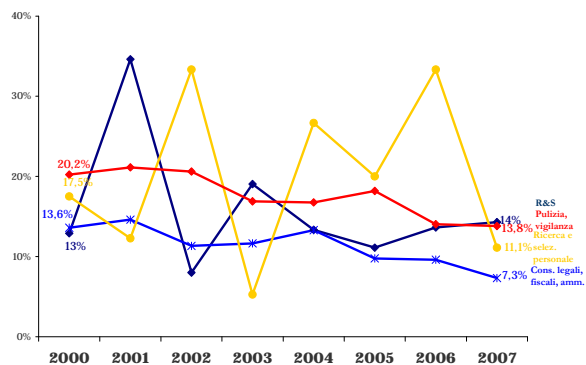
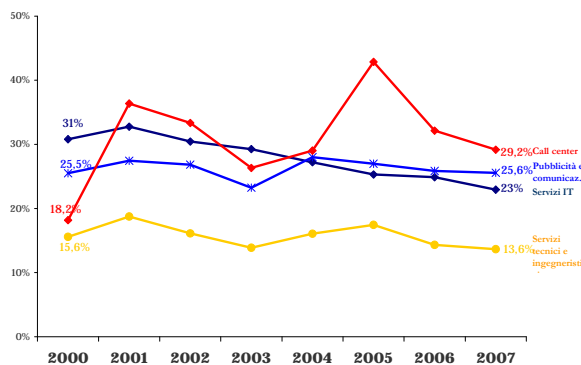
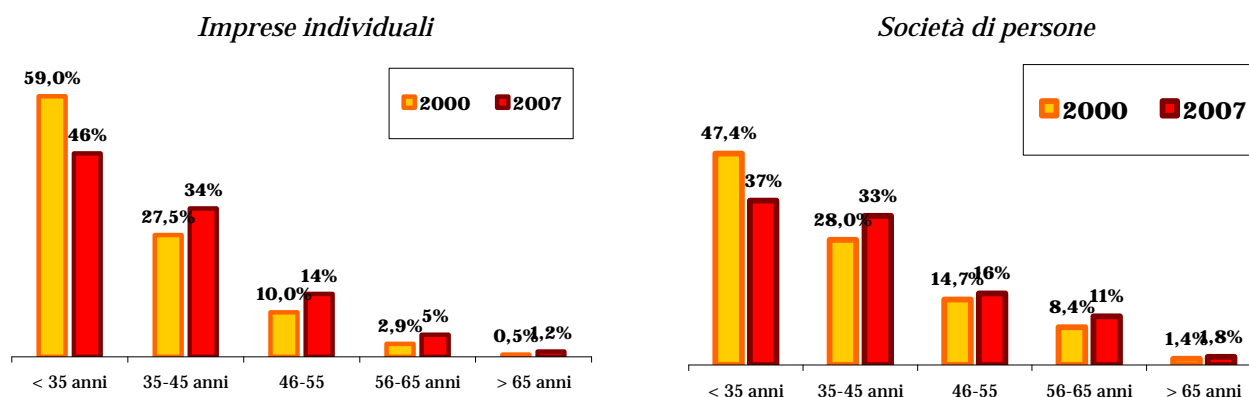


Grafico 8 – Distribuzione per classi di età dei soci/titolari delle imprese individuali e delle società di persone nate tra il 2000 e il 2007



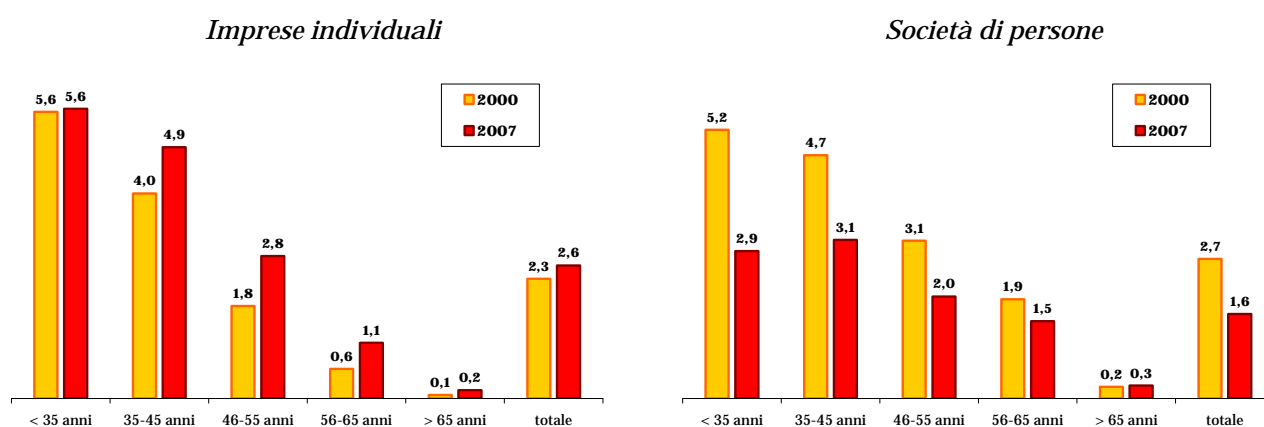
Il 47,4% dei soci delle società di persone costituite nel 2000 aveva meno di 35 anni al momento della nascita della società. Nel 2007, la percentuale si è ridotta al 37%, di più di 10 punti percentuali. Come nel caso delle imprese individuali, anche per le società di persone la riduzione è compensata da aumenti di peso per tutte le altre fasce di età: dal 28% al 33% dei soci di età compresa tra i 35 e i 45 anni, dal 14,7% al 16% per gli imprenditori di 46-55 anni, dall'8,4% all'11% per coloro che hanno un'età compresa tra i 56 e i 65 anni e dall'1,4% all'1,8% per gli over 65.

Tra il 2000 e il 2007, la quota di giovani di età compresa tra 18 e 34 anni sulla popolazione italiana è costantemente diminuita, passando dal 24,6% al 21,1%. Tuttavia, la minore presenza di giovani tra chi siede al comando delle imprese individuali e delle società di persone che offrono servizi alle imprese dipende solo parzialmente da ragioni di carattere demografico. Tra il 2000 e il 2007, il rapporto tra titolari di ditte individuali di età inferiore ai 35 anni e i residenti della corrispondente fascia di età (compresa tra 18 e 35 anni) è rimasto costante a 5,6 titolari ogni 10 mila persone; nello stesso periodo di tempo si è innalzato l'indice generale di imprenditorialità (calcolato tra le ditte individuali), passato da 2,3 a 2,6. In altri termini, cresce la tendenza imprenditoriale degli italiani (da 2,3 a 2,6 per quanto riguarda le ditte individuali) mentre rimane maggiore della media ma costante (5,6) quella degli *under 35*; in corrispondenza anche della perdita di peso degli *under 35* sulla popolazione, questo ha generato il forte calo delle imprese individuali giovani rispetto al complesso delle nate tra il 2000 e il 2007.

Le statistiche sulle società di persone evidenziano una caduta dell'indice generale di imprenditorialità e di quello calcolato per i soli soci delle società di persone giovani: tra il 2000 e il 2007 l'indice complessivo è passato da 2,7 (soci di società di persone ogni 10.000 residenti) a 1,6 (-39%), mentre

l'indice per i soli under 35 si è ridotto da 5,2 a 2,8 (-45%). Ne consegue che, anche nel caso delle società di persone, la minore percentuale dei giovani sulla popolazione italiana spiega solo una parte della perdita di peso delle imprese giovani sul totale delle imprese italiane.

Grafico 9– Numero di titolari di ditte individuali e di soci di società di persone ogni 10 mila abitanti per classi di età



Le società di capitale

Tra il 2000 e il 2007 sono nate in Italia circa 470 mila società di capitale. Di queste, circa 70 mila sono state costituite nel settore dei servizi alle imprese. Impiegando gli archivi Cerved sugli amministratori delle società è possibile definire “imprese giovani” quelle costituite esclusivamente da amministratori che, al momento della nascita della società, non hanno ancora compiuto 35 anni. Adottando questo criterio, tra il 2000 e il 2007 sono state costituite circa 15 mila società di capitale giovani nei servizi alle imprese (pari al 21,2% delle società di capitale nate nello stesso periodo). La percentuale è inferiore rispetto a quella calcolata negli altri settori: il 21,9% delle società di capitali industriali sono giovani, il 25,1% di quelle nate nelle costruzioni e il 25,5% di quelle nate nel commercio e nelle telecomunicazioni (la media complessiva è del 23,3%).

Grafico 10 – La presenza di imprese giovani tra le società di capitale nate nel periodo 2000-2007

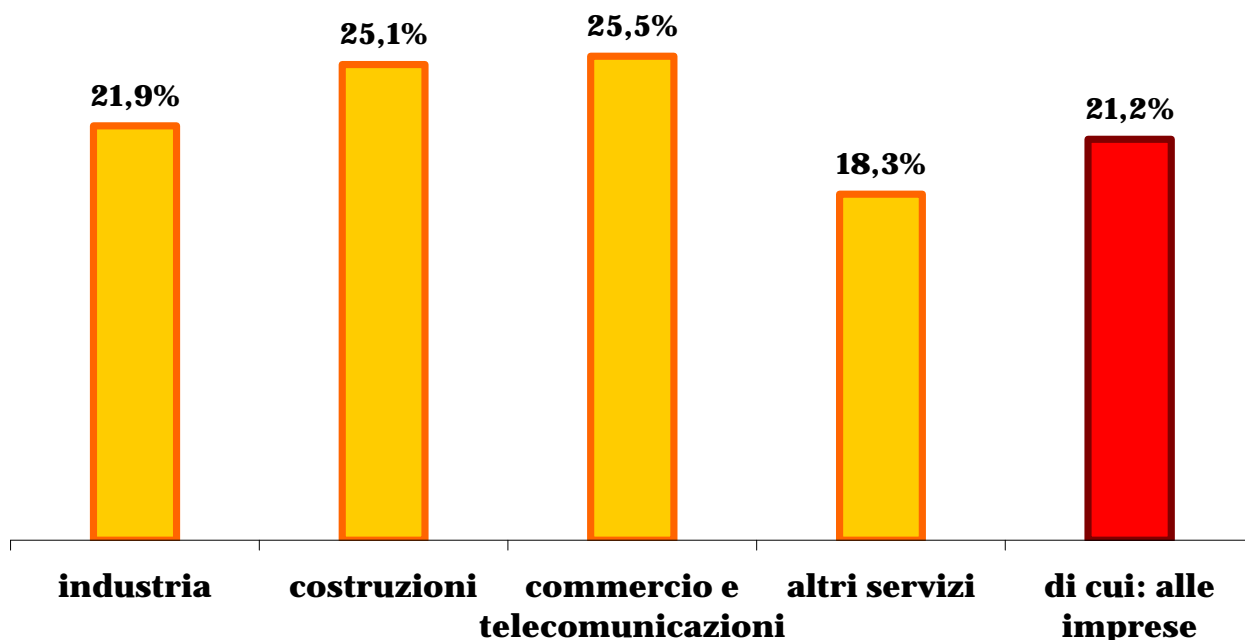


Grafico 111 – La presenza di imprese giovani tra le società di capitale nate nel periodo 2000-2007 nei diversi servizi alle imprese

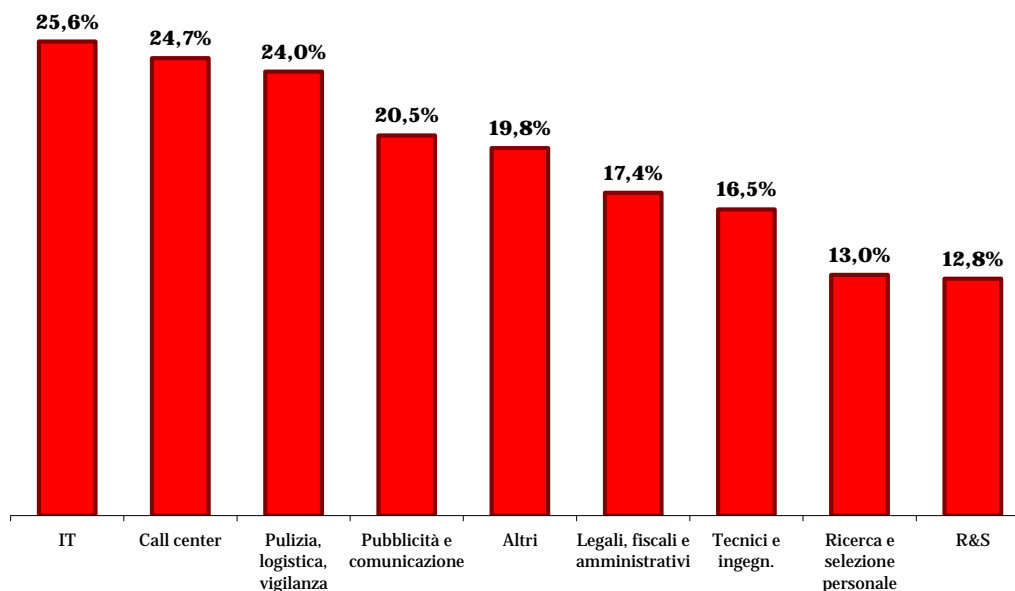
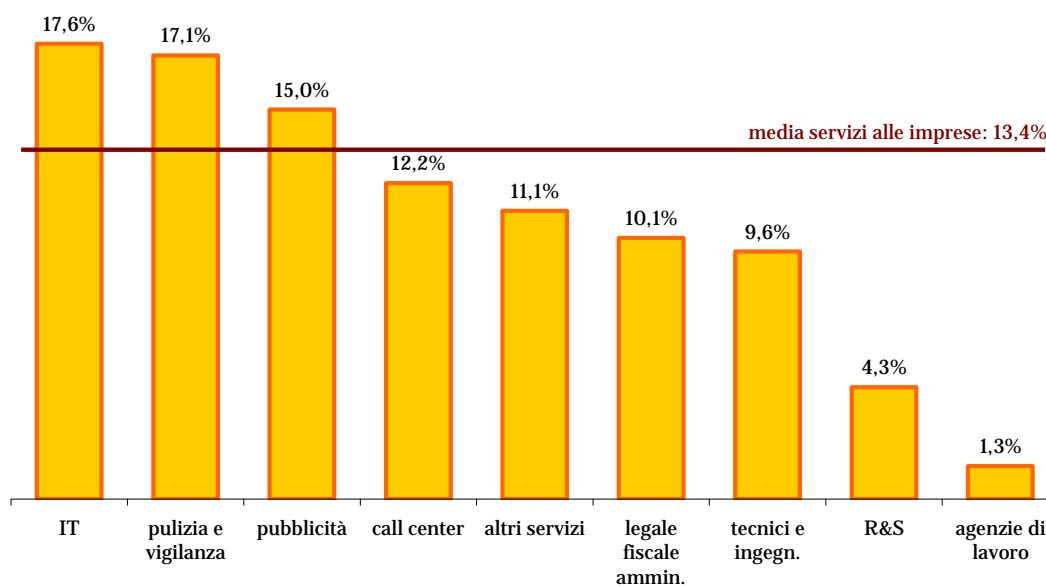


Grafico 12 – Il peso delle imprese giovani in termini di fatturato 2006 (fatturato prodotto dalle imprese giovani su quello prodotto dalle società di capitale nate tra il 2000 e il 2006)



Nell'ambito dei servizi alle imprese, i giovani hanno privilegiato i settori dell'informatica (il 26,8% delle nuove società di capitale è stata costituita da un *under 35*), i call center (24,7%), i servizi di pulizia e di vigilanza (24%). Il minor peso di società giovani si segnala tra le nuove imprese che realizzano attività di ricerca e sviluppo (il 12,8%), di ricerca o di selezione del personale (13%), servizi ingegneristici o di natura tecnica (16,5%).

Nel caso delle società di capitale, l'importanza delle imprese giovani che offrono servizi B2B può essere misurata non solo in termini di nascite, ma anche aggregando i dati di bilancio è misurando il peso delle imprese giovani come rapporto tra il fatturato realizzato dalle imprese giovani e il fatturato complessivo delle imprese nate in quel settore. I servizi informatici si confermano il settore in cui è maggiore il peso degli *under 35*: il 17,6% del fatturato generato da imprese IT è attribuibile a società di capitale giovani. Seguono, sopra la media dei servizi B2B (13,4%), quelli di pulizia o di vigilanza (17,1%) e di comunicazione, di marketing o di pubblicità (15%). Molto bassa invece la quota di fatturato prodotta dai giovani nelle agenzie di ricerca e selezione del personale (1,3%), nella ricerca e sviluppo (4,3%) e nei servizi tecnici ed ingegneristici (9,6%).

Quasi la metà delle società di capitale giovani nate tra il 2000 e il 2007 e attive nel campo dei servizi B2B si concentra in tre sole regioni: in Lombardia (il 23,1% del totale), nel Lazio (il 15,3%) e in Campania (l'11%). Seguono il Veneto (7,4%) e l'Emilia Romagna (6,8%). Roma (13,9%), Milano (13,2%) e Napoli (6,5%) risultano le province in cui si concentra il numero maggiore di imprese costituite da amministratori *under 35*; misurando il peso delle singole province in termini di fatturato prodotto nel 2006 (e non di nascite), è Milano la provincia in cui i giovani producono più fatturato (il 17,5% del totale), seguita da Roma (17,1%) e da Napoli.

Il peso geografico delle società giovani che offrono servizi alle imprese può essere anche misurato come rapporto tra le società di capitale con Cda *under 35* nate in una certa regione e il complesso delle imprese nate in quella stessa regione. Queste statistiche delineano il quadro di un'Italia spaccata in due: nelle regioni del Mezzogiorno, l'incidenza di imprese giovani è regolarmente superiore rispetto alla media italiana e a quanto riscontrabile nelle regioni settentrionali. La percentuale è pari al 32,4% in Campania, al 32,1% in Calabria, al 30,6% in Sicilia, al 30,3% in Puglia. In Veneto, in Lombardia, in Piemonte, in Friuli e in Liguria solo meno di un quinto delle società di capitale nate tra il 2000 e il 2007 sono state costituite esclusivamente da manager *under 35*. A livello provinciale, sono Caltanissetta (44,9%), Agrigento (42,9%) e Catanzaro (42,4%) le province nelle quali è nato il maggior numero di società giovani in rapporto alle nuove nate; in termini di fatturato, le imprese giovani pesano di più ad Agrigento (il 50,9% del fatturato prodotto dalle imprese nate nei servizi B2B è attribuibile agli *under 35*), Benevento (48,5%) ed Arezzo (48,1%).

Tabella 2 – Concentrazione delle società di capitale giovani nate tra il 2000 e il 2006 nelle prime dieci province italiana (in base al numero di nascite e al fatturato prodotto)

nascite		fatturato	
1	Roma 13,9%	1	Milano 17,5%
2	Milano 13,2%	2	Roma 17,1%
3	Napoli 6,5%	3	Napoli 5,3%
4	Torino 3,5%	4	Torino 3,7%
5	Bari 2,7%	5	Brescia 2,3%
6	Brescia 2,3%	6	Palermo 2,0%
7	Bergamo 2,0%	7	Bologna 1,8%
8	Bologna 1,9%	8	Parma 1,8%
9	Padova 1,8%	9	Bari 1,8%
10	Firenze 1,7%	10	Como 1,6%

Tabella 3 - Le dieci province italiane in cui le società di capitale giovani pesano maggiormente (in base al numero di nascite e al fatturato prodotto)

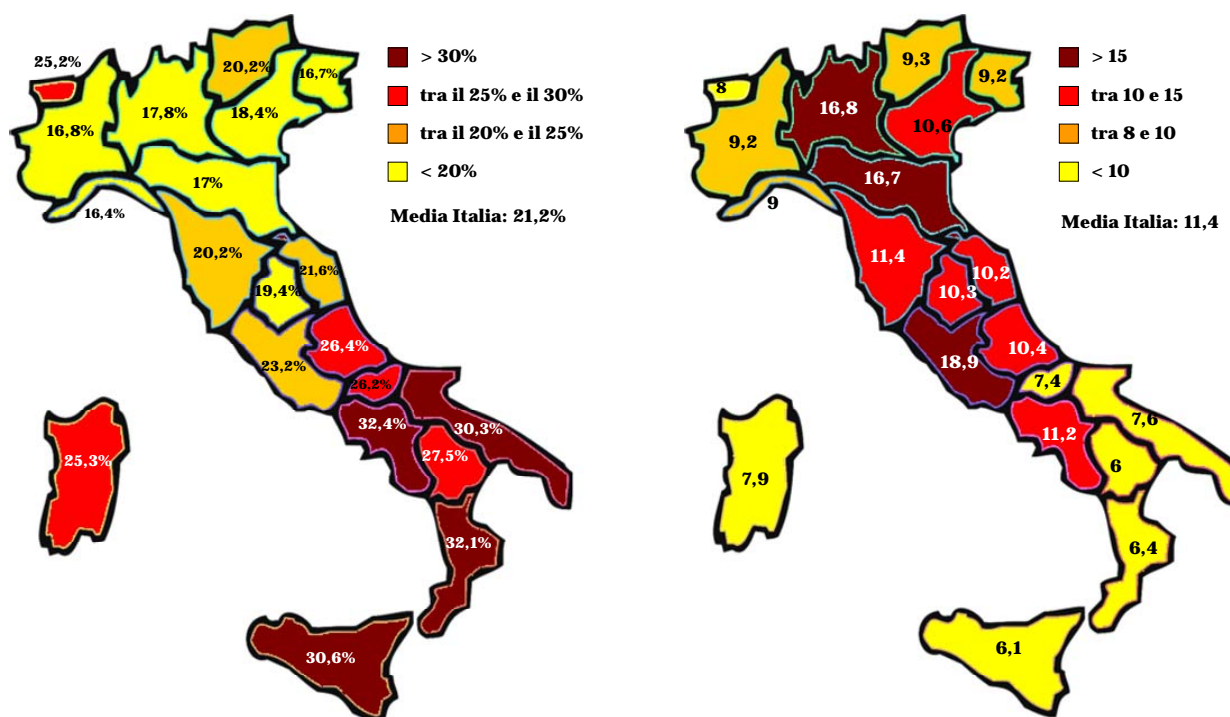
nascite		fatturato	
1	Caltanissetta 44,9%	1	Agrigento 50,9%
2	Agrigento 42,9%	2	Benevento 48,5%
3	Catanzaro 42,4%	3	Arezzo 48,1%
4	Benevento 40,0%	4	Campobasso 39,2%
5	Caserta 39,4%	5	Lecce 37,8%
6	Salerno 38,3%	6	Grosseto 34,9%
7	Reggio Calabria 36,9%	7	Catanzaro 34,7%
8	Potenza 36,2%	8	Isernia 34,2%
9	Napoli 36,1%	9	L'Aquila 32,5%
10	Cosenza 36,1%	10	Como 32,1%

Come nel caso delle ditte individuali e delle società di persone, anche per le società di capitali, l'alta percentuale di imprese giovani rispetto al totale delle nate nel Mezzogiorno coincide con tassi di imprenditoria particolarmente bassi: al Sud nascono poche società di capitale, tra le quali pesano relativamente di più le imprese giovani. Rapportando il numero di società di capitale giovani non al numero delle imprese nate in quella regione, ma al numero di abitanti della corrispondente fascia di età, il Lazio – con 19 imprese nate ogni 10.000 giovani di età compresa tra i 18 e i 34 anni - risulta essere la regione in cui è maggiore la tendenza da parte dei giovani a formare società di capitale nel settore dei servizi B2B. Seguono Lombardia (16,8), Emilia Romagna (11,7) e Toscana (11,4). Viceversa, le regioni in cui è minore questo speciale indicatore di imprenditoria risultano la Basilicata (solo 6 società di capitali giovani ogni 10 mila abitanti di età compresa tra 18 e e 34 anni), la Sicilia (6,1), la Calabria (6,4), il Molise (7,4) e la Puglia (7,6).

Grafico 13 – L'incidenza delle società di capitale giovani nate nei servizi B2B rispetto alle imprese nate e rispetto alla popolazione

rispetto alle imprese nate

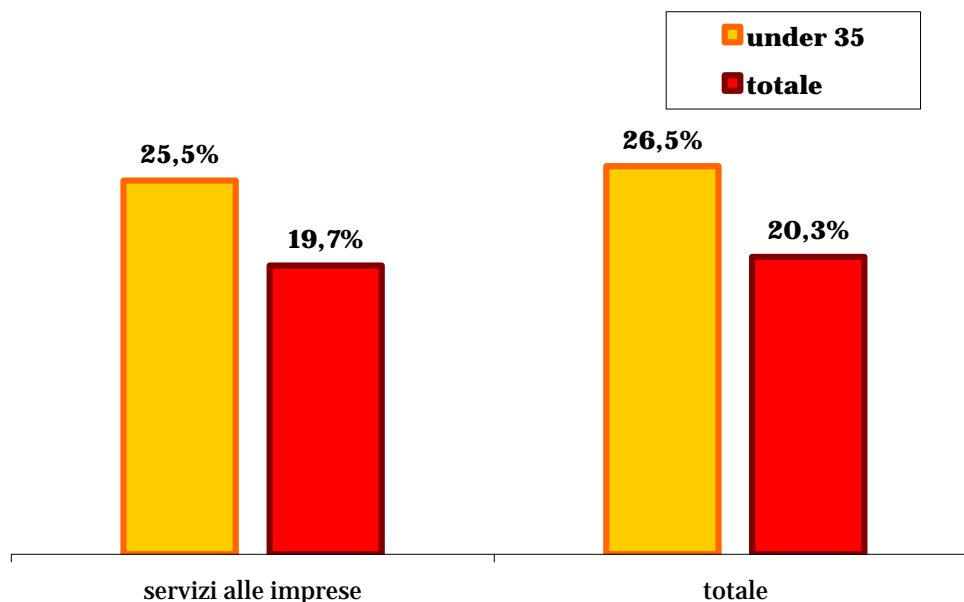
ogni 10 mila abitanti



Il numero medio di sedie nei Cda delle società di capitale costituite tra il 2000 e il 2007 (rapporto tra numero di cariche e società costituite nel periodo) risulta pari a 1,3. Il rapporto risulta leggermente superiore rispetto a quello riscontrabile nel complesso delle società di capitale e nelle società industriali (pari a 1,2), a testimoniare una maggiore predisposizione da parte dei giovani imprenditori che avviano attività nei servizi B2B a mettere insieme competenze ed esperienze nella nuova realtà produttiva.

Il complesso di cariche in queste imprese è leggermente inferiore alle 20 mila unità, occupato per il 25,5% da donne. La quota risulta superiore rispetto a quella di donne che siede nei Cda di società non giovani nate tra il 2000 e il 2007 nel settore dei servizi alle imprese (pari al 19,7%), ma inferiore rispetto alla percentuale di donne che siede nei Cda delle imprese giovani nel suo complesso (26,5%).

Grafico 14 - La presenza delle donne tra le società di capitale nate tra il 2000 e il 2007 nei servizi B2B e nel complesso dell'economia.



Tra il 2000 e il 2003, i servizi alle imprese hanno fatto registrare una dinamica molto fiacca, con tassi di crescita costantemente negativi, o comunque inferiori rispetto al complesso delle iscrizioni di società di capitale. Dal 2004, la tendenza è mutata, con tassi sempre positivi, ad eccezione del 2006. Nei servizi B2B, le nascite di imprese giovani hanno generalmente seguito le dinamiche generali, ma i tassi di crescita sono stati costantemente inferiori rispetto a quelli fatti registrare dalle imprese over 35. Questa tendenza, comune anche al resto dell'economia, ha progressivamente ridotto la quota di società di capitale giovani sul totale delle nate: dal picco del 2002, quando quasi un quarto delle società di capitale nuove nate (il 23,9%) aveva un Cda completamente formato da giovani, la quota è scesa regolarmente, fino a toccare il 18,4% nel 2007.

Tabella 4 – Le nascite di imprese individuali e di società di persone nei servizi B2B tra il 2000 e il 2007 (tassi di variazione a/a)

	01/00	02/01	03/02	04/03	05/04	06/05	07/06
servizi alle imprese	0,2%	-10,1%	-13,8%	5,7%	2,7%	-3,8%	20,0%
di cui giovani	-11,1%	1,7%	-19,5%	0,7%	-5,4%	-8,6%	18,4%
totale economia	12,0%	2,1%	-11,2%	8,2%	10,0%	-1,2%	3,0%
di cui giovani	1,2%	12,1%	-16,6%	2,5%	3,8%	-3,6%	4,0%

Grafico 15 – L'incidenza delle imprese giovani sulle società di capitale nuove nate tra il 2000 e il 2007

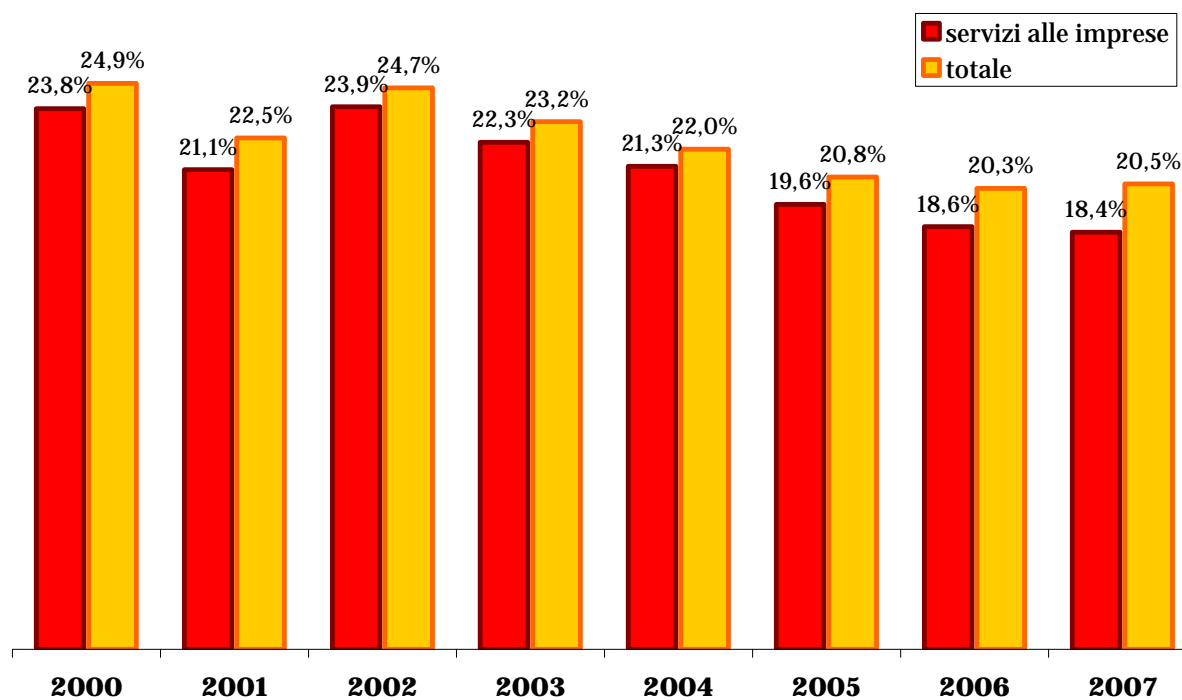
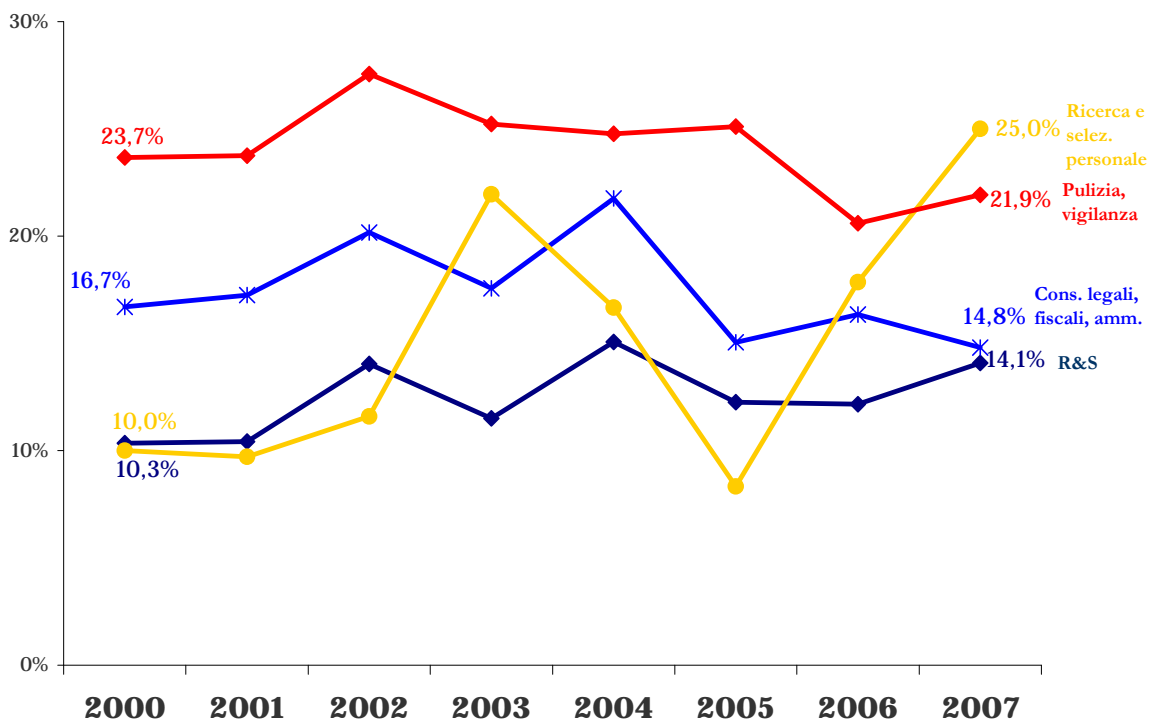
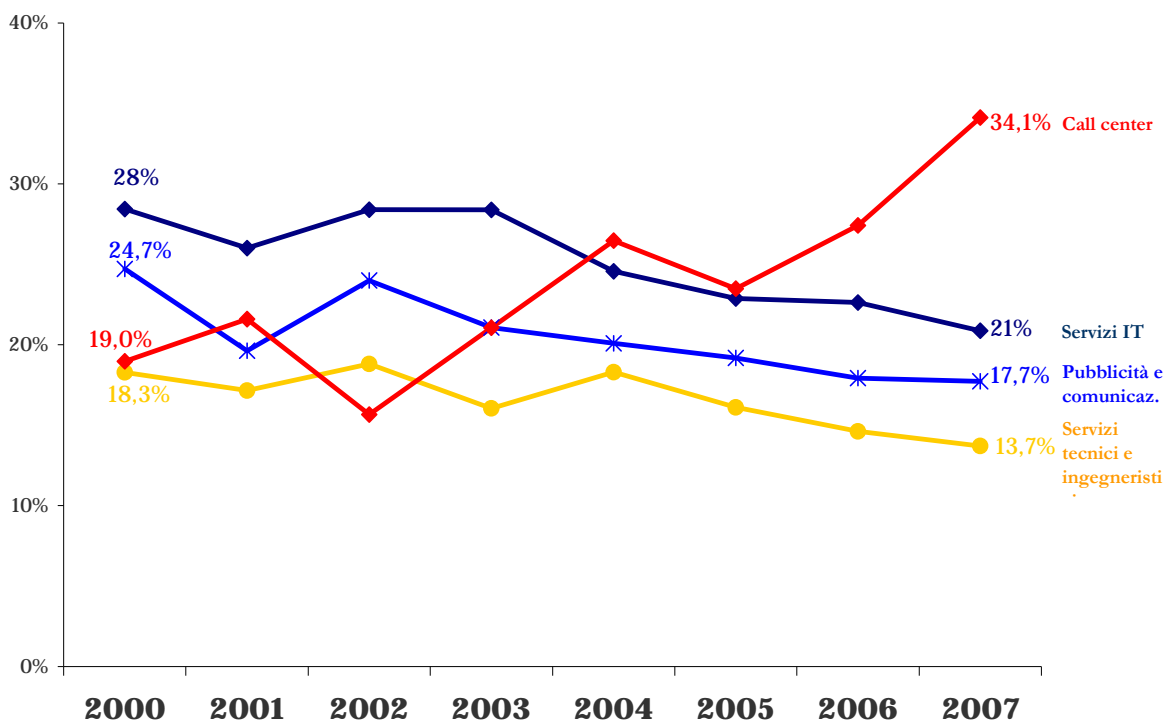


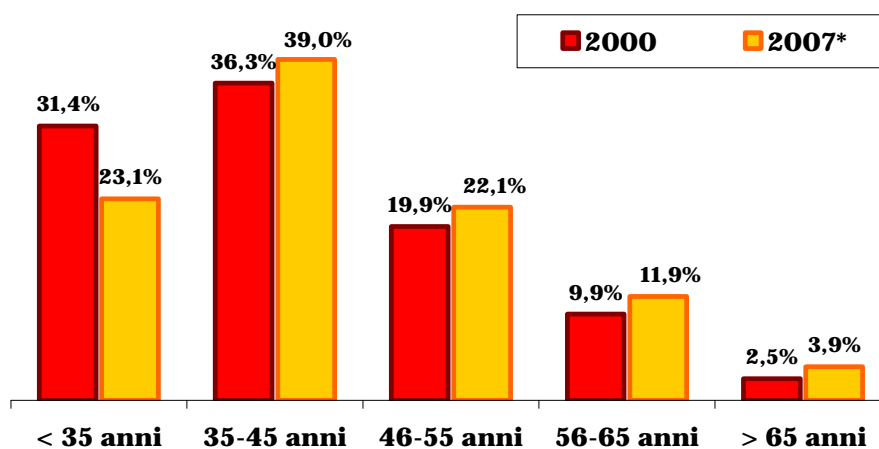
Grafico 16 – L'incidenza di società di capitale giovani sulle nuove nascite 2000-2007 nei diversi servizi B2B



La minore incidenza delle società di capitale giovani sulle nuove nate non riguarda i *call center*. Tra il 2000 e il 2007, il continuo aumento delle nascite di società di capitale specializzate in questo tipo di servizi è coinciso con una maggiore quota di società giovani, che è passata dal 19% del 2000 al 34,1% del 2007. Viceversa, anche nel caso delle società di capitale, si riduce nel tempo il peso dei giovani tra i servizi informatici (dal 28% al 21%), con una quota che rimane tuttavia superiore rispetto a quella media dei servizi alle imprese. Diminuisce anche il peso degli under 35 nelle attività di comunicazione e di pubblicità (di 7 punti percentuali, dal 24,7% al 17,7%), dei servizi tecnici ed ingegneristici (dal 18,3% al 13,7%), di quelli di pulizia e di vigilanza (dal 23,7% al 21,9%), delle attività di consulenza, legali, fiscali e amministrativo-gestionali (dal 16,7% al 14,8%). Per quanto riguarda le agenzie di ricerca e di selezione del personale, il numero delle nascite ha toccato un picco nel 2001 ed è calato sensibilmente negli anni successivi; l'aumento dell'incidenza delle giovani sulle nuove nate (dal 10% al 25%) dipende esclusivamente dalla riduzione del denominatore.

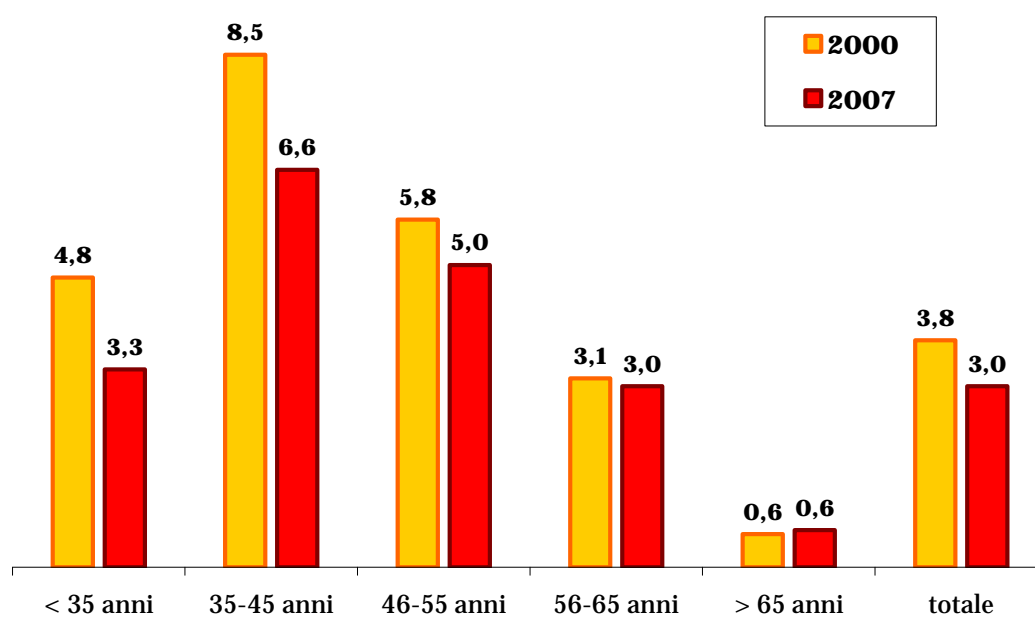
I dati relativi all'età degli amministratori delle società di capitale nate nei servizi alle imprese tra il 2000 e il 2007 confermano il progressivo invecchiamento nell'età di chi siede al comando delle imprese neo-costituite. Nel 2000, il 31,4% degli amministratori aveva meno di 35 anni di età; nel 2007 la percentuale è scesa al 23,1%. Aumenta il peso di tutte le altre fasce di età: la quota degli amministratori di età compresa tra 36 e 45 anni passa dal 36,3% al 39%, la fascia 46-55 anni dal 19,9% al 22,1%, quella 56-65 anni dal 9,9% all'11,9% e quella degli over 65 dal 2,5% al 3,9%.

Grafico 17 – Distribuzione per classi di età degli amministratori delle società di capitale nate tra il 2000 e il 2007



La minore quota di amministratori giovani è solo parzialmente attribuibile a fattori di carattere demografico: rapportando il numero di amministratori di età inferiore ai 35 anni con la popolazione di età compresa tra i 18 e i 35 anni, emerge una riduzione del tasso (da 4,8 a 3,3 amministratori ogni 10 mila residenti della corrispondente classe di età) relativamente superiore rispetto a quella complessiva (da 3,8 a 3) e a quelle registrate nelle altre classi di età.

Grafico 18– Numero di amministratori di società di capitale nate nei servizi alle imprese ogni 10 mila abitanti per classi di età



Le imprese giovani alla prova del mercato

Nel periodo di osservazione, le imprese giovani hanno costantemente evidenziato tassi di sopravvivenza inferiori rispetto alle altre imprese individuali e società di persone che offrono servizi alle imprese. Il 49% delle imprese individuali over 35 nate nel 2000 risulta ancora in vita dopo otto anni; la percentuale scende al 40% considerando le sole imprese con titolare di età inferiore ai 35 anni al momento della nascita della nuova realtà produttiva. Naturalmente, le imprese nate più recentemente evidenziano tassi di sopravvivenza maggiori, con la costante di valori di 7-9 punti percentuali superiori per le imprese con titolari over 35. Considerando il complesso delle imprese nate tra il 2000 e il 2004, risulta che il 47% di quelle under 35 è ancora in vita, contro il 56% di quelle con un titolare che al momento della nascita dell'impresa, aveva superato la soglia dei 35 anni. Per le società di persone, le statistiche delineano un quadro simile della situazione, con tassi di sopravvivenza generalmente maggiori rispetto a quelli osservati tra le ditte individuali: il 59% delle società di persone giovani nate nel 2000 risulta ancora in vita; la percentuale è del 66% considerando le altre imprese. I dati confermano una maggiore quota di imprese ancora in vita tra le non giovani, anche per le società di persone nate dopo il 2000: in media, il 66% delle società giovani nate tra il 2000 e il 2004 non sono cessate al 2008, contro il 72% delle società non giovani.

Grafico 19 – Tassi di sopravvivenza nei servizi alle imprese per anno di nascita (rapporto tra imprese non cessate e imprese nate tra il 2000 e il 2004)

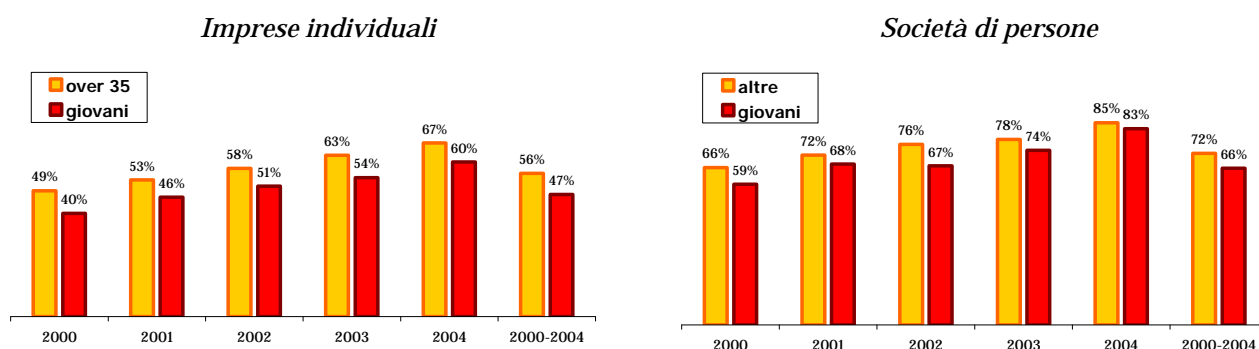


Grafico 20 – Società di capitale: tassi di sopravvivenza nei servizi alle imprese per anno di nascita (rapporto tra imprese non cessate e imprese nate tra il 2000 e il 2004)

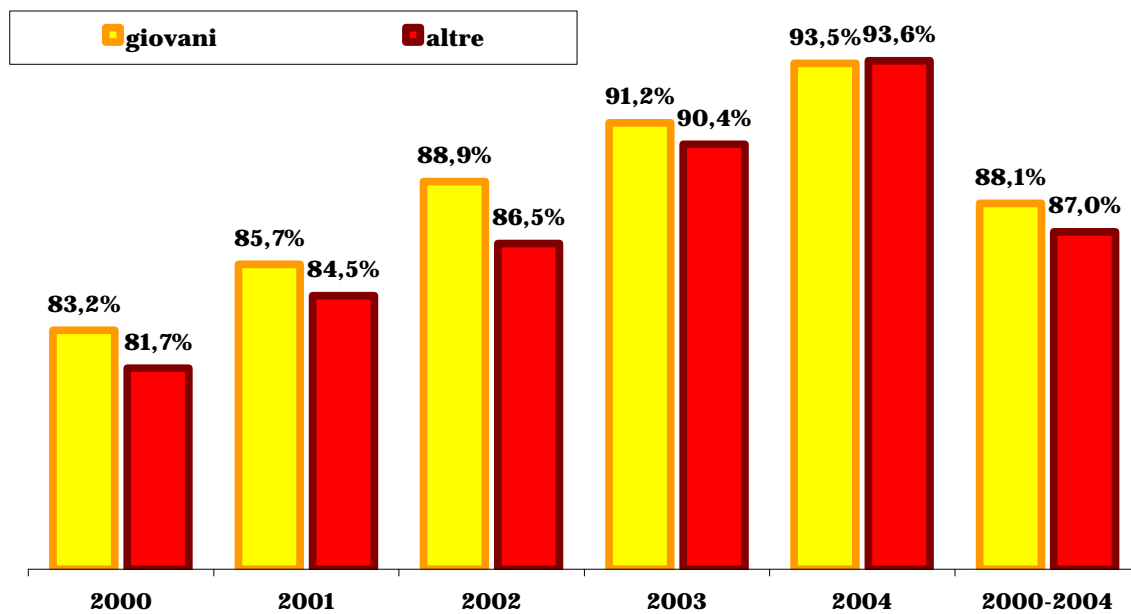
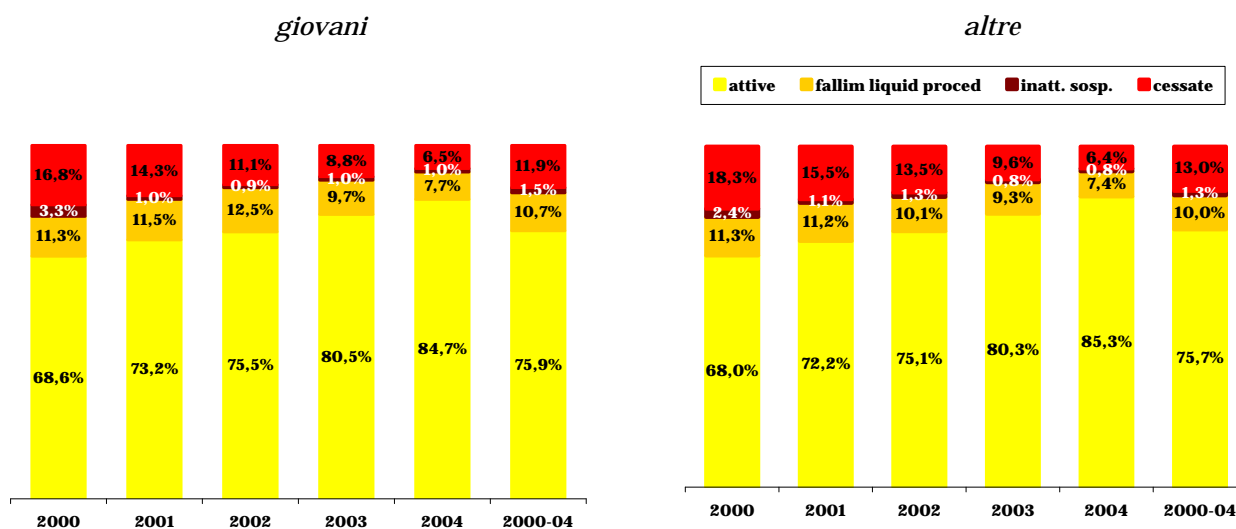


Grafico 21 – Società di capitale: stato di attività delle imprese per anno di nascita



La minore sopravvivenza delle imprese giovani tra le ditte individuali e le società di persone non è confermata dalle statistiche relative alle società di capitale che offrono servizi B2B. Nel periodo di osservazione, il tasso di sopravvivenza delle società di capitale giovani è superiore o in linea con quello delle altre imprese: l'88% delle imprese giovani nate tra il 2000 e il 2004 è ancora in vita nel 2008, contro l'87% delle società di capitale non giovani. Dati di maggiore dettaglio, indicano che tra le società giovani ancora non cessate, vi è una quota leggermente superiore di imprese in stato di crisi (il 10,7% delle giovani nate tra il 2000 e il 2004 è in stato di fallimento, in liquidazione, in procedura oppure in procedura concorsuale contro il 10% delle altre società).

I dati di bilancio disponibili per le società di capitale, uniti agli archivi sugli amministratori, consentono di trarre alcune interessanti indicazioni sulla performance delle imprese attive nel settore dei servizi B2B. Considerando le 47 mila società nate tra il 2000 e il 2006 che hanno depositato un bilancio valido nel 2006 (poco meno di 10 mila sulle 13 mila imprese giovani nate e circa 37 mila sulle 60 mila non giovani), sono 57 quelle che hanno superato la soglia di 20 milioni di euro (tra cui solo 3 imprese giovani) e 534 quelle che hanno superato i 5 milioni di euro (di cui 42 società giovani). Le società giovani nate nei servizi alle imprese tra il 2000 e il 2007 mostrano quindi una minore capacità di strutturarsi e di crescere rapidamente rispetto a quella, già limitata, delle altre imprese: solo il 4,9% delle imprese giovani che hanno redatto il bilancio 2006 hanno superato la soglia del milione di euro (contro l'8,6% delle altre società di capitale), il 25,7% quella dei 250 mila euro (contro il 31,4%) e il 48,7% ha superato i 100 mila euro (contro il 54,2% delle altre). Una quota consistente delle società di capitale nate nel periodo di osservazione, il 10,7% delle società giovani e l'11,3% delle altre imprese, hanno prodotto un fatturato pari a zero nel 2006; la percentuale, che per le nate nel 2006 tocca il 24,2%, risulta alta anche per imprese più anziane (il 10,2% delle nate nel 2000), ad indicare che una parte significativa delle nuove nascite è costituita da scatole vuote che, di fatto, non sono attive sui mercati. La maggiore difficoltà per i giovani di incrementare i ricavi è confermata anche dalla distribuzione del fatturato per anno di nascita delle imprese: per tutti gli anni di nascita considerati, nelle fasce di fatturato superiori (maggiori di 250 mila euro) è maggiore la presenza relativa di imprese non giovani rispetto a quelle costituite da amministratori under 35.

Grafico 22 – La distribuzione del fatturato 2006 delle società di capitale che offrono servizi B2B nate tra il 2000 e il 2006 e che hanno presentato il bilancio 2006

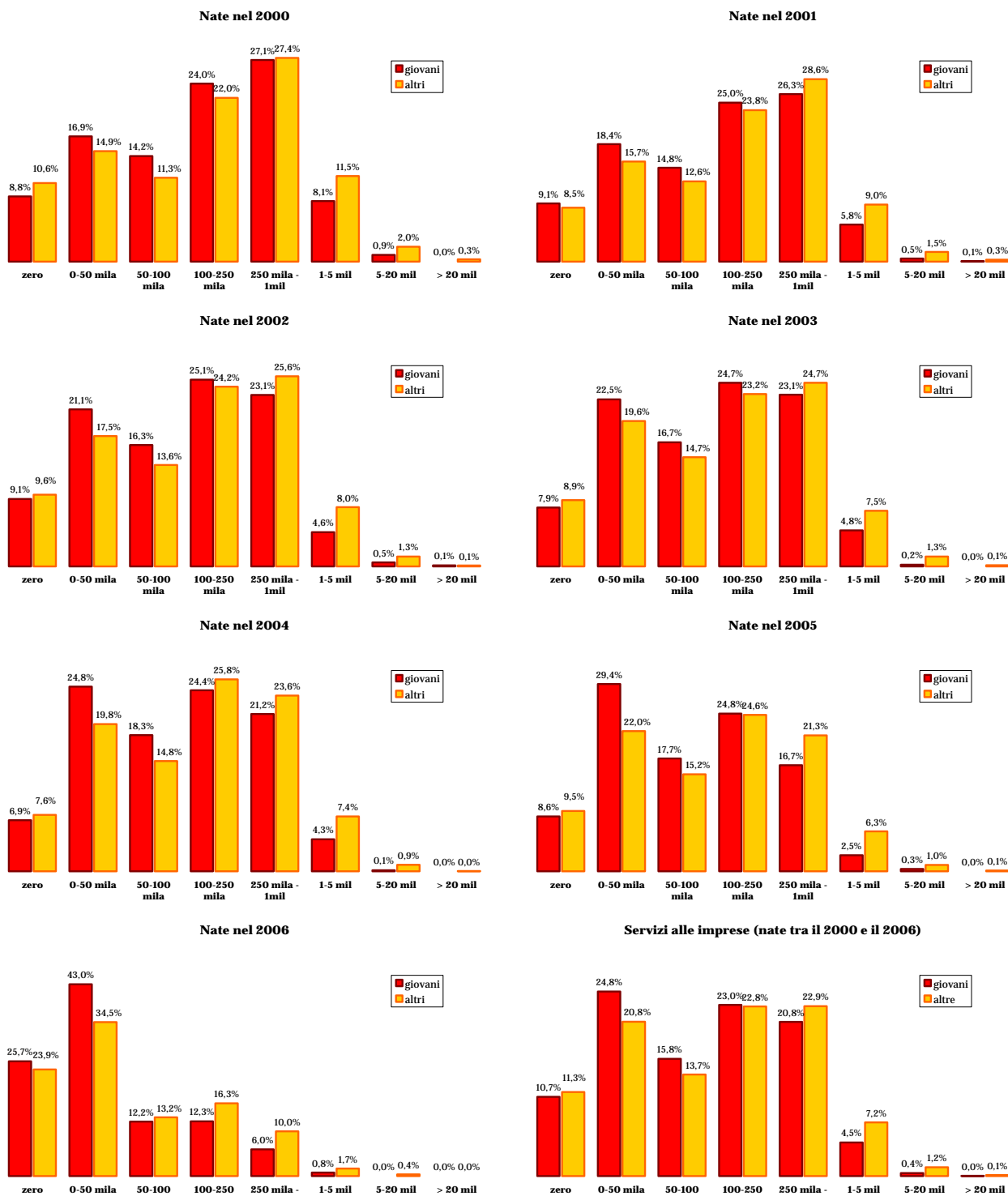
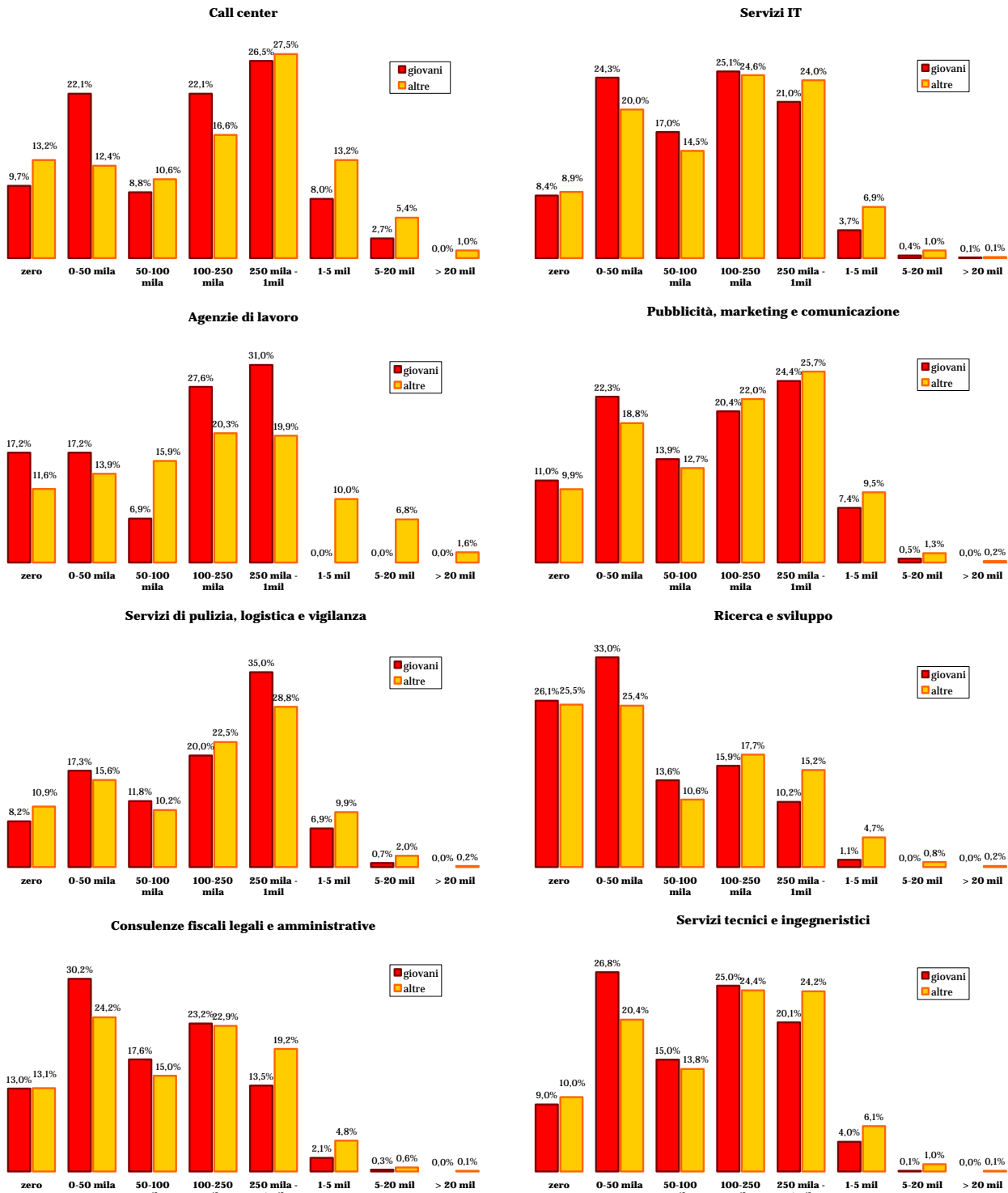


Grafico 23 – La distribuzione del fatturato 2006 delle società di capitale che offrono servizi B2B per attività svolta (imprese che hanno presentato il bilancio 2006)



Nell'ambito dei servizi alle imprese, le distribuzioni del fatturato calcolate con riferimento ai singoli rami di attività confermano la minore predisposizione delle società giovani a incrementare rapidamente i ricavi. Tra le diverse attività, sono i *call center* quelli caratterizzati da una più rapida crescita del fatturato: tra le imprese giovani, il 37,2% ha superato i 250 mila euro di fatturato e il 10,6% ha accresciuto i ricavi oltre il milione (contro una media del 25,7% e del 4,9% calcolata tra le imprese giovani); tra le altre società con bilancio redatto nel 2006, il 47,2% dei *call center* ha superato i 250 mila euro e il 19,7% il milione di euro. La percentuale di società giovani che ha superato i 250 mila euro è anche superiore (pari al 42,6%) tra le imprese che offrono servizi di vigilanza (mentre è inferiore, del 7,7%, quella che ha superato il milione); per le società non giovani, il 40,8% ha superato i 250 milioni e il 12% ha superato il milione. Un altro ramo di attività caratterizzato da alte percentuali nelle classi di fatturato maggiori è quello delle imprese che offrono servizi di comunicazione e di pubblicità: il 32,3% delle società giovani (il 36,6% delle non giovani) ha superato i 250 mila euro e il 7,9% (il 10,9% delle non giovani) il milione di euro. Per quanto riguarda le agenzie di selezione e di ricerca del personale, nessuna delle società giovani ha superato la soglia del milione di euro; viceversa, un'alta percentuale delle imprese non giovani, del 18,3%, inferiore solo a quella dei *call center*, ha superato il milione di euro.

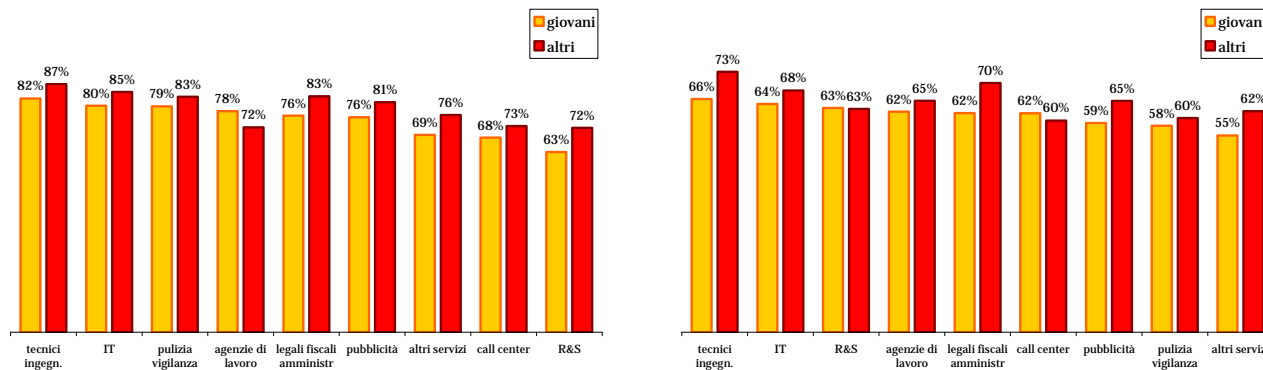
I servizi informatici e le aziende che offrono consulenza, servizi legali, fiscali o amministrativi sono invece caratterizzate da un'alta quota di imprese che fatturano meno di 250 mila euro: il 49,7% delle società IT giovani e il 43,4% di quelle non giovani è sotto questa soglia; per le imprese che operano nel settore della consulenza e dei servizi legali, fiscali o amministrativi le percentuali sono anche superiori (del 60,8% e del 52,3%).

La difficoltà di accrescere i ricavi è accompagnata da una minore quota di imprese giovani in grado di realizzare margini lordi positivi e di chiudere i bilanci in utile. Nel 2006, il 77,5% delle imprese giovani nate nei servizi B2B ha prodotto margini lordi positivi, contro l'82,9% delle loro concorrenti più anziane; il 55,4% delle società under 35 ha chiuso in utile il bilancio, contro il 62,2% delle imprese non giovani. La maggiore frequenza di società in utile e con Mol positivi è una costante per tutti i rami di attività considerati nel Rapporto. Tra i diversi campi di attività, i risultati migliori si osservano tra le società che offrono servizi di natura tecnica o ingegneristica (l'82% delle imprese giovani con Mol positivo e il 66% in utile) e tra quelle informatiche (l'80% con Mol positivo e il 64% in utile). I servizi legali, fiscali, di consulenza amministrativo-gestionali sono invece quelli in cui l'esperienza conta di più: lo scarto tra le imprese 'anziane' e le giovani è di 7 punti per quanto riguarda la percentuale di imprese che ha realizzato Mol positivi (83% le prime contro 76% le seconde) e di 8 punti per quella di società che ha chiuso il bilancio in utile (70% e 62%).

Grafico 24 – Percentuale di imprese con redditività lorda e netta positiva

Margine operativo lordo positivo

Risultato netto positivo



Rispetto al fatturato, le imprese giovani riescono però a realizzare margini operativi lordi e risultati netti superiori rispetto alle altre società di capitale. In media, le società di capitale giovani hanno prodotto margini operativi lordi pari all'11,5% del fatturato, contro l'8,2% realizzato dalle altre società attive nel settore dei servizi B2B. Ad eccezione delle poche imprese che generano un volume d'affari superiore ai 20 milioni di euro, le società di capitale giovani evidenziano margini lordi (sul fatturato) costantemente superiori rispetto alle loro concorrenti non giovani. La migliore redditività lorda delle società amministrate da under 35 si accompagna ad una maggiore capacità di realizzare utili: in rapporto al fatturato le società di capitale giovani hanno realizzato utili per il 2,3% (contro l'1,2% delle società non giovani). Anche in questo caso, la migliore performance delle imprese giovani è confermata per le diverse fasce di fatturato considerate.

Grafico 25 – Rapporto tra margine operativo lordo e fatturato delle società di capitale che offrono servizi alle imprese (per classe di fatturato)

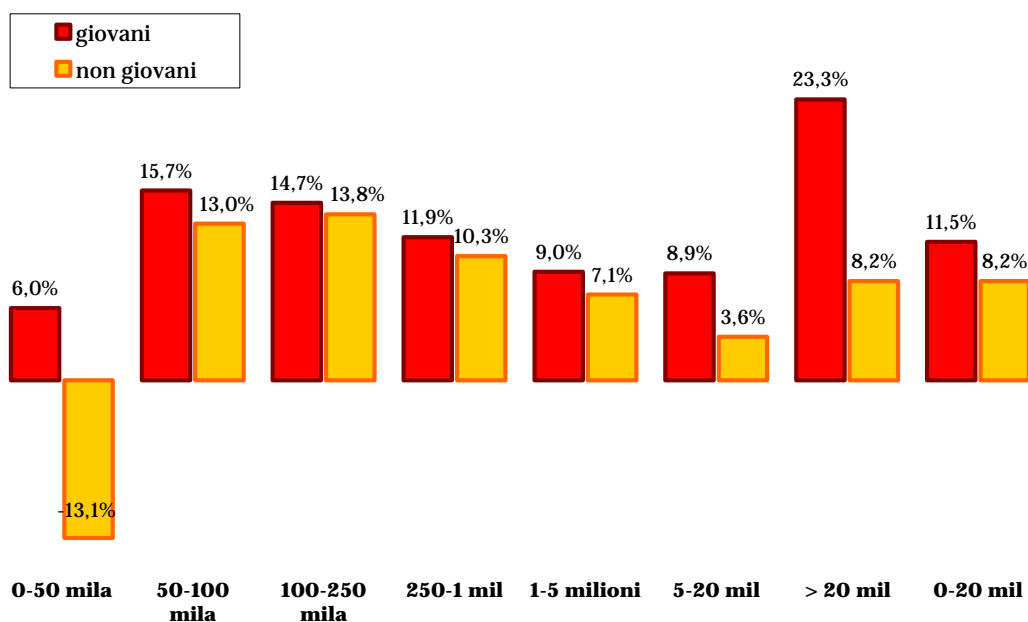


Grafico 26 – Rapporto tra risultato netto e fatturato delle società di capitale che offrono servizi alle imprese

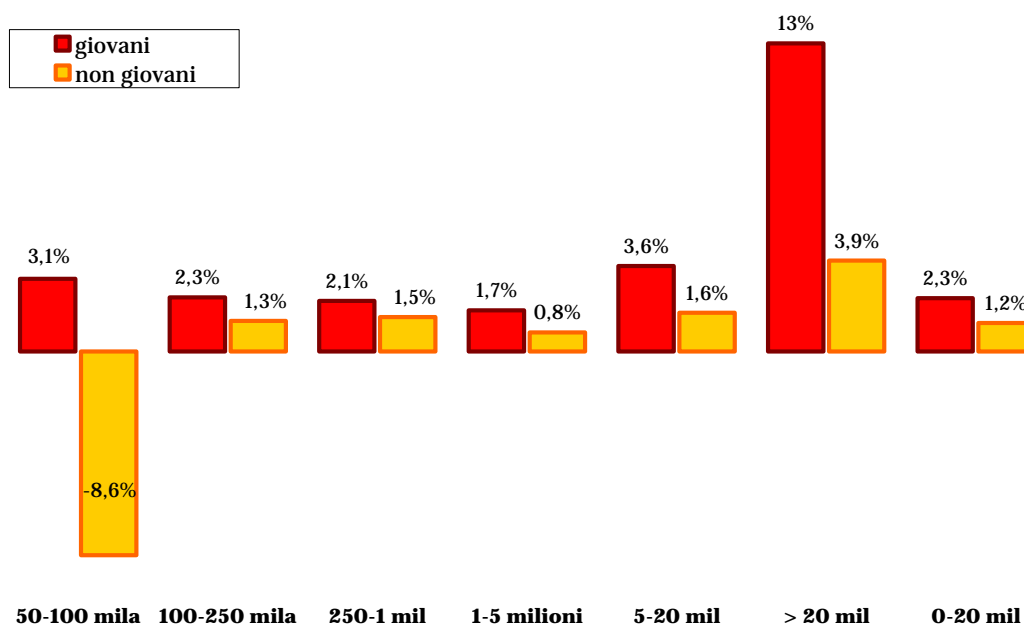


Grafico 27 - Rapporto tra margine operativo lordo e fatturato delle società di capitale che offrono servizi alle imprese (per ramo di attività)

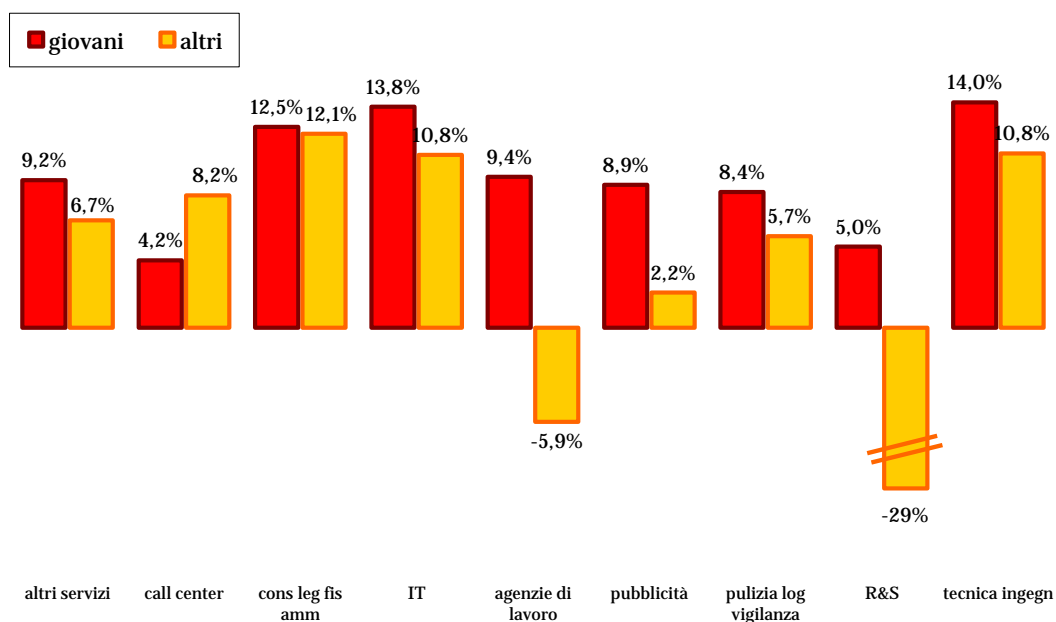
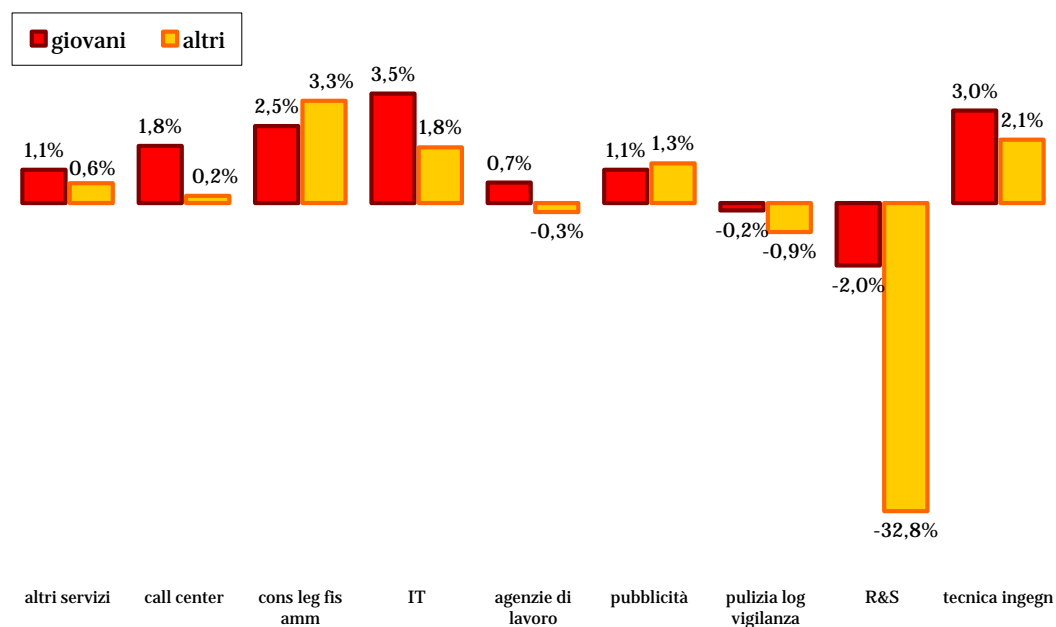


Grafico 28 - Rapporto tra risultato netto e fatturato delle società di capitale che offrono servizi alle imprese (per ramo di attività)



Tra le diverse attività, sono i servizi informatici, di carattere tecnico ed ingegneristico quelli in cui le imprese giovani si distinguono per capacità di realizzare margini e di produrre utili: ogni 100 euro di fatturato, le imprese giovani informatiche hanno prodotto nel 2006 13,8 euro di margini lordi (contro i 10,8 euro delle non giovani) e 3,5 euro di utili (1,8 euro per le non giovani); gli studi ingegneristici, tecnici o architettonici under 35 hanno invece prodotto 14 euro di Mol (contro i 10,8 dei non giovani) e 3 euro di utili (2,1 per le non giovani). Nel settore degli studi legali, fiscali e della consulenza amministrativo-gestionale, le società giovani denotano una migliore capacità di generare margini lordi (12,5% sul fatturato contro il 12,1% delle società non giovani), a fronte di minori utili netti (2,5% contro il 3,3%)