

## 2 Giovani: un capitale che frutta innovazione e competitività

### 2.1 L'imprenditoria giovanile in Italia: tendenze e potenziale effettivo

#### *Una visione di insieme*

Alle fondamenta di ogni economia, l'impresa ne rappresenta uno dei suoi massimi e più robusti pilastri, motore in grado di accelerare la crescita economica e dagli elevati effetti in termini di inclusione sociale. Le dinamiche strutturali di evoluzione del mercato del lavoro, in qualche modo rese ancora più radicali proprio dagli effetti sociali della crisi, spingono sempre più verso una riduzione progressiva dei tradizionali canali di accesso al lavoro alle dipendenze. Sempre più, a chi si inserisce per la prima volta nel mercato del lavoro, ma anche a chi ne è stato espulso e vuole tornarvi, si richiedono doti di autoimprenditorialità e di capacità di creare propri originali canali di costruzione di un lavoro, il che richiede a sua volta propensione al rischio, volontà di mettersi alla prova, creatività, capacità di lettura del mercato e doti di autorganizzazione. Fra il 2004 e il 2007, cioè prima della crisi che ha messo a dura prova il tessuto imprenditoriale italiano, la categoria dei dirigenti ed imprenditori è cresciuta, numericamente, del 7,5%. Ed è del tutto probabile che, con la lenta fuoriuscita dalla crisi, tale tendenza alla crescita riprenderà, anche in modo più rapido, perché nel frattempo le riforme del mercato del lavoro intervenute hanno reso sempre più flessibile anche il tradizionale rapporto di lavoro alle dipendenze, e ciò avrà conseguenze sui modelli di organizzazione del lavoro, spingendoli ulteriormente verso l'autonomizzazione e responsabilizzazione del singolo lavoratore, facendolo diventare un piccolo imprenditore dentro la sua stessa azienda.

L'accesso al lavoro tramite modalità di autoimpiego è, e sarà sempre più, una forma rilevante di superamento della barriera all'ingresso da parte dei giovani inoccupati. Al 31 dicembre 2012, esistono più di 675mila imprese giovanili<sup>1</sup> annotate nei Registri delle Camere di commercio in Italia, ovvero l'11,1% dello stock imprenditoriale totale nazionale; un valore che dimostra come l'imprenditoria giovanile sia un perno irrinunciabile della produzione di Pil e dell'occupazione nel nostro Paese, tanto nel breve, quanto nel medio-lungo termine, se saranno messi a frutto tutti i migliori interventi per la crescita aziendale, evitando così il baratro della 'mortalità infantile' dell'impresa. La crescita di tale fenomeno è peraltro significativa, poiché di fronte alla sostanziale stagnazione del numero di imprese totali dovuta alla crisi, nel 2012 il tasso annuo di evoluzione (differenza tra il tasso di natalità e il tasso di mortalità) al netto delle cessazioni d'ufficio<sup>2</sup>, quindi al netto di movimenti dovuti soltanto a correzioni di tipo amministrativo, delle imprese

<sup>1</sup> Per imprese giovanili si intendono le ditte individuali il cui titolare abbia meno di 35 anni, nonché le società di persone in cui oltre il 50% dei soci abbia meno di 35 anni oppure le società di capitali in cui la media dell'età dei soci e degli amministratori sia inferiore a tale limite d'età. Criterio che vale, cambiando ovviamente la variabile di riferimento, anche per la distinzione di genere (imprese femminili e non) e di nazionalità (imprese straniere e non); due distinzioni che possono essere oltretutto incrociate con quella relativa all'età come vedremo più avanti.

L'analisi strutturale di questo capitolo si baserà sui dati relativi al 2012 (dati di fine periodo) e quella dinamica confronterà il 2012 al 2011.

<sup>2</sup> A partire dal 2005, in applicazione del D.p.r. 247 del 23/07/2004 e successiva circolare n° 3585/C del Ministero delle Attività Produttive, le Camere di commercio possono procedere alla cancellazione d'ufficio dal Registro delle imprese di aziende non più operative da almeno tre anni. Per tenere conto di tali attività amministrative, ai fini statistici di Movimprese i confronti temporali sono stati calcolati depurando i relativi stock dalle cancellazioni disposte d'ufficio. Quindi, il tasso di evoluzione (o tasso di turnover netto) è dato dal rapporto tra il saldo tra iscrizioni e cessazioni nette rilevate nel periodo e lo stock delle imprese registrate al termine del periodo precedente o può essere alternativamente calcolato come differenza tra il tasso di iscrizione e il tasso di cessazione, relativi al periodo esaminato.



giovani è stato del 10,1%, con un saldo, fra iscritte e cessate, di oltre 70mila unità. La reattività e il coraggio di fare impresa dei giovani, di fronte alle crescenti difficoltà di trovare un lavoro alle dipendenze, e nonostante le prospettive di mercato e un clima di business largamente insoddisfacenti, è quindi dimostrata dai numeri. Numeri alimentati anche dall'intraprendenza dei giovani imprenditori stranieri, che costituiscono il 18,2% del totale delle imprese giovanili, con un tasso di evoluzione piuttosto brillante, e che dimostrano, anche in questo, il loro fondamentale apporto alla nostra società.

Tra l'altro, lo stesso bacino di disoccupati giovani fornisce un vero e proprio 'esercito di riserva' di potenziali neo-imprenditori, che potrebbero essere avviati all'autoimpiego tramite strumenti di finanza dedicata (venture capital, microcredito, crowd funding per le iniziative più piccole) e opportuni percorsi di crescita e formazione nel campo, ad esempio, della cultura manageriale, delle competenze sull'impresa e sul lavoro, dell'apprendimento e applicazione delle tecnologie (anche in chiave green), dell'internazionalizzazione. L'1% dei giovani fra i 18 e i 34 anni alla ricerca di lavoro, ovvero circa 13.300 persone, ha infatti dichiarato nel 2012 (elaborazioni su dati indagine Istat sulle forze di lavoro) di cercare una occupazione in proprio. Se tale potenziale fosse interamente sfruttato, avremmo un'espansione del 2% del numero di imprese giovanili, con tutto ciò che tale incremento comporterebbe, in termini di crescita del Pil e dell'occupazione dipendente indotta. E senza considerare un altro potenziale bacino costituito da tutti i giovani (sempre tra i 18 e i 34 anni) alla ricerca di lavoro che non hanno preferenze tra lavorare alle dipendenze e in proprio, pari a quasi 368mila unità. Ipotizzando che almeno un quarto di questi ultimi possa essere propenso a 'fare' impresa<sup>3</sup>, e sommato a tutti i giovani, appena visti, che cercano un lavoro in proprio, si arriverebbe a un bacino potenziale di nuova imprenditorialità giovanile di poco oltre 105 mila unità, innalzando lo stock attualmente esistente a 780 mila imprese (+16%).

Si tratta di un potenziale contraddistinto da una voglia di 'fare' impresa chiaramente più intensa tra i 25-34enni rispetto agli under 25 (26,3% contro 29,2%), come appare crescente salendo con il titolo di studio, dal momento che solo 25 circa su 100 di giovani diplomati in cerca di occupazione è interessato ad un'attività imprenditoriale o non ha preferenze (tra lavoro indipendente e dipendente), quando nel caso dei laureati il rapporto si avvicina a 40 su 100. Tra i laureati in cerca di lavoro, sono più favorevoli a 'fare' impresa o non hanno preferenze (tra lavoro indipendente e dipendente) coloro che hanno conseguito una laurea nelle scienze sociali, umanistiche, lingue straniere (oltre un terzo circa dei disoccupati laureati in questi ambiti) e, soprattutto, in giurisprudenza (oltre il 40% dei relativi disoccupati); mentre più bassa è la propensione mostrata dai laureati in economia (25%).

Tra i diplomati, invece, la preferenza ad avviare un'attività autonoma o senza particolari preferenze tra lavoro indipendente e dipendente è maggiore tra coloro che hanno frequentato i licei o sono geometri, mentre valori un po' più bassi si rilevano per i diplomati negli istituti tecnici.

Un aspetto degno di nota, espressivo della voglia di fare dei giovani, è rappresentato dal fatto di come sia maggiormente diffusa la preferenza ad intraprendere un'avventura imprenditoriale, o comunque senza preferenze tra lavoro indipendente o dipendente, tra i giovani senza esperienza lavorativa alle spalle, magari appena usciti dal sistema formativo, rispetto ai coetanei che cercano lavoro con un'esperienza lavorativa alle spalle.

---

<sup>3</sup> La scelta di tale soglia trova una verosimile giustificazione rifacendosi alla composizione dell'occupazione in Italia secondo la posizione professionale tra indipendenti e dipendenti.

Comunque, a prescindere dai vari tratti caratteristici di questo potenziale, è indubbia l'importanza del ruolo che questo bacino giocherebbe nel dare slancio alla nostra economia, se solo riuscisse a manifestare nella realtà produttiva tutti i suoi effetti.

Effetti, in primo luogo, di carattere sociale, riflessi nella crescita occupazionale, pensando soprattutto alle opportunità offerte dall'autoimpiego ai quali si associano i risvolti moltiplicativi rappresentati dalla generazione di occupazione dipendente; così come altri, di natura sempre sociale, ma nel suo significato più stretto del termine, perché connessi all'inclusione sociale (giovani, immigrati) e alle pari opportunità. Ma non solo, perché la lista dei positivi effetti sarebbe lunga, considerando, ad esempio, il valore che ha l'impresa nel salvaguardare, per mezzo della sua trasmissione da una generazione all'altra, l'infinito patrimonio di know-how costruito nei decenni dai nostri imprenditori, espressivo di quel 'saper' fare così originale e creativo, di qualità, unico al mondo.

A proposito di pari opportunità, particolare diffusione, nel mondo dell'imprenditoria giovanile, sembrano avere le imprese a conduzione femminile, che rappresentano nel 2012 il 27,2% del totale delle imprese giovanili. Un valore superiore all'incidenza dell'insieme delle imprese femminili, giovani e non giovani, sul totale delle imprese italiane (23,5%), che mostra come – specie nelle regioni del Mezzogiorno – il segmento forse più problematico del mercato del lavoro (cioè le giovani donne disoccupate) reagisca in modo particolarmente frequente alla crisi con il coraggio di assumere una iniziativa imprenditoriale autonoma, seppur in condizioni di mercato non certo favorevoli come quelle attuali. Come già accennato, interessante risulta essere anche l'incidenza e l'espansione dell'imprenditoria giovanile straniera (18,2% del totale imprenditoria giovanile; 14,8% il tasso di evoluzione 2011-2012), un chiaro segnale di come, nonostante tutto, le comunità immigrate siano una reale opportunità di sviluppo economico e produttivo per la nostra economia.

### L'imprenditoria giovanile in Italia e alcune delle sue caratteristiche

Anno 2012 (valori assoluti e percentuali)

	Numero di imprese registrate	Incid. % su totale imprese giovanili	Incid. % imprese giovanili su totale imprese*	Tasso di evoluzione 2011-2012**	Saldo in v.a. (iscritte-cessate**)
Totale imprese	6.093.158	-	-	0,3	18.911
<b>Imprese giovanili</b>	<b>675.053</b>	<b>-</b>	<b>11,1</b>	<b>10,1</b>	<b>70.473</b>
di cui (secondo alcune caratteristiche della titolarità)					
- femminili	183.719	27,2	12,8	10,7	20.032
- straniere	122.927	18,2	25,7	14,8	17.788
di cui (secondo alcuni segmenti dell'economia)					
- artigiane	195.842	29,0	13,6	--	--
- cooperative	13.474	2,0	9,1	12,2	1.706

(--) Dato non disponibile.

\* Riguardo ai diversi segmenti dell'imprenditoria giovanile (imprese femminili, straniere, cooperative e artigiane), il totale delle imprese è quello dello specifico corrispondente segmento.

\*\* Vedi nota 2.

Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere



Anche l'ingresso dei giovani nel mondo dell'artigianato è piuttosto frequente (29% delle imprese giovanili sono artigiane), il che è un evidente segnale di vitalità del comparto artigianale italiano, in grado di produrre beni e servizi di qualità, e spesso 'unici' (nel comparto artistico e tipico) o con una immagine ancora vincente sui mercati esteri (nell'artigianato del made in Italy), con risvolti commerciali e di redditività tali da attrarre imprenditori giovani.

Anche il 'volto' giovanile del mondo cooperativo, seppur ancora piuttosto minoritario nel panorama delle imprese giovanili italiane, mostra un tasso di evoluzione piuttosto consistente (+12,2%, valore superiore alla media generale del totale delle imprese giovanili), indicando come le finalità mutualistiche e di relazionalità particolare con il territorio e con le comunità locali (anche oltre le mere relazioni commerciali e di profitto) tipiche del cooperativismo siano in grado di fornire crescenti soluzioni occupazionali alla crisi del mercato del lavoro, specie per i giovani. Evidentemente, ciò rappresenta una indicazione di politica economica chiara: occorre sostenere specificamente tale mondo, in forte espansione, a dispetto della crisi.

### *L'imprenditoria giovanile nei settori di attività e nei territori*

L'iniziativa dei giovani si manifesta all'interno del nostro sistema economico con diversa intensità, cercando di attecchire in quegli spazi settoriali dove la facilità di 'fare' impresa può essere un fattore attrattivo, così come in altri dove è maggiormente possibile espletare le proprie capacità creative e di innovazione.

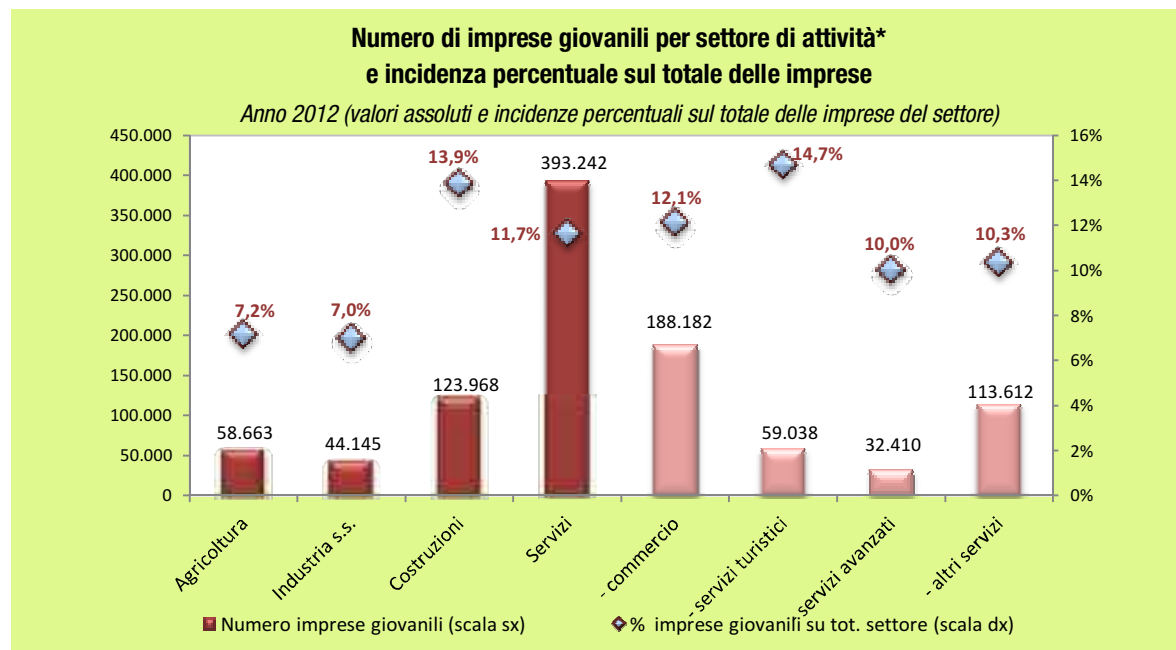
Se il terziario sembra il terreno prediletto per i giovani, l'industria mostra ancora qualche limite a causa di più elevate barriere all'entrata, specialmente d'ordine finanziario. Tuttavia, una maggiore capacità di attrazione di iniziative imprenditoriali giovanili (spesso anche in seguito a passaggi generazionali) si rileva in alcuni comparti del made in Italy, dove il gusto e la tradizione italiana possono essere rinnovati e rivitalizzati proprio da quel tocco di creatività e di innovazione che tipicamente i giovani possiedono. Non è un caso, infatti, che in alcuni settori l'incidenza di imprese giovanili sul totale è particolarmente alta se posta a confronto con la media generale dell'industria in senso stretto (7% nel 2012): ad esempio, nell'alimentare, le imprese gestite da under 35 è pari all'8,4%; nell'abbigliamento è del 9,7%, nella pelle/cuoio dell'8,4%. Ammirevole, oltretutto, come nel 2012 il tasso di evoluzione delle imprese giovanili in questi settori si sia dimostrato positivo, grazie al +2,4% dell'alimentare, al +5,7% dell'abbigliamento (a cui si potrebbe aggiungere il +4,6% del tessile) e al +10,1% del comparto pelle/cuoio. Apprezzabili espansioni si sono registrate anche in altri spaccati del made in Italy, come il legno e mobilio (ordinatamente, +2,9 e +2,4%) e la lavorazione dei minerali non metalliferi (+3,2%).

Nell'edilizia, rispetto all'industria, il discorso è particolare, perché si tratta di un settore in cui le imprese giovanili sono il 14% circa del totale; una incidenza molto alta, concentrata soprattutto nelle attività di finitura degli edifici (impiantistica, verniciatura, pavimentazione, ecc.) e di manutenzione/riparazione degli stessi. Probabilmente, in tale settore, che vive spesso di subappalti e che è connotato da notevoli fragilità intrinseche, oltre ad aspettare una necessaria ripresa del ciclo dell'edilizia, e quindi dell'economia nel suo insieme, andrebbero sperimentate forme di aggregazione di

rete di Pmi con servizi e attività complementari fra loro, magari arricchite anche di competenza in tema di green building, in modo da presentarsi unite ad eventuali appaltatori. Nonostante tutto, nel 2012, il tasso di evoluzione delle imprese giovanili ha segnato aumenti tanto nelle attività di costruzione degli edifici (+2,6%) o nei lavori di costruzione specializzati (+5%) quanto in quelle di ingegneria civile (+2,2%).

Certamente vi può essere sempre più spazio per i giovani anche nell'agricoltura, soprattutto quella a più elevato valore aggiunto, collocata su segmenti di mercato specifici e di alta *willingness to pay*, come il biologico e la produzione di alta qualità e certificata territorialmente (produzioni tipiche e certificate), oppure poste in filiera con altri settori (agricoltura di servizio all'industria green, ad esempio nella produzione di coltivazioni industriali per la produzione di energia alternativa o combustibili alternativi, o al servizio del turismo, in filiere di turismo enogastronomico e rurale, o ancora al servizio del sociale, ad esempio fattorie didattiche o con attività miste di produzione agricola e di servizi sociali e assistenziali nei comuni e borghi rurali meno serviti, ecc.). Merita dunque evidenziare come nel 2012 il settore primario abbia segnato aumenti del tasso di evoluzione delle imprese giovanili in tutti i suoi ambiti, da quello delle coltivazioni agricole (+6,7%) a quello della pesca (+8,9%), passando per quello della silvicoltura (+11%).

Nei servizi "tradizionali", spicca la presenza di imprese giovanili nel commercio (12,1%), anche se la debolezza dei consumi finali pone queste imprese di fronte a profonde difficoltà. Pur di fronte a difficoltà e problemi di ristrutturazione, nel 2012 si è comunque espanso il tessuto imprenditoriale giovanile nel settore del commercio, segnando un +6,4% nella vendita all'ingrosso e al dettaglio (compresa la riparazione) di autoveicoli e motocicli, un +5,3% nel commercio al dettaglio e un +4,6% in quello all'ingrosso (questi ultimi due, ovviamente, al netto degli autoveicoli e motocicli).



\* Al netto delle imprese non classificate.

Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere



Va rilevata un'apprezzabile presenza di giovani anche tra le iniziative imprenditoriali in un comparto di grande interesse, ovvero quello dei servizi turistici, in cui le imprese giovanili costituiscono il 14,7% del tessuto imprenditoriale del settore, evidenziando una crescita (misurata dal tasso di evoluzione) nel 2012 che per le attività di alloggio è stata del 4,9% e per quelle di ristorazione del 2,5%.

Anche i servizi avanzati possono vantare un'apprezzabile 'volto' giovanile, grazie alle oltre 32mila imprese giovanili, registrate alla fine del 2012, a costituire un decimo della complessiva imprenditoria del settore. Del resto, i servizi di ricerca e sviluppo, le attività di consulenza aziendale e direzionale, i servizi di marketing, quelli legati più in generale all'Ict, i servizi veterinari<sup>4</sup>, e così via, sono terreno fertile dove coniugare la propensione alla creatività e all'innovazione, tipica dei giovani, con aree di mercato in espansione dove lo spazio per i giovani è molto ampio e promettente.

In generale, la presenza giovanile nell'Ict può essere spiegata anche dal fatto che, in un settore in cui il primo e fondamentale fattore competitivo è dato dalla capacità di innovare *in continuum*, i giovani, per la loro creatività, per la capacità di essere flessibili, e quindi di rispondere più reattivamente alle esigenze mutevoli del cliente finale, hanno un vantaggio decisivo nel sopravvivere. E poi, spesso, in molte delle attività dell'Ict, il capitale materiale iniziale è di entità modesta, essendo soprattutto importante il capitale immateriale dato dalla creatività e dalle competenze, cioè l'avviamento. E ciò facilita indubbiamente lo start-up di piccole iniziative imprenditoriali da parte di giovani con poche risorse economiche.

Non a caso, nel 2012, all'interno del vasto mondo dei servizi avanzati, nello specifico comparto dei servizi di informazione e informatici le imprese giovanili sono cresciute nel 2012 del 12,6% e dell'8,9% in quello relativo alla produzione di software e consulenza informatica. E si potrebbe citare anche il +4,5% registrato nel comparto della ricerca e sviluppo, a cui si affianca il +13,7% connesso alle attività professionali, scientifiche e tecniche e il +6,4% attinente alle attività di marketing (pubblicità e ricerche di mercato).

La geografia delle imprese giovanili premia il Mezzogiorno del Paese, e non è un caso. Con una incidenza del 13,9% sul totale delle imprese, rispetto alla media nazionale dell'11,1%, il Mezzogiorno è infatti la ripartizione territoriale con la più alta incidenza di imprese giovanili. Ci sono ragioni ben precise: le difficoltà di accesso al mercato del lavoro nei tradizionali canali del lavoro dipendente spingono spesso i giovani meridionali a tentare l'avventura imprenditoriale, anche quando non sempre vi è una vocazione specifica in tal senso. Le incentivazioni pubbliche allo start-up di imprese giovanili sono, in ragione delle regole sui regimi di aiuto nelle regioni a ritardo di sviluppo, maggiori, più differenziate tipologicamente e di maggiore intensità rispetto all'investimento iniziale. Vi è poi un fattore meramente demografico: essendo le regioni del Mezzogiorno quelle con la più alta densità di giovani sul totale della popolazione residente, ciò si rispecchia quasi in modo inerziale anche nella demografia imprenditoriale.

Non sempre tutto ciò si traduce in una capacità stabile di creare iniziative vincenti e in grado di crescere, specie in regioni ad elevatissima densità di imprese giovanili, ma collocate agli ultimi posti quanto a classifica nazionale della povertà e dei consumi pro capite. La Calabria ne è un esempio, dove il tasso di imprese giovanili è addirittura del 16,2%, e con le cinque province della regione posizionate fra le prime undici per incidenza delle imprese giovani sul totale, con Crotone in seconda posizione e Cosenza undicesima.

<sup>4</sup> Per i servizi veterinari, si constata che, nonostante la crisi, il numero di animali domestici cresce di anno in anno, e le restrizioni finanziarie dei comuni portano ad una contrazione dei servizi pubblici veterinari, aprendo opportunità di mercato per i privati.

## Stock e flussi del numero di imprese giovanili e loro incidenza sul totale delle imprese, per regione

Anno 2012 (valori assoluti e percentuali)

Regioni	Imprese giovanili			Incid. % imprese giovanili su totale imprese		
	Registrate	Iscrizioni	Cessazioni non d'ufficio	Registrate	Iscrizioni	Cessazioni non d'ufficio
Piemonte	49.463	9.825	5.279	10,7	34,0	17,1
Valle d'Aosta	1.266	238	121	9,1	27,9	14,4
Lombardia	92.223	18.496	8.927	9,7	30,8	16,4
Trentino-A.A.	9.292	1.731	658	8,5	30,3	11,7
Veneto	44.455	8.794	4.237	8,9	29,8	13,1
Friuli-V.G.	8.690	1.682	870	8,0	28,8	13,0
Liguria	15.688	3.382	1.512	9,4	32,2	14,7
Emilia-Romagna	41.725	8.666	4.529	8,8	29,8	14,9
Toscana	43.026	9.021	4.456	10,3	31,9	16,7
Umbria	9.657	1.710	845	10,0	31,3	16,1
Marche	17.570	3.261	1.626	10,0	31,3	14,7
Lazio	64.143	13.765	4.976	10,4	33,0	15,4
Abruzzo	17.509	3.644	1.651	11,6	36,3	17,6
Molise	4.384	790	324	12,4	39,1	15,6
Campania	81.594	14.610	6.340	14,5	40,7	20,6
Puglia	51.499	9.524	4.672	13,4	37,7	18,8
Basilicata	7.340	1.416	545	12,0	41,2	15,4
Calabria	29.044	5.009	2.316	16,2	43,2	22,2
Sicilia	67.568	12.600	5.607	14,6	41,7	19,9
Sardegna	18.917	3.185	1.385	11,2	34,6	15,1
<i>Nord-Ovest</i>	<i>158.640</i>	<i>31.941</i>	<i>15.839</i>	<i>9,9</i>	<i>31,9</i>	<i>16,5</i>
<i>Nord-Est</i>	<i>104.162</i>	<i>20.873</i>	<i>10.294</i>	<i>8,7</i>	<i>29,8</i>	<i>13,7</i>
<i>Centro</i>	<i>134.396</i>	<i>27.757</i>	<i>11.903</i>	<i>10,3</i>	<i>32,3</i>	<i>15,8</i>
<i>Sud e Isole</i>	<i>277.855</i>	<i>50.778</i>	<i>22.840</i>	<i>13,9</i>	<i>39,8</i>	<i>19,3</i>
<b>Italia</b>	<b>675.053</b>	<b>131.349</b>	<b>60.876</b>	<b>11,1</b>	<b>34,2</b>	<b>16,7</b>

Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

Anche la Sicilia ne rappresenta un altro valido esempio (14,6%), in cui la provincia di Enna ha il record nazionale di imprese giovanili sul totale, con una quota del 18,1%, con Catania, Palermo e Caltanissetta rispettivamente settima, ottava e decima nella graduatoria provinciale dell'incidenza delle imprese giovanili sul territorio. E potremmo citare anche la Campania, che vanta il 14,5% di imprese giovanili all'interno della regione, con una punta del 16,7% a Caserta, quinta provincia italiana per



incidenza delle imprese giovanili, e con Salerno e Napoli in tredicesima e quattordicesima posizione nazionale, con il 14,3%; o ancora la Puglia (13,4%), con un risultato straordinariamente alto nel Salento, che in questi anni è stato un laboratorio di iniziative giovanili riconosciuto in alcuni casi anche a livello europeo: in provincia di Lecce, infatti, la quota di imprese under 35 è del 15,2%, il che colloca detta provincia in nona posizione nella graduatoria nazionale; segue la provincia di Barletta-Andria-Trani, in diciassettesima posizione, con il 14% di imprese giovanili.

### Prime dieci posizioni delle graduatorie provinciali secondo l'incidenza percentuale del numero delle imprese giovanili sul totale delle imprese e secondo la numerosità assoluta

Anno 2012 (valori assoluti e percentuali)

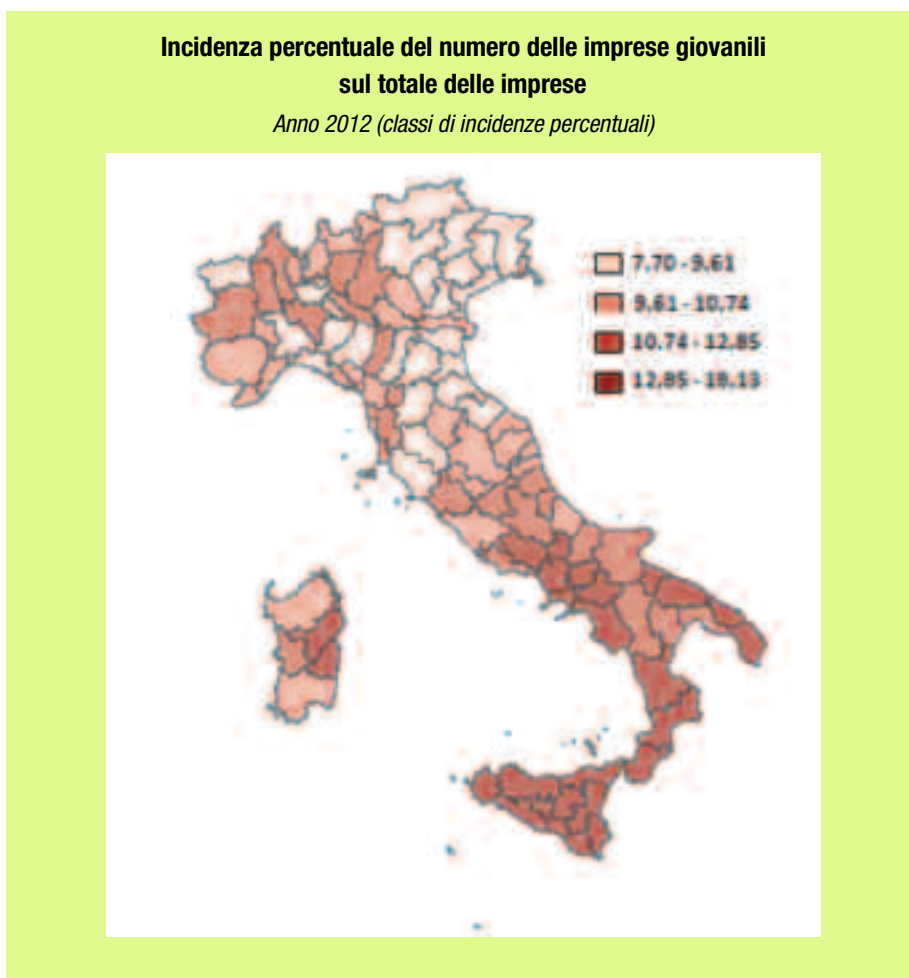
Pos.	Province	Incid. % imprese giovanili	Imprese giovanili (v.a.)	Pos.	Province	Imprese giovanili (v.a.)	% cumulate
Per incid. % imprese giovanili su tot. imprese della provincia				Per numerosità assoluta di imprese giovanili			
2	Crotone	17,5	3.030	2	Napoli	38.694	12,3
1	Enna	18,1	2.851	1	Roma	44.289	6,6
3	Vibo Valentia	17,4	2.286	3	Milano	28.595	16,5
4	Reggio di Calabria	17,2	8.549	4	Torino	26.166	20,4
5	Caserta	16,7	15.048	5	Salerno	17.336	23,0
6	Catanzaro	16,2	5.286	6	Bari	15.374	25,3
7	Catania	15,2	15.299	7	Catania	15.299	27,5
8	Palermo	15,2	15.156	8	Palermo	15.156	29,8
9	Lecce	15,2	11.063	9	Caserta	15.048	32,0
10	Caltanissetta	15,1	3.770	10	Brescia	13.544	34,0

Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

Nel Centro-Nord, la regione a più alta quota di imprese giovanili è il Piemonte (10,7%), mentre la provincia più 'giovane' è Frosinone (14%), in diciottesima posizione nella specifica graduatoria, seguita da Prato (13,6%). In fondo a tale graduatoria provinciale, nelle ultime dieci posizioni, troviamo numerose realtà del Nord-Est (Gorizia, Modena, Ravenna, Forlì-Cesena, Bologna, Udine, Treviso, Bolzano, Pordenone e Trieste) con una incidenza non superiore all'8,5%. Si ha quindi uno spaccato poco brillante, da questo punto di vista, del modello del Nord-Est, che storicamente era caratterizzato da un elevato ricambio imprenditoriale, tanto da definire una particolare forma di mobilità sociale ascendente, dall'operaio che spesso diveniva piccolo imprenditore in pochi anni, e che oggi invece, in molte aree, è caratterizzato da una struttura imprenditoriale di età avanzata, a basso ricambio, tale da rendere il tema della trasmissione di impresa uno tra i più importanti da



affrontare per salvaguardare l'enorme patrimonio di know-how imprenditoriale che possiede il nostro Paese, a partire dalle aree più ricche. Ciò ha ripercussioni evidenti sia sulla competitività economica, sia, ovviamente, sulle dinamiche sociali.



Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

Tornando al Mezzogiorno, affinché le iniziative giovanili, così diffuse, abbiano successo occorre che sviluppino una capacità di proiezione all'esterno del contesto di mercato localistico, e in particolare una capacità di internazionalizzazione, che solo elevati livelli di competitività strutturale possono garantire. Sarà necessario, quindi, il più efficiente sostegno ai processi di internazionalizzazione, tanto più intenso quanto più le imprese sono giovani, affinché riescano a 'farsi le ossa' e conquistarsi immagine e visibilità di mercato distintiva. Un sistema integrato di accompagnamento all'internazionalizzazione sin dalle primissime fasi di vita delle neo imprese giovanili è quindi un requisito indispensabile per elevare il



tasso di sopravvivenza di molte imprese giovani del Mezzogiorno, che rischiano di scomparire rapidamente, non superando la fase di start-up.

Ciò tra l'altro contribuirebbe a dare una valvola di sfogo all'ingente "imprenditorialità potenziale" vista in precedenza, che è insita nei tanti disoccupati meridionali giovani che vorrebbero cercare un'attività in proprio o che non hanno preferenze particolari: ad esempio, in Calabria, l'avvio all'autoimpiego, considerando tutti i 18-34enni che cercano lavoro in proprio e almeno un quarto di coloro, sempre della stessa fascia di età disoccupati, che non hanno preferenze, porterebbe ad un innalzamento dell'attuale stock di imprese giovanili del 26%, dalle 29mila attualmente esistenti, fino a sfiorare le 37mila unità. A livello dell'intero Mezzogiorno, si passerebbe dalle attuali quasi 278mila imprese a oltre 338mila (+22%). Nel Centro-Nord, invece, si passerebbe dalle 397mila imprese giovanili a quasi 442mila imprese (+11%).

Naturalmente, se dalle quote relative si passa ai valori assoluti, cioè al numero totale di imprese giovanili registrate, le province più grandi in termini demografici e di numero di imprese sono anche quelle che hanno le più alte cifre: Roma, che con il 9,7% di imprese giovanili sul totale del territorio provinciale è solo 81esima nella graduatoria basata sulle percentuali, con le sue 44.289 imprese under 35, che costituiscono il 6,6% del totale nazionale, è la provincia con il più alto valore assoluto di attività imprenditoriali giovanili. All'interno della provincia, vi sono alcuni piccoli comuni, come Roiate, Licenza ed Agosta, con quote di imprese giovanili sul totale imprenditoriale comunale particolarmente alte, superiori al 22%.

Dietro Roma segue Napoli che, con le sue 38.694 iniziative giovanili, assorbe il 5,7% del corrispondente totale nazionale; in questa provincia, i comuni con percentuali di concentrazioni molto alte corrispondono a Massa di Somma, Casola di Napoli e Cardito. In terza posizione, un'altra provincia dotata di una grande area urbana, come Milano, che possiede 28.595 imprese under 35, ovvero il 4,2% del totale nazionale, con concentrazioni percentualmente alte a Baranzate, Besate e Santo Stefano Ticino. Seguono poi province con aree urbane di medie dimensioni, ovvero Salerno (17.336 imprese giovanili, con una quota particolarmente alta nel comune di Bracigliano), Bari (15.374 imprese giovanili, dove spicca Sannicandro di Bari come comune a più alta incidenza percentuale di giovani imprenditori) e Catania (15.299 imprese) che supera, sia pur di pochissime unità, Palermo (15.156 imprese giovani). La "top ten" delle province per numero assoluto di imprese giovanili è poi chiusa da Caserta (15.048 imprese) e Brescia (13.544 unità). All'estremo opposto della graduatoria, le due province con il minor numero di imprese giovanili sono Gorizia (930 unità) e Ogliastro (734).

Passando all'analisi dinamica, nel 2012 il tasso annuo di evoluzione (sempre calcolato al netto delle cessazioni di ufficio) evidenzia, per le imprese giovanili, una crescita molto più brillante rispetto al totale delle imprese. Il suddetto indice, come visto, è pari al 10,1%, contro lo 0,3% complessivo, per un saldo fra imprese giovanili iscritte e cessate positivo e corrispondente a 70.473 unità. Crescite superiori all'11% si sono registrate in alcune regioni del Centro-Nord, come: il Trentino-Alto Adige, che sembra essere una delle patrie elettive dell'impresa giovanile nel nostro Paese, in cui lo stock netto di imprese giovanili si arricchisce di ulteriori 1.073 unità nel 2012; la Liguria, che dimostra quindi come anche in una regione demograficamente anziana sia possibile far evolvere positivamente un tessuto di imprese giovani; il Lazio, che con un tasso di evoluzione del 13,7%, è risultata essere la regione italiana più dinamica in termini di ispessimento del tessuto produttivo giovanile, e la seconda con il più elevato

saldo fra imprese iscritte e cessate, per un incremento nel 2012 di ben 8.789 imprese giovanili, il 12,5% del saldo totale nazionale. Da non sottovalutare anche la positiva dinamica registrata in alcune regioni del Mezzogiorno, come l'Abruzzo (11,2%) e la Basilicata (11,7%).

Ad alimentare l'alto valore del tasso di evoluzione è intervenuta l'elevata natalità delle imprese giovanili (18,8% contro il 6,3% per il totale delle imprese). Si tratta chiaramente di una risposta alle crescenti difficoltà di accesso al lavoro causate dalla crisi, che induce molti giovani a tentare l'avventura imprenditoriale, spinti anche dalla voglia di valorizzare le proprie conoscenze – come vedremo nel proseguo del rapporto – e non solo per ragioni di ripiego, pur se la fase che attraversano attualmente i mercati non è certo favorevole per la creazione di nuove imprese. Abbiamo quindi di fronte una evidenza del coraggio dei giovani del nostro Paese, che pur di fronte ad enormi avversità come quelle che il ciclo macroeconomico attuale propone, tentano comunque di superarle, lanciandosi in un'avventura imprenditoriale che, certamente, merita di essere adeguatamente sostenuta, e in modo costante nel tempo; anche tramite accordi volti a ridurre le barriere di accesso al credito ed accompagnare le imprese verso l'innovazione e l'internazionalizzazione, dietro sempre una propedeutica formazione sulle competenze insite del 'fare' impresa (cultura manageriale, trasmissione di impresa, ecc.).

In regioni come la Liguria, il Lazio, l'Abruzzo e la Toscana, si registrano nel 2012 tassi di natalità superiori al 20%, che si ridimensionano parzialmente nel Nord-Est (19,1%), che, come si è detto, sta attraversando una fase di rallentamento del suo tradizionale modello di ricambio generazionale interno al suo sistema produttivo, e nel Mezzogiorno (17,8%), in cui comunque gli elevati valori di incidenza delle imprese giovanili sul totale sopra descritti derivano da processi di crescita registrati anche negli anni precedenti.

La necessità che il sostegno all'iniziativa giovanile sia costante nel tempo trova la sua principale motivazione nel tasso di mortalità, che, nel caso delle imprese giovanili si è dimostrato nel 2012 comunque più alto rispetto a quello del totale delle imprese (8,7 contro 6%), come effetto fisiologico della maggiore fragilità di imprese, come quelle giovanili, che spesso sono ancora nella delicata fase dello start-up. Un tasso di mortalità che raggiunge valori elevati, a due cifre, in alcune regioni, anche del Nord, come il Piemonte, l'Emilia Romagna e la Toscana, ma è relativamente alto anche in Friuli-Venezia Giulia, in Liguria e in Lombardia, evidenziando quindi elementi territoriali sui quali porre particolare attenzione. Paradossalmente, nella maggior parte delle regioni meridionali, il tasso di mortalità delle imprese under 35 è inferiore alla media. Ad ogni modo, è evidente come tale risultato conduca a riflettere sull'opportunità di politiche di sostegno e supporto alle nuove imprese, nella fase di avvio delle attività (quindi, almeno, nei primi 3-5 anni di attività).

**Tassi di natalità, mortalità e di evoluzione imprenditoriale delle imprese giovanili e in totale***Anno 2012 (valori percentuali)*

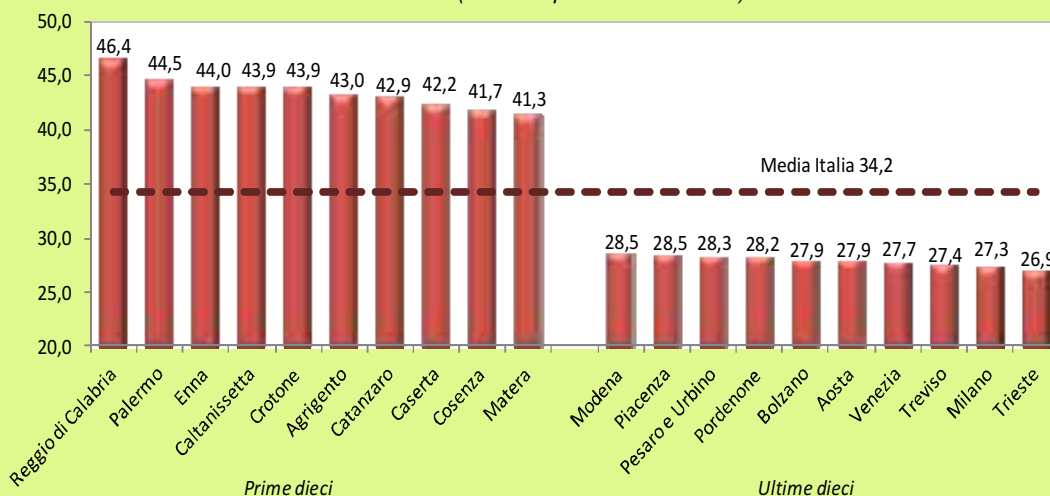
Regioni	Imprese giovanili			Totale imprese		
	Tasso di natalità	Tasso di mortalità	Tasso di evoluzione	Tasso di natalità	Tasso di mortalità	Tasso di evoluzione
Piemonte	19,0	10,2	8,8	6,2	6,6	-0,4
Valle d'Aosta	17,8	9,0	8,7	6,1	6,1	0,1
Lombardia	19,3	9,3	10,0	6,3	5,7	0,6
Trentino-A.A.	18,0	6,9	11,2	5,2	5,1	0,1
Veneto	18,8	9,0	9,7	5,8	6,4	-0,5
Friuli-V.G.	18,4	9,5	8,9	5,3	6,1	-0,8
Liguria	21,1	9,4	11,6	6,3	6,1	0,1
Emilia-Romagna	19,8	10,3	9,4	6,1	6,4	-0,3
Toscana	20,2	10,0	10,2	6,8	6,4	0,4
Umbria	16,8	8,3	8,5	5,7	5,5	0,2
Marche	17,7	8,8	8,9	5,9	6,2	-0,3
Lazio	21,5	7,8	13,7	6,8	5,3	1,5
Abruzzo	20,4	9,3	11,2	6,6	6,2	0,4
Molise	17,5	7,2	10,3	5,7	5,9	-0,2
Campania	17,6	7,6	10,0	6,4	5,5	0,9
Puglia	17,7	8,7	9,0	6,5	6,4	0,1
Basilicata	19,0	7,3	11,7	5,6	5,7	-0,2
Calabria	16,6	7,7	8,9	6,4	5,8	0,6
Sicilia	18,3	8,1	10,1	6,5	6,1	0,4
Sardegna	15,9	6,9	9,0	5,4	5,4	0,0
<i>Nord-Ovest</i>	<i>19,4</i>	<i>9,6</i>	<i>9,8</i>	<i>6,2</i>	<i>6,0</i>	<i>0,2</i>
<i>Nord-Est</i>	<i>19,1</i>	<i>9,4</i>	<i>9,7</i>	<i>5,8</i>	<i>6,3</i>	<i>-0,4</i>
<i>Centro</i>	<i>20,2</i>	<i>8,7</i>	<i>11,5</i>	<i>6,6</i>	<i>5,8</i>	<i>0,8</i>
<i>Sud e Isole</i>	<i>17,8</i>	<i>8,0</i>	<i>9,8</i>	<i>6,4</i>	<i>5,9</i>	<i>0,5</i>
<b>Italia</b>	<b>18,8</b>	<b>8,7</b>	<b>10,1</b>	<b>6,3</b>	<b>6,0</b>	<b>0,3</b>

Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

Andando ad esaminare il fenomeno della natalità delle imprese giovanili con maggiore dettaglio territoriale, si evidenzia come siano soprattutto le realtà, dove è particolarmente difficile il contributo del contesto socio-economico a supporto dell'imprenditoria, a fornire una particolare spinta verso l'impresa giovanile. Le province della Calabria, della Sicilia, e alcune province campane e lucane appaiono infatti fra le prime dieci nella graduatoria secondo l'incidenza delle iscrizioni di imprese giovanili sul totale delle iscrizioni di tutte le imprese ai registri camerali nel 2012. La provincia di Reggio Calabria, ad esempio, presenta una quota di iscrizioni di imprese giovanili superiore al 46% del totale delle iscrizioni della provincia. All'estremità opposta della graduatoria, troviamo province del Centro-Nord, prevalentemente del Nord Est, con Trieste che, per quota di iscrizioni di imprese giovani sul totale, è l'ultima (26,9%). La provincia di Milano, altro luogo generalmente elettivo dell'imprenditorialità endogena, è addirittura penultima, con una incidenza di iscrizioni di imprese under 35 pari al 27,3%.

### Prime dieci e ultime dieci province della graduatoria provinciale secondo l'incidenza del numero delle iscrizioni delle imprese giovanili sul totale delle iscrizioni nella provincia

Anno 2012 (incidenze percentuali sul totale)



Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

Evidentemente, ancora una volta, su tale graduatoria incidono aspetti demografici (regioni a maggior incidenza di popolazione giovane, tipicamente meridionali, e regioni demograficamente 'anziane', tipicamente del Nord) e di mercato del lavoro (nel Mezzogiorno, dove il canale di accesso al lavoro alle dipendenze è praticamente ostruito, molti giovani tentano l'avventura imprenditoriale, non sempre in possesso delle necessarie competenze basilari o di capitali sufficienti).

Sarebbe tuttavia riduttivo limitare la spiegazione ai fattori sopra descritti. Non si può non considerare che la scelta di 'fare' impresa è una scelta coraggiosa, che implica una capacità di reazione rispetto ad una situazione economica e sociale difficile, e, quantomeno, un approccio caratterizzato da un minimo di ottimismo prospettico. E' una sorta di scommessa sul futuro. Una scommessa sulla quale i giovani meridionali, troppo spesso dipinti come 'attendisti' e alla ricerca del 'posto fisso', stanno giocando con molta intraprendenza.

#### *I giovani imprenditori stranieri*

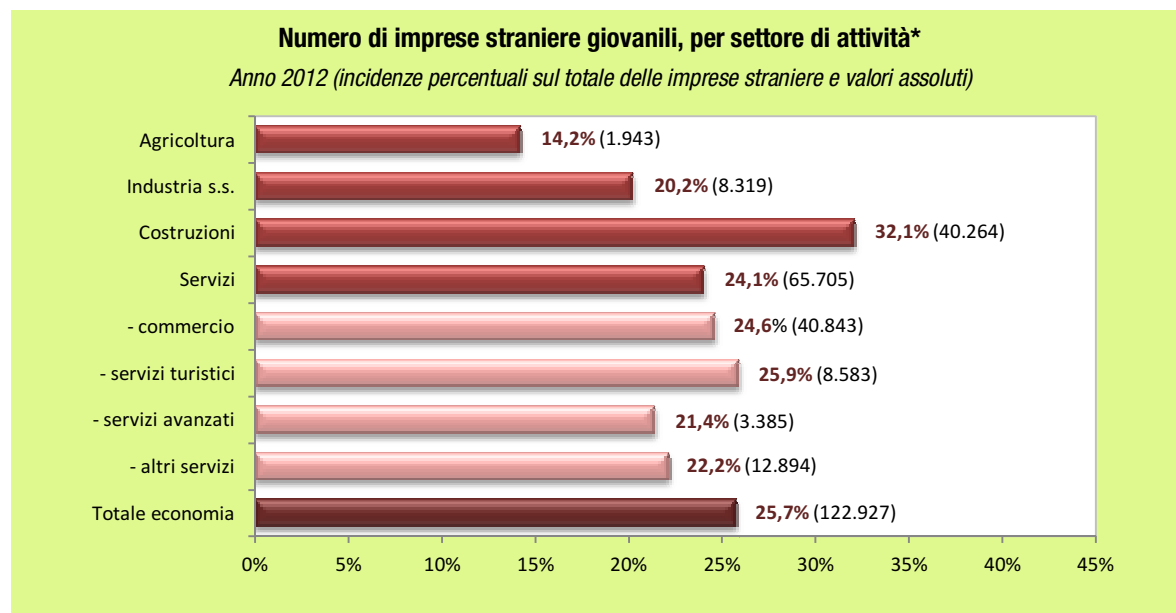
Di fronte all'invecchiamento demografico del nostro Paese, con un carico di anziani sulla popolazione attiva che si farà sempre più gravoso, da cui nascono questioni di sostenibilità finanziaria dei nostri sistemi di welfare, sarà sempre più opportuno valorizzare tutte le risorse giovanili a disposizione.

Da questo punto di vista, gli immigrati, generalmente di età media inferiore rispetto alla popolazione italiana autoctona, vanno visti esattamente nella luce più obiettiva possibile: in un Paese che invecchia



e ha difficoltà a rinnovare, essi possono rappresentare una opportunità di rilancio straordinaria, tanto più se vengono in Italia per 'fare' impresa, 'movimentando' l'economia, creando posti di lavoro, ecc.

Le imprese straniere giovanili rappresentano, al 2012, il 25,7% delle imprese straniere totali, un valore che è molto più alto dell'incidenza calcolata sull'intero universo delle imprese giovanili (che, come visto, si ferma all'11,1%). L'imprenditoria straniera è quindi spiccatamente giovanile, e, con le sue 122.927 attività produttive under 35, fornisce quindi un contributo importante al fenomeno complessivo dell'impresa giovane nel nostro Paese.



\* Sebbene nel grafico non siano presenti le imprese non classificate, il totale economia le comprende.

Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

All'interno dell'imprenditoria complessiva straniera, i settori a più alta concentrazione di imprese giovanili sono l'edilizia (il 32,1% delle imprese straniere è under 35), il commercio, i servizi di ristorazione (attorno al 25-26% in entrambi i casi), la silvicoltura e forestazione (29,8%), l'industria dell'abbigliamento (22,5%) e del cuoio-pelle (22,2%), la riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchi (26,8%), il ciclo dei rifiuti (22,1%), i servizi logistici e di corriere (30,1%). Si tratta di attività per svolgere le quali molti dei giovani imprenditori stranieri sono venuti nel nostro Paese, magari in qualità di operai o lavoratori per le imprese italiane, e successivamente hanno saputo valorizzare le competenze acquisite in forma auto-imprenditoriale, recuperando quella mobilità sociale ascendente che in passato era stata una forza del nostro Paese, specie nei sistemi di piccola impresa e distrettuali del Nord-Est e di alcune zone del Centro Italia, e che oggi i nostri giovani, in quelle aree, rischiano di perdere. In altri casi, come per esempio nei servizi di corriere o di telecomunicazione, o nel commercio, l'imprenditoria straniera nasce a servizio delle stesse comunità di immigrati, creando quindi circuiti di mercato

autocontenuti (si pensi ai phone center, agli internet café, ai servizi di corrispondenza e logistica con i Paesi di origine, ma anche ai negozi di alimentari e di ristorazione con cucina 'etnica' che affollano i quartieri a più alta concentrazione di immigrati delle nostre città).

Visti i vari settori di attività in termini dinamici, merita evidenziare come, a fronte di una crescita (misurata dal tasso di evoluzione) del 14,8% da parte delle imprese giovanili straniere, spicca il balzo compiuto dal settore del tessile assieme a quello della pelle e cuoio (rispettivamente, 17,6 e 16,8%), segno, in parte, anche di una trasmissione di impresa da padre a figlio, non necessariamente generazionale ma anche sotto forma di apertura di una nuova attività dopo aversi 'fatto le ossa' nella propria azienda di famiglia.

Veramente apprezzabile è la crescita dell'imprenditoria giovanile immigrata nel settore agricolo (12,3%), che sembra segnare il passo evolutivo da semplice bracciante/operaio a imprenditore. Seppur nettamente sotto la media generale, l'edilizia conosce comunque nel 2012 un'espansione dei neo-capitani di impresa giovani stranieri, grazie a tassi di evoluzione che passano dal 5,1% nel caso della costruzione di edifici al 6,7% in quello dei lavori di costruzione specializzati.

Mostrandosi quasi totalmente insensibili al ciclo economico, i giovani stranieri crescono nel commercio al dettaglio (14,1%) e in quello di autoveicoli, compresa la riparazione (17,8%), a cui si potrebbe aggiungere l'espansione del 9% nel settore della ristorazione.

La distribuzione geografica del fenomeno evidenzia un certo equilibrio nella concentrazione delle imprese giovanili straniere, con una certa prevalenza nelle regioni del Nord-Ovest (il Piemonte, con 10.990 imprese giovanili straniere registrate, pari al 28,9% del totale delle imprese straniere della regione, è la seconda realtà regionale italiana a più alta concentrazione), senza dimenticare alcune regioni meridionali, come la Calabria o la Sicilia, che evidenziano incidenze molto alte (29,3% e 26,6%, rispettivamente). Le iscrizioni sembrano privilegiare soprattutto il Nord-Ovest, dove quasi la metà (48%) delle imprese straniere iscritte ai Registri camerali nel 2012 è giovanile, mentre il Nord-Est appare in particolare ritardo da questo punto di vista, e ancora una volta, ciò rappresenta una ulteriore sfaccettatura del più generale problema del rischio di declino di una capacità di 'fare' impresa giovane in queste regioni del Paese, un tempo molto più dinamiche in tal senso.

**Stock e flussi del numero di imprese giovanili straniere, per regione***Anno 2012 (valori assoluti e percentuali)*

Regioni	Registrate		Iscrizioni		Cessazioni non d'ufficio	
	Valori assoluti	Incid. % su tot. Imprese straniere	Valori assoluti	Incid. % su tot. iscrizioni imprese straniere	Valori assoluti	Incid. % su tot. cessazioni non d'ufficio imprese straniere
Piemonte	10.990	28,9	2.587	49,3	1.416	35,0
Valle d'Aosta	158	22,8	37	38,5	20	33,9
Lombardia	23.541	26,0	5.710	47,0	2.413	32,9
Trentino-A.A.	1.317	19,7	314	40,2	144	26,0
Veneto	10.434	25,3	2.528	44,3	1.276	28,8
Friuli-V.G.	2.037	19,1	470	39,6	260	27,1
Liguria	4.575	27,0	1.211	50,3	440	32,9
Emilia-Romagna	12.099	27,3	2.999	47,7	1.437	33,0
Toscana	13.105	27,9	3.072	44,8	1.560	32,0
Umbria	1.771	24,5	394	47,2	207	32,8
Marche	3.552	25,1	784	42,7	442	29,7
Lazio	14.093	25,3	4.205	51,0	981	28,9
Abruzzo	2.674	21,6	648	42,9	324	29,8
Molise	404	21,1	84	44,4	35	26,9
Campania	6.298	23,0	1.632	46,3	361	26,7
Puglia	3.681	23,1	904	45,9	313	28,4
Basilicata	372	20,0	55	36,2	32	24,4
Calabria	3.412	29,3	767	53,1	188	32,0
Sicilia	6.418	26,6	1.324	50,0	409	29,7
Sardegna	1.996	22,3	445	48,6	124	29,5
<b>Nord-Ovest</b>	<b>39.264</b>	<b>26,9</b>	<b>9.545</b>	<b>48,0</b>	<b>4.289</b>	<b>33,6</b>
<b>Nord-Est</b>	<b>25.887</b>	<b>25,1</b>	<b>6.311</b>	<b>45,2</b>	<b>3.117</b>	<b>30,3</b>
<b>Centro</b>	<b>32.521</b>	<b>26,2</b>	<b>8.455</b>	<b>47,6</b>	<b>3.190</b>	<b>30,7</b>
<b>Sud e Isole</b>	<b>25.255</b>	<b>24,2</b>	<b>5.859</b>	<b>47,4</b>	<b>1.786</b>	<b>28,9</b>
<b>Italia</b>	<b>122.927</b>	<b>25,7</b>	<b>30.170</b>	<b>47,2</b>	<b>12.382</b>	<b>31,2</b>

Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

La provincia che nel 2012 totalizza la più alta incidenza di iscrizioni di giovani imprese straniere sul totale delle imprese straniere è però quella di Sondrio (61,7%), seguita da quella di Crotone e di Imperia. Nelle prime dieci province di tale graduatoria si collocano sei realtà meridionali, prevalentemente calabresi e siciliane, una del Centro Italia (Rieti) e tre province settentrionali. Fra le ultime dieci figurano province del Nord-Est, in particolare aree caratterizzate, come già si è visto, da una dinamica di imprenditoria giovanile molto modesta (Trieste e Treviso), del Centro (in particolare due province marchigiane) e del Mezzogiorno, con Matera che figura all'ultimo posto per tasso di iscrizione di imprese giovanili straniere



(28,8%), sempre sul totale delle imprese straniere. Tale disomogeneità territoriale, che emerge scendendo dal livello ripartizionale e regionale all'analisi più fine su scala provinciale, è il riflesso della grande variabilità degli assetti socio-economici territoriali del nostro Paese, che si verifica anche e soprattutto nei micro-territori.

**Prime dieci posizioni della graduatoria provinciale secondo l'incidenza percentuale del numero delle iscrizioni di imprese giovanili straniere sul totale delle iscrizioni delle imprese straniere**

*Anno 2012 (valori percentuali)*

Pos.	Province	Incid. % su totale iscrizioni	Numero indice Italia=100	Pos.	Province	Incid. % su totale iscrizioni	Numero indice Italia=100
<i>Prime dieci</i>				<i>Ultime dieci</i>			
1	Sondrio	61,7	130,9	101	Teramo	38,0	80,6
2	Crotone	56,1	119,1	102	Treviso	38,0	80,5
3	Imperia	55,5	117,8	103	Pesaro e Urbino	37,5	79,6
4	Rieti	55,4	117,5	104	Ascoli Piceno	37,1	78,7
5	Ragusa	55,0	116,7	105	Trieste	37,0	78,5
6	Reggio di Calabria	54,9	116,3	106	Benevento	35,8	76,0
7	Caltanissetta	54,5	115,7	107	Pordenone	35,4	75,2
8	Catanzaro	54,1	114,7	108	Carbonia-Iglesias	35,0	74,2
9	Savona	54,0	114,6	109	Bolzano	34,4	73,0
10	Oristano	53,8	114,2	110	Matera	28,8	61,2

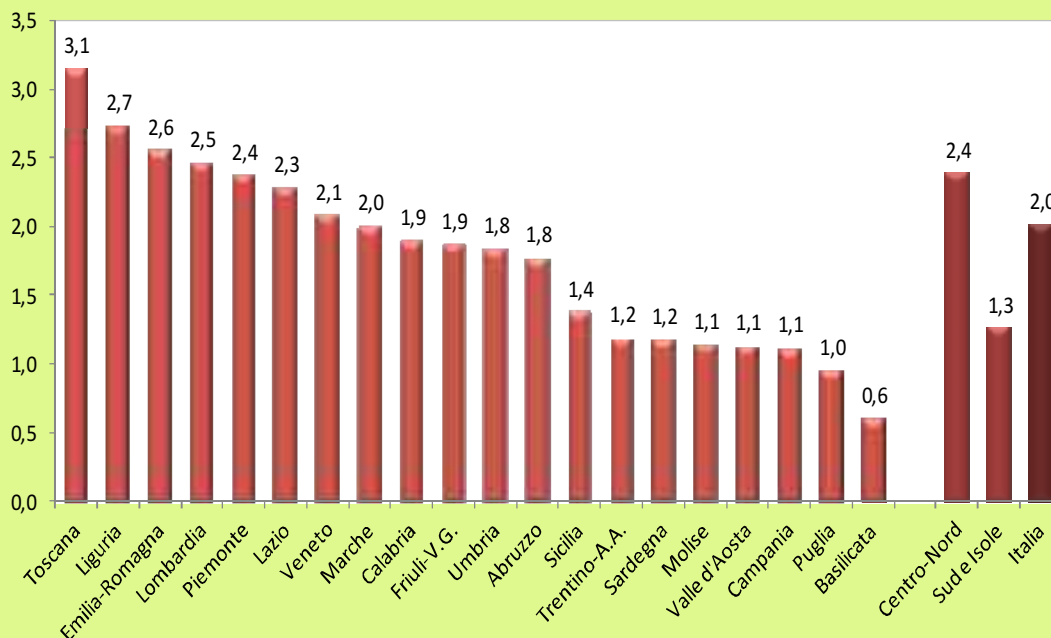
Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

Se dalla natalità si passa ad osservare il ruolo effettivo esercitato dall'imprenditoria giovanile straniera all'interno dei vari sistemi economici territoriali del Paese, si scopre come l'incidenza delle imprese giovani straniere sul totale delle imprese (straniere ed italiane) appaia particolarmente intensa nel triangolo "Toscana-Emilia-Romagna-Liguria", ma assuma valori relativamente elevati anche in Lombardia e Piemonte. Infatti, se nella media nazionale, le imprese giovanili straniere rappresentano il 2% dell'intera imprenditoria (122.927 sul totale di 6.093.158 imprese), in Toscana si raggiunge il 3,1% (delle 416.154 imprese della regione, 13.105 iniziative sono straniere giovanili), in Liguria il 2,7% (4.575 su 167.225) e in Emilia-Romagna il 2,6% (12.099 su 472.858).

Piuttosto modeste le incidenze delle regioni del Mezzogiorno, dove la media della ripartizione si ferma all'1,3% (25.255 imprese giovanili straniere all'interno di un tessuto imprenditoriale complessivo di 2.002.855 imprese), con una punta lievemente più alta in Calabria e valori molto modesti in Puglia e in Basilicata. Evidentemente, tale distribuzione geografica riflette, da un lato, le differenze di opportunità economiche percepite dagli imprenditori immigrati rispetto ai diversi livelli di sviluppo e dinamismo economico delle varie parti del Paese e, dall'altro, riflette i diversi gradi di successo dei modelli regionali di integrazione delle comunità immigrate dentro il tessuto economico e sociale autoctono.

### Incidenza percentuale del numero delle imprese giovanili straniere sul totale delle imprese complessivamente registrate, per regione

Anno 2012 (valori percentuali)



Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

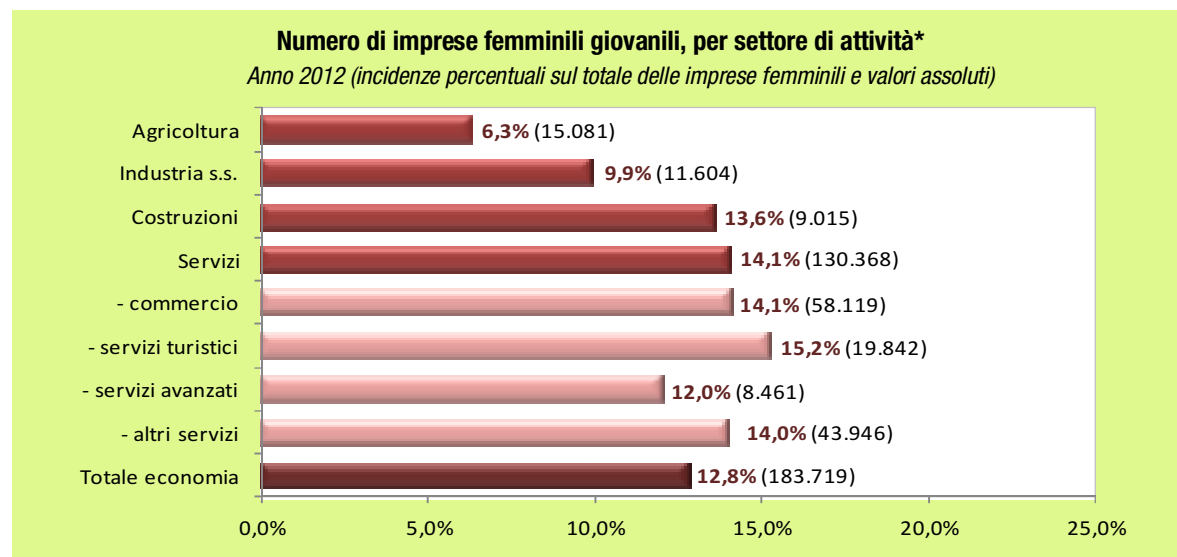
Del resto, passando dal livello regionale a quello provinciale, si scopre proprio come nella graduatoria secondo l'incidenza delle imprese giovanili straniere sul complessivo numero di imprese registrate nella provincia, nelle prime dieci posizioni si trovano ben quattro province toscane, guidate da Prato, in testa alla classifica, grazie alla presenza di ben 7 imprese giovanili straniere su 100 totali registrate (in valori assoluti, 2.400 imprese su 33.240 totali). Le altre tre province corrispondono a Firenze, Pisa e Pistoia (ordinatamente, terza, sesta e ottava posizione), con valori che oscillano tra il 3 e il 3,5%. Nella "top-ten", l'Emilia Romagna è rappresentata dalla provincia di Reggio nell'Emilia, in seconda posizione, dove le 2.240 imprese giovanili straniere costituiscono il 3,9% dell'imprenditoria complessiva provinciale. Chiudendo il citato triangolo con la Liguria, spicca in quinta posizione la provincia di Imperia, con una percentuale di imprese giovanili straniere del 3,4% (953 in valori assoluti).

Le tre province di Lodi, Cremona e Novara, in quarta, settima e decima posizione, (rispettivamente 3,4, 3,1 e 2,8%) completano la presenza del Centro-Nord nella "top-ten", lasciando solo una posizione ad una provincia meridionale (la nona di Catanzaro), con il 2,9% di imprese giovanili straniere all'interno della provincia.

### *L'imprenditoria giovanile in 'rosa'*

Le imprese giovanili con titolarità femminile sono, nel 2012, 183.719, ovvero il 12,8% del totale delle imprese in rosa italiane, una incidenza superiore a quella dell'11,1% che rappresenta la quota generale delle imprese giovanili sul totale delle imprese. Vi è quindi un'apprezzabile propensione a 'fare' impresa da parte delle giovani donne, rispecchiando una particolare reattività e capacità di risposta di questa fascia di popolazione, spesso penalizzata sul mercato del lavoro come già visto in uno dei precedenti capitoli. In questo senso, quindi, si ha conferma del fatto che la strada dell'imprenditorialità ha anche un contenuto di forte coesione sociale.

Nel solo 2012 il tasso di evoluzione delle imprese giovanili femminili ha toccato il 10,7%, a fronte di una sostanziale stabilità dell'intera imprenditoria 'rosa' (0,2%). Meritevoli di sottolineatura sono i tassi piuttosto elevati di iniziative giovanili in alcuni 'volti' del terziario avanzato, come i servizi di informazione e informatici, grazie ad un tasso di evoluzione nel 2012 del 12,3%, a cui si potrebbe aggiungere in parte anche l'attività legata alla produzione di software e consulenza informatica (8,3%), piuttosto che le attività professionali, scientifiche e tecniche (13,8%). Una dinamica che sembra indicare per l'impresa femminile di giovane età la strada della tecnologia, iniziando a colmare un gap che proprio nei servizi avanzati sembra interessare questa fetta di imprenditoria. Infatti, proprio nei servizi avanzati l'incidenza delle giovani capitanie di impresa sul totale delle iniziative femminili non supera il 12%, laddove nei servizi turistici, nel commercio o in altri, si oscilla tra il 14 e il 15%. Ancora ampi margini sono da colmare nell'industria in senso stretto (9,9%), come era lecito attendersi, e ancor più ampi nel settore agricolo (6,3%); due spaccati dell'economia dei quali, nonostante le ragioni di carattere strutturale e fisiologico, la creatività e l'intraprendenza 'rosa' giovanile potrebbero fornire un importante contributo alla rivitalizzazione. Comunque, tra le attività industriali di maggior rilievo per le imprese femminili, spicca la crescita del 7,1% delle imprese giovanili femminili nel comparto dell'abbigliamento, mentre nel settore agricolo il tasso di evoluzione arriva al 6,3%.



\* Sebbene nel grafico non siano presenti le imprese non classificate, il totale economia le comprende.

Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere



La dimensione territoriale delle imprese giovanili rosa vede prevalere, ancora una volta, il Mezzogiorno, e cioè proprio l'area territoriale dove le giovani donne incontrano le maggiori difficoltà a reperire una occupazione. In tale ripartizione, infatti, le imprese giovanili femminili rappresentano il 15,7% del totale delle imprese in rosa, contro il 12,8% nazionale, con punte del 18,1% in Calabria e del 16,6-16,7% in Sicilia e Campania. Su base provinciale, le prime dieci province italiane per incidenza del fenomeno sono proprio appartenenti alle citate regioni, al netto di Lecce (settima posizione, incidenza del 17,8%), con Crotone (20,8% di incidenza) in prima posizione. Fra le province del Centro-Nord, invece, solo Prato, quattordicesima, con una incidenza del 16,4% di imprese giovanili rosa sul totale femminile, Frosinone (ventiquattresima, 14,8% di incidenza), Latina (ventisettesima, 14,3%) Brescia e Lodi (ventinovesima e trentesima) riescono a collocarsi nelle prime trenta province della graduatoria.

Il vantaggio del Mezzogiorno nasce da una incidenza di iscrizioni di imprese femminili giovanili sul totale delle iscrizioni di imprese 'rosa' che è quasi cinque punti superiore al dato nazionale (42,4 contro 37,6%), e che in regioni come Campania, Calabria e Basilicata sfiora il 45%. Tuttavia, anche la quota di imprese femminili giovanili cessate sul totale (sempre del segmento femminile) è, nel Meridione, relativamente alta (21,9%, a fronte del 18,9% nazionale), evidenziando come tale fenomeno, se è connotato da aspetti molto dinamici, nelle regioni del Mezzogiorno è anche caratterizzato da notevoli fragilità delle iniziative messe in campo dalle giovani imprenditrici. Non di rado, infatti, tali iniziative vanno incontro alla cessazione.

Ancora una volta, nello spiegare il fermento di imprese giovani in rosa meridionali, sembra prevalere la spiegazione sociologica di tale fenomeno: verosimilmente, le difficoltà specifiche che nel Mezzogiorno incontrano le giovani donne le spronano a rispondere in misura più intensa di altre zone del Paese tramite l'autoimpiego, anche se però, in quest'area, va considerato anche il maggiore effetto di stimolo alla nascita di nuove imprese femminili.

All'altro capo del Paese, va ancora una volta evidenziato lo scarso dinamismo dell'impresa giovanile nel Nord-Est, che costituisce l'ulteriore conferma di un più generale processo di ristagno della capacità del tessuto produttivo nord-orientale di rigenerarsi dal punto di vista generazionale incrociato con il genere. In tale area, infatti, le imprese giovanili rosa sono meno del 10% di quelle femminili totali, con il valore del Friuli-Venezia Giulia (8,7%) particolarmente basso.

In termini assoluti, come del resto verificato anche per altri segmenti del fenomeno dell'impresa giovanile, le province con grandi aree metropolitane concentrano il numero più elevato di imprese giovanili femminili, sia perché in tali province è più vasto il bacino potenziale di imprenditrici, sia perché il mercato locale è più ampio, grazie all'effetto-città (e ciò ha una valenza specifica particolare proprio per l'imprenditoria femminile, poiché essendo questa concentrata soprattutto nel terziario, ha necessità di un maggiore radicamento in mercati di prossimità immediata).

## Stock e flussi del numero di imprese giovanili femminili, per regione

Anno 2012 (valori assoluti e percentuali)

Regioni	Registrate		Iscrizioni		Cessazioni non d'ufficio	
	Valori assoluti	Incid. % su tot. imprese femminili	Valori assoluti	Incid. % su tot. iscrizioni imprese femminili	Valori assoluti	Incid. % su tot. cessazioni imprese femminili
Piemonte	12.585	11,3	2.812	35,5	1.467	17,8
Valle d'Aosta	289	8,5	66	30,1	31	14,4
Lombardia	22.571	11,6	5.015	35,6	2.482	19,1
Trentino-A.A.	2.120	9,3	453	33,6	184	14,3
Veneto	11.449	10,4	2.638	34,1	1.192	15,2
Friuli-V.G.	2.249	8,7	537	34,4	258	14,3
Liguria	4.025	9,8	939	33,1	455	15,2
Emilia-Romagna	9.697	9,8	2.427	33,1	1.151	15,7
Toscana	11.712	11,6	2.768	34,0	1.287	17,6
Umbria	2.854	11,4	521	33,6	255	16,9
Marche	4.978	11,6	982	34,0	509	16,6
Lazio	18.215	12,6	3.888	37,6	1.642	17,9
Abruzzo	5.152	12,3	1.211	39,7	587	20,1
Molise	1.257	12,0	226	40,6	107	15,5
Campania	24.902	16,6	4.699	44,9	2.352	22,9
Puglia	14.658	15,7	2.878	39,8	1.534	21,3
Basilicata	2.222	13,1	480	44,5	191	17,0
Calabria	8.152	18,1	1.482	44,6	741	23,4
Sicilia	19.372	16,7	3.884	42,8	1.994	23,4
Sardegna	5.260	12,9	1.019	38,2	474	18,2
<b>Nord-Ovest</b>	<b>39.470</b>	<b>11,3</b>	<b>8.832</b>	<b>35,2</b>	<b>4.435</b>	<b>18,2</b>
<b>Nord-Est</b>	<b>25.515</b>	<b>9,9</b>	<b>6.055</b>	<b>33,7</b>	<b>2.785</b>	<b>15,3</b>
<b>Centro</b>	<b>37.759</b>	<b>12,1</b>	<b>8.159</b>	<b>35,6</b>	<b>3.693</b>	<b>17,5</b>
<b>Sud e Isole</b>	<b>80.975</b>	<b>15,7</b>	<b>15.879</b>	<b>42,4</b>	<b>7.980</b>	<b>21,9</b>
<b>Italia</b>	<b>183.719</b>	<b>12,8</b>	<b>38.925</b>	<b>37,6</b>	<b>18.893</b>	<b>18,9</b>

Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

Di conseguenza, le quattro principali aree urbane del Paese, Roma, Milano, Napoli e Torino, concentrano da sole il 20,2% del totale delle imprese giovanili femminili del Paese. Un ulteriore 14,3%, per arrivare ad un indice di concentrazione superiore al terzo del totale delle imprese giovanili femminili presenti in Italia, viene espresso da altre aree urbane medio-grandi, o comunque in qualche modo gravitanti sulle principali aree metropolitane sopra evidenziate: Salerno, Caserta, Palermo, Bari, Catania e Brescia, componendo così l'elenco delle prime dieci province italiane per numero di

imprese femminili giovanili. Firenze, dal canto suo, è quattordicesima in tal senso, Genova è ventitreesima e Bologna è ventisettesima, collocandosi quindi anche esse nella parte alta della graduatoria.

**Prime dieci posizioni delle graduatorie provinciali secondo l'incidenza percentuale  
del numero delle imprese giovanili femminili  
sul totale delle imprese femminili e secondo la numerosità assoluta**

*Anno 2012 (valori assoluti e percentuali)*

Pos.	Province	Incid. % imprese giovanili femm. su tot. femminili	Imprese giovanili femminili (v.a.)	Pos.	Province	Imprese giovanili femminili (v.a.)	% cumulate
<i>Per incid. % imprese giovanili femminili su tot. imprese femminili</i>				<i>Per numerosità assoluta di imprese giovanili femminili</i>			
1	Crotone	20,8	881	1	Roma	12.005	6,5
2	Enna	20,0	900	2	Napoli	11.744	12,9
3	Vibo Valentia	18,8	592	3	Milano	6.869	16,7
4	Catanzaro	18,5	1.491	4	Torino	6.553	20,2
5	Caserta	18,2	4.491	5	Salerno	5.153	23,0
6	Reggio di Calabria	18,2	2.366	6	Caserta	4.491	25,5
7	Lecce	17,8	3.120	7	Palermo	4.342	27,8
8	Catania	17,6	4.302	8	Bari	4.335	30,2
9	Palermo	17,5	4.342	9	Catania	4.302	32,5
10	Napoli	17,2	11.744	10	Brescia	3.574	34,5

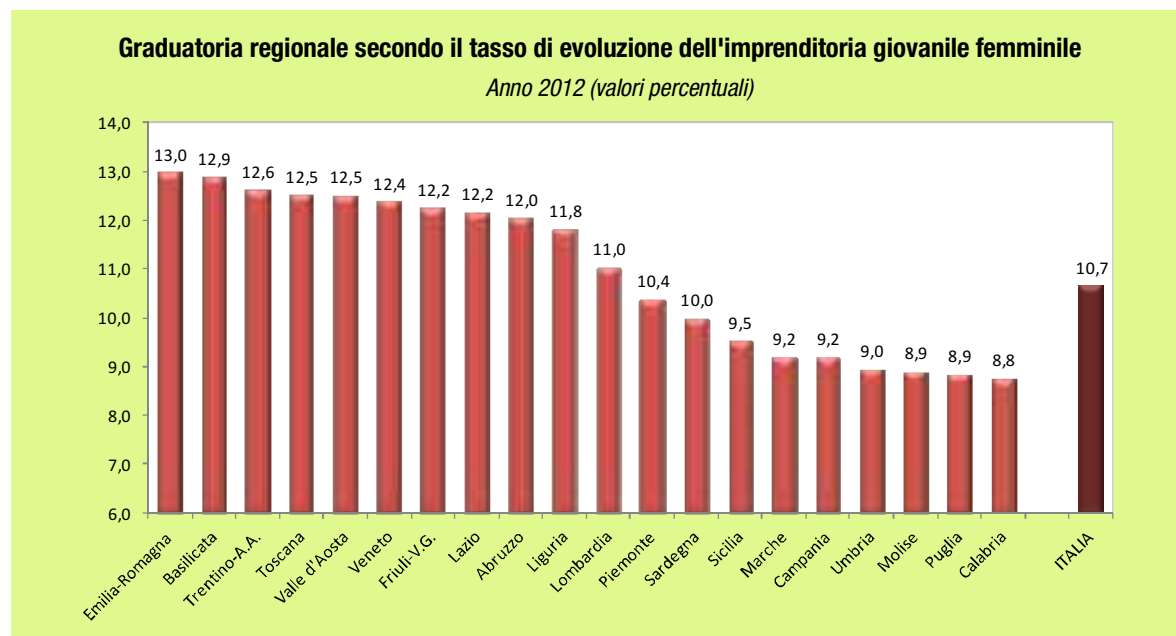
Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

Sul versante opposto, le ultime province italiane per numero di imprese giovanili rosa (Biella, Belluno, Verbano-Cusio-Ossola, Isernia, Carbonia-Iglesias, Trieste, Aosta, Medio-Campidano, Gorizia e Ogliastra) appartengono spesso ad aree piuttosto periferiche, sia per popolazione che per carenza di collegamento con centri urbani importanti, quindi marginali anche dal punto di vista dei mercati (Sardegna interna, province della fascia alpina e prealpina) ma vi sono anche province, come Trieste, caratterizzate dalla presenza di un centro urbano significativo, oppure, come Lodi, che gravitano attorno ad un grande centro metropolitano.

Le dinamiche di nati-mortalità del 2012, come già visto, evidenziano una crescita del tessuto imprenditoriale giovanile femminile piuttosto rapido. Un fenomeno più facilmente analizzabile su scala provinciale, perché le regioni hanno spesso contesti territoriali al loro interno molto disomogenei rispetto al fenomeno in esame. Sempre con riferimento al 2012, le prime dieci province italiane per incidenza delle iscrizioni di imprese femminili giovanili sul totale delle iscrizioni di imprese femminili sono tutte meridionali al netto di Frosinone (sesta), con Crotone (49,4%) in prima posizione, ed appartengono alla Calabria, alla Campania, alla Basilicata, alla Sicilia e al Molise. La prima provincia settentrionale che appare in tale graduatoria è Belluno, che è solo ventesima. Ancora una volta, quindi, il Mezzogiorno polarizza il fenomeno della natalità di imprese giovanili femminili, anche se tassi di natalità superiori al 21% si rinvencono, oltre

che in Basilicata (21,4%) in tutte le regioni del Nord, nonché in Toscana, Lazio e Abruzzo, a testimonianza del fatto che anche nell'Italia settentrionale e centrale, l'estendersi di crescenti difficoltà occupazionali per le giovani donne, legato alla crisi economica, porta ad un incremento della propensione a fare impresa.

Va anche detto però che, d'altro canto, il tasso di mortalità è relativamente più alto di quello generale, e come sempre riflette la maggiore fragilità intrinseca di iniziative che, essendo giovani, sono spesso ancora in fase di start-up, ma che potrebbe anche indicare la necessità di potenziare le politiche di sostegno ed accompagnamento alle nuove imprese. Ciò va monitorato proprio nelle realtà territoriali dove il tasso in questione è particolarmente alto, ad esempio nelle numerose regioni del Nord in cui supera l'11%.



Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

Nel saldo fra natalità e mortalità, l'Italia centro-settentrionale si conferma l'area del Paese dove l'imprenditoria giovanile femminile cresce con maggiore intensità, raggiungendo la punta del 13%, in termini di tasso di evoluzione, in Emilia-Romagna e comunque non scendendo mai sotto la soglia degli undici punti percentuali, fatta eccezione per il Piemonte (10,4%), le Marche (9,2%) e l'Umbria (9,0%).

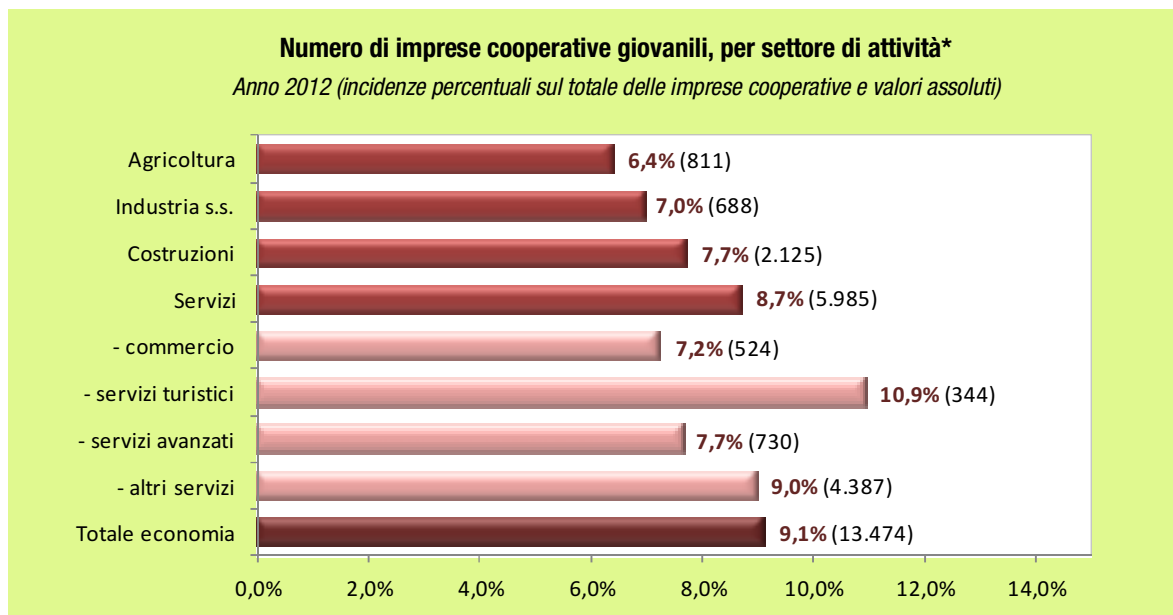
### *L'imprenditoria cooperativa giovanile*

In una fase di profonda crisi economica e sociale, il contenuto mutualistico proprio del mondo cooperativo assume una valenza particolare, perché consente di autoprodurre beni o servizi essenziali, che le condizioni di offerta e domanda sul mercato rendono progressivamente meno accessibili a fasce crescenti di popolazione, e perché, nello specifico ambito giovanile, consente di mettere a fattor comune competenze, energie, voglia di fare, per progetti di autoimpiego che non



abbiano solamente come target il mercato, ma anche ambiti di elevata valenza sociale o collettiva, che producano, oltre ad occupazione aggiuntiva per i diretti interessati, anche migliore qualità della vita e coesione per l'intera collettività.

La percentuale di imprese cooperative giovanili sul totale delle cooperative è stabile negli ultimi anni su un livello poco sopra il 9%, totalizzando 13.474 unità in tutto il Paese nel 2012, ed assume valori particolarmente elevati nel terziario: in particolare nei servizi turistici, dove spesso dà luogo ad interessanti iniziative di valorizzazione del territorio, coprendo non solo attività ricettive standard, ma anche fasce di offerta di servizi di accompagnamento/accoglienza turistica di "nicchia"; nei servizi socio-assistenziali, coprendo in questo caso bisogni che i sistemi pubblici di welfare non riescono a coprire – anche per via della progressiva restrizione di risorse finanziarie pubbliche destinabili a finalità sociali – e, infine, nei servizi di trasporto e magazzinaggio. E' interessante notare come l'incidenza di cooperative giovanili sul totale delle cooperative non sia molto diversa dall'incidenza generale delle imprese giovanili sul totale delle imprese (che, come si ricorderà, è dell'11,1%), mostrando, in tal modo, come la scelta di orientarsi verso il mondo della cooperazione per i giovani che vogliono intraprendere un percorso di autoimpiego non sia affatto una scelta di nicchia, o particolarmente rara.



\* Sebbene nel grafico non siano presenti le imprese non classificate, il totale economia le comprende.

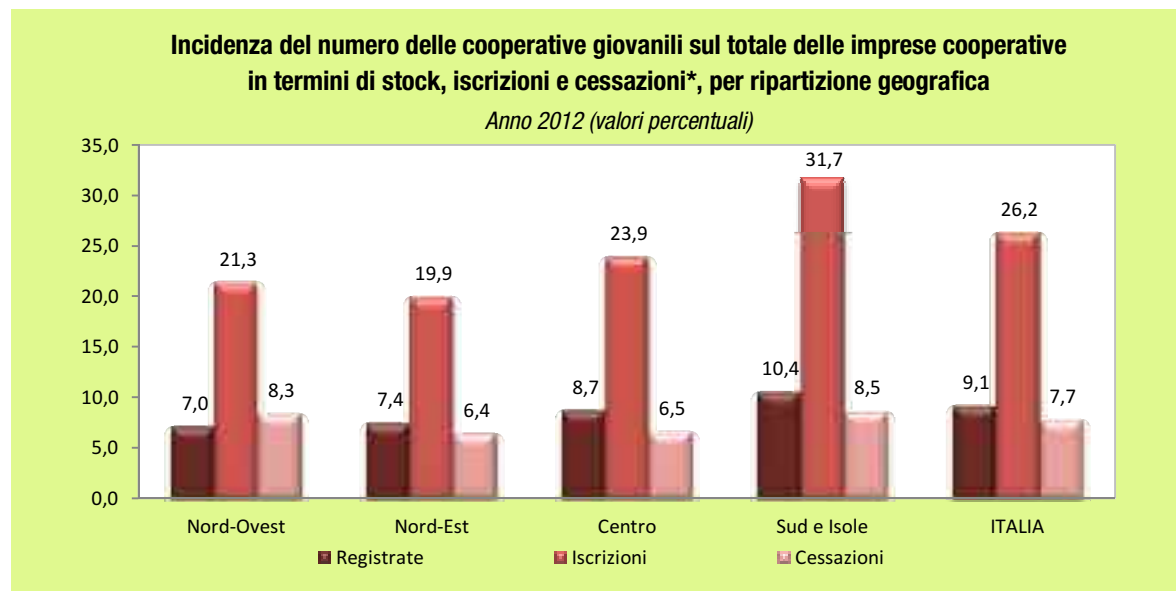
Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

Il cooperativismo giovanile è contraddistinto da una forte natalità, riflessa in una elevata quota di iscrizioni giovanili sul totale delle iscrizioni di imprese cooperative (26,2%), anche se inferiore al dato riferito al totale delle imprese under 35 (che come si ricorderà supera di poco il 34%). Particolarmente elevato è tale dato per le regioni meridionali, con valori che arrivano al 42% in Molise o al 38,8% in Calabria, ma che comunque superano il 30% in tutto il Meridione, con l'unica eccezione della Sardegna (25,5%), che nel contesto



meridionale appare leggermente arretrata anche in termini di quota di cooperative giovani registrate (8,8% del totale cooperative registrate, a fronte di una incidenza meridionale del 10,4%). In generale, si può dire che il fenomeno del cooperativismo giovanile nel Meridione sia particolarmente dinamico, soprattutto in relazione all'ampio bacino complessivo di imprese cooperative, che nel Mezzogiorno assorbe il 57% circa del totale delle cooperative di tutto il Paese. Ciò è un ulteriore indizio di un particolare dinamismo reattivo dei giovani del Sud, ancora una volta al di là di immagini stereotipate.

Le cessazioni di iniziative giovanili, non derivanti da motivi meramente amministrativi, rappresentano appena il 7,7% del totale delle cessazioni di tutte le cooperative, valore inferiore all'incidenza del cooperativismo giovanile in termini di stock, che come si ricorderà è del 9,1%. Ciò può essere un indizio di una maggiore resilienza alla crisi delle cooperative giovanili rispetto a quelle gestite da soci di età media più avanzata, che può essere il frutto della maggiore creatività e flessibilità, e della produttività tipiche di chi è più giovane. Tale particolare resilienza però si verifica soprattutto nelle regioni del Nord, e molto meno nel Mezzogiorno, area in cui evidentemente l'impatto particolarmente forte della crisi economica generale sul territorio e sui mercati locali porta ad una incidenza delle cessazioni di cooperative giovanili dell'8,5%, con punte preoccupanti del 10,4% in Campania, o del 15,2% in Abruzzo, ma anche con un valore molto contenuto (pari a soltanto il 4,4%) in Basilicata, fra le regioni in cui il tessuto cooperativo giovanile è, perlomeno in termini relativi e comparativi rispetto alle cooperative più 'anziane', fra i più resilienti d'Italia, dopo il Friuli-Venezia Giulia (2,6%) e il Trentino-Alto Adige (3%).



\* Cessazioni non d'ufficio. Vedi nota 2.

Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

Il fenomeno del cooperativismo, nell'ambito di quello più generale dell'imprenditoria giovanile, è più forte proprio nei territori del Mezzogiorno dove è più difficile fare impresa: ciò testimonia la funzione del mutualismo come forma per superare i vincoli, anche di tipo ambientale, all'imprenditorialità, grazie alla

peculiarità delle forme di collaborazione che riesce ad attivare, sia all'interno della compagine societaria, sia fra questa e la collettività locale, cui l'impresa cooperativa offre, spesso, servizi rari ad alto valore aggiunto.

La provincia in cui l'incidenza delle cooperative giovanili sul totale delle imprese cooperative è più alta è quella di Vibo Valentia (16,6%), seguita da un'altra provincia calabrese (Reggio di Calabria), vere e proprie aree 'core' del disagio occupazionale e sociale. Fra le prime quindici province per incidenza delle cooperative giovanili nel più ampio mondo delle cooperative, figurano, oltre a tre province calabresi (le due già citate più Cosenza), anche aree campane, come Caserta, Avellino e Benevento, pugliesi (Foggia, Lecce, Barletta-Andria-Trani) e province di quella fascia dell'Italia centrale che, per livello di sviluppo complessivo, si colloca ancora a cavallo fra il Centro-Nord ed il Mezzogiorno (le laziali Frosinone, Latina, Rieti e Viterbo).

In generale, quindi, si tratta di aree connotate da elevato livello di emergenza lavorativa per i giovani, e da vincoli ambientali, più o meno rilevanti, allo sviluppo di tessuti produttivi importanti. Dove il cooperativismo rappresenta spesso una chiave di soluzione di tali dilemmi.

Sul versante opposto, le province con minore incidenza del cooperativismo giovanile sul totale dell'imprenditoria cooperativa sono province del Centro-Nord, spesso toscane ma anche del Nord-Est e del Nord-Ovest, con Sondrio che, con appena il 2% di imprese giovanili all'interno del mondo cooperativo, chiude tale graduatoria.

#### **Prime dieci e ultime dieci posizioni della graduatoria provinciale secondo l'incidenza percentuale del numero delle cooperative giovanili sul totale delle cooperative**

*Anno 2012 (valori percentuali)*

Pos.	Province	Incid. % imprese cooperative giov. su tot. cooperative	Numero indice Italia=100	Pos.	Province	Incid. % imprese cooperative giov. su tot. cooperative	Numero indice Italia=100
<i>Prime dieci</i>				<i>Ultime dieci</i>			
1	Vibo Valentia	16,6	182,2	101	Vercelli	4,3	47,3
2	Reggio di Calabria	15,8	173,6	102	Pisa	4,2	45,8
3	Caserta	15,5	170,7	103	Valle d'Aosta/ Vallée d'Aoste	3,9	43,2
4	Frosinone	15,0	164,8	104	Trieste	3,7	41,1
5	Avellino	14,9	164,1	105	Ravenna	3,7	41,1
6	Foggia	14,7	161,2	106	Imperia	3,7	40,5
7	Benevento	14,0	154,5	107	Trento	3,7	40,3
8	Cosenza	12,8	140,5	108	Genova	3,4	37,8
9	Latina	12,6	139,0	109	Belluno	2,1	23,5
10	Lecce	12,1	133,2	110	Sondrio	2,0	21,7

Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

Ovviamente, se si passa dal dato relativo dell'incidenza percentuale delle cooperative a quello assoluto del loro numero totale, vengono privilegiate le province con grandi aree urbane, sia perché è più ampia la platea di giovani che possono avviare tali iniziative, sia perché è più ampio il bacino di mercato cui esse possono rivolgersi. Pertanto, la provincia italiana con il maggior numero di cooperative giovanili (1.142, pari a ben l'8,5% del totale di tutte le cooperative giovanili italiane) è Roma, seguita da Milano (822

unità) e Napoli (636). Queste tre province, da sole, rappresentano il 19,3% del totale delle imprese cooperative giovani di tutto il Paese, evidenziando quindi una grande concentrazione nelle aree urbane principali, con l'altra grande area urbana, Torino, che si colloca comunque nelle posizioni alte di tale classifica, essendo diciottesima (che il fenomeno sia concentrato si evince anche dal fatto che le prime 13 province assorbono il 50,6% del totale delle cooperative giovanili). Alle tre prime posizioni evidenziate seguono però, a stretto giro, due province meridionali connotate da aree urbane di dimensione media, o medio-piccola, come Catania (628 imprese) e Caserta (538), a dimostrazione di come, a prescindere dall'effetto-città che incentiva il proliferare di tali iniziative, il dinamismo del Mezzogiorno sul versante del cooperativismo conta molto anche in termini assoluti. Il sesto posto spetta alla 'seconda capitale' del Mezzogiorno, dopo Napoli, ovvero Palermo, con 530 cooperative giovanili. Chiudono la "top ten", altre province meridionali, come Foggia, Salerno, Bari e Messina.

### Tassi di natalità, mortalità e di evoluzione imprenditoriale delle cooperative giovanili e del totale cooperative

Anno 2012 (valori percentuali)

Regioni	Imprese giovanili cooperative			Imprese cooperative		
	Tasso di natalità	Tasso di mortalità	Tasso di evoluzione	Tasso di natalità	Tasso di mortalità	Tasso di evoluzione
Piemonte	18,6	3,1	15,5	6,0	3,7	2,3
Valle d'Aosta	12,5	6,3	6,3	2,8	5,2	-2,4
Lombardia	15,7	3,4	12,3	5,7	2,7	3,0
Trentino-A.A.	24,7	2,4	22,4	7,5	4,2	3,2
Veneto	16,8	4,4	12,4	5,9	4,0	1,9
Friuli-V.G.	10,0	2,9	7,1	4,4	5,8	-1,4
Liguria	15,1	2,7	12,3	4,2	2,9	1,3
Emilia-Romagna	13,3	2,1	11,2	6,0	3,1	2,9
Toscana	17,2	3,4	13,8	5,0	3,2	1,8
Umbria	8,0	4,5	3,6	3,9	3,8	0,1
Marche	16,4	2,3	14,1	5,5	3,9	1,7
Lazio	17,4	2,3	15,2	7,0	3,5	3,5
Abruzzo	20,4	6,2	14,2	5,8	3,9	1,9
Molise	30,9	2,9	27,9	6,5	4,0	2,5
Campania	13,4	2,7	10,7	4,6	2,8	1,8
Puglia	14,3	2,0	12,3	5,7	2,8	2,9
Basilicata	16,1	1,2	14,9	5,3	2,9	2,4
Calabria	11,5	0,8	10,7	4,0	1,4	2,6
Sicilia	11,6	1,5	10,1	3,4	2,3	1,1
Sardegna	15,0	1,6	13,4	5,4	1,8	3,6
<b>Nord-Ovest</b>	<b>16,2</b>	<b>3,3</b>	<b>12,9</b>	<b>5,6</b>	<b>3,0</b>	<b>2,6</b>
<b>Nord-Est</b>	<b>15,3</b>	<b>3,1</b>	<b>12,2</b>	<b>6,0</b>	<b>3,8</b>	<b>2,2</b>
<b>Centro</b>	<b>16,9</b>	<b>2,5</b>	<b>14,4</b>	<b>6,3</b>	<b>3,5</b>	<b>2,8</b>
<b>Sud e Isole</b>	<b>13,4</b>	<b>2,0</b>	<b>11,4</b>	<b>4,5</b>	<b>2,5</b>	<b>2,0</b>
<b>Italia</b>	<b>14,7</b>	<b>2,4</b>	<b>12,2</b>	<b>5,2</b>	<b>2,9</b>	<b>2,3</b>

Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

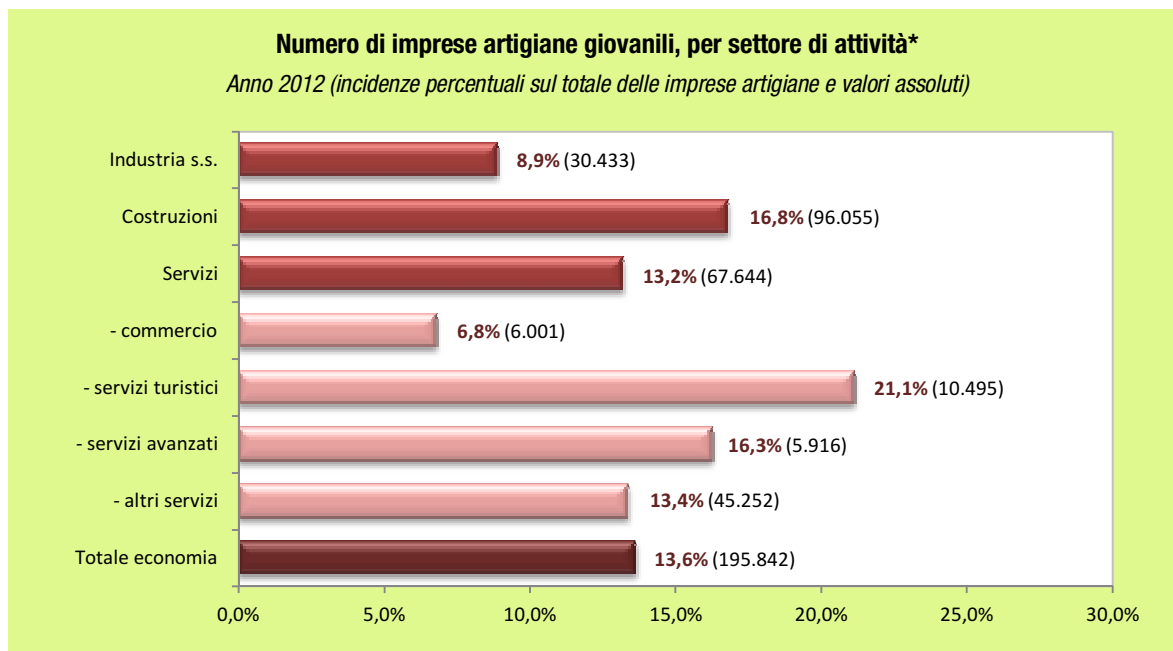


Il dinamismo di crescita delle cooperative giovanili è nettamente migliore di quello del totale di tale tipologia di impresa, segnalando quindi come il cooperativismo cresca, nel nostro Paese, soprattutto grazie all'iniziativa dal basso dei giovani, spesso, come si è visto, nelle aree 'difficili' del territorio nazionale. Il tasso annuo di evoluzione delle imprese cooperative giovani, nel 2012 (+12,2%), è infatti di 5,3 volte superiore a quello del totale delle cooperative (+2,3%), e il saldo netto positivo fra natalità e mortalità del totale del comparto cooperativo italiano (+3.429 unità) è da attribuirsi, per quasi il 50%, alle imprese del segmento imprenditoriale under 35. Di fatto, nessuna regione registra un tasso di evoluzione di cooperative giovani negativo, nemmeno in quelle, come la Valle d'Aosta o il Friuli-Venezia Giulia, dove il tasso di evoluzione totale del complesso delle cooperative, giovani e non giovani, è inferiore a zero nell'anno esaminato.

Se il tasso di mortalità delle cooperative giovani è solo di poco inferiore a quello del totale cooperativo, ed è particolarmente basso nelle regioni meridionali (ad eccezione di Abruzzo, Molise e Campania), che mostrano quindi un buon grado di resilienza di tali iniziative alla crisi, il dinamismo giovanile in tale mondo è da attribuirsi ad un tasso di natalità alto, pari al 14,7%, contro il 5,2% medio generale, particolarmente sostenuto nelle regioni del Nord e del Centro. Tali ripartizioni, quindi, perlomeno in termini dinamici e con riferimento all'ultimo anno disponibile, sembrano in via di recupero del loro sopra evidenziato gap di "cooperativismo giovanile" rispetto al Mezzogiorno, con punte di natalità del 24,7% in Trentino-Alto Adige, del 18,6% in Piemonte e del 17,2% in Toscana. Va tuttavia rilevato che anche in numerose regioni meridionali si registra una natalità superiore alla media nazionale (in Molise, con il 30,9%, in Basilicata, con il 16,1%, in Sardegna, con il 15%).

### *L'imprenditoria artigiana giovanile*

Le imprese artigiane giovanili sono, nel 2012, 195.842, ovvero il 13,6% del totale delle imprese artigiane: un'incidenza, dunque, nettamente superiore al peso complessivo di tutte le imprese giovanili sul totale. Ciò significa che, in un comparto di attività spesso a torto considerato a maggior presenza di imprese condotte da anziani, lo sforzo da parte dei giovani imprenditori di introdursi è invece particolarmente intenso e diffuso. Particolarmente intensa è la propensione, da parte degli under 35, a fare attività artigianale nei servizi turistici, e in particolare nelle attività di ristorazione, dove la creatività e la voglia di sperimentare tipica dei giovani possono trovare sbocchi interessanti. È elevata anche la presenza di artigianato giovanile nei servizi avanzati, nello specifico nelle attività a più alto contenuto di creatività, ancora una volta tipicamente adatte allo spirito dei giovani (le incidenze di imprese artigiane under 35 sono infatti elevate nelle attività di produzione cinematografica e di video, nella produzione di software e nelle telecomunicazioni) e in servizi come le attività di assistenza sociale e quelle legate al paesaggio e agli edifici.



\* Sebbene nel grafico non siano presenti le imprese non classificate, il totale economia le comprende.

Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

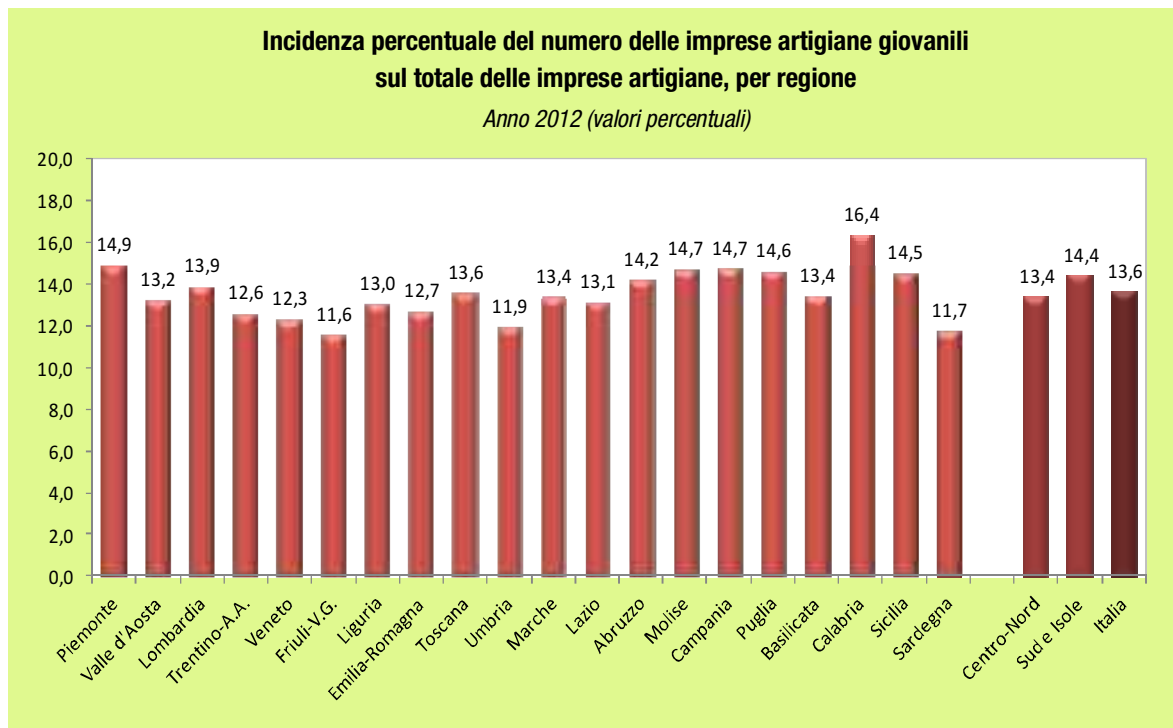
Anche nell'edilizia, la quota di imprese artigiane giovanili è alta (sempre all'interno del mondo artigiano), anche se siamo in presenza di un settore in forti difficoltà, amplificate per le imprese più piccole e più giovani, quindi meno radicate sul mercato. Tale presenza si concentra nelle attività di finitura o di tipo specializzato, quindi nel circuito del subappalto o in quello della manutenzione/ristrutturazione di edifici.

Viceversa, nel manifatturiero la presenza è meno frequente, ancorché non trascurabile, riscontrandosi concentrazioni significative di imprese artigiane giovanili in settori come la manutenzione e riparazione di macchine ed impianti, nella produzione di capi di abbigliamento e nella pelle e cuoio, nonché nell'agroindustria. Le imprese artigiane giovanili del manifatturiero, dunque, tendono a concentrarsi soprattutto in alcune attività tipiche del made in Italy, dove evidentemente vi sono ancora promettenti spazi di mercato, legati ad una immagine riconosciuta di qualità, specie nelle lavorazioni artigiane e manuali. Tali settori rappresentano dunque i target di una politica industriale di sostegno allo sviluppo dell'artigianato manifatturiero italiano, che possa creare spazi anche per un maggior numero di giovani imprese.

La presenza delle imprese artigiane giovanili sul territorio premia soprattutto il Mezzogiorno (area in cui esse raggiungono il 14,4% del totale delle imprese artigiane) dove, per motivi già analizzati, la reattività dei giovani, in termini di volontà di provare percorsi di autoimpiego, è proporzionale alle difficoltà di ingresso sul mercato del lavoro che il contesto locale propone. Punte particolarmente elevate si riscontrano in Calabria (16,4%), regione in cui figurano le prime tre province del Paese per



incidenza dell'artigianato giovanile sul totale tessuto imprenditoriale artigiano (Vibo Valentia, con il 19,1%, Crotone, che come si è visto in tale rapporto è una provincia in generale piuttosto vocata all'autoimpiego giovanile, con il 18,9%, e Reggio Calabria con il 17,4%), Molise e Campania (14,7%), Puglia (14,6%) e Sicilia (14,5%).



Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

Nel Centro-Nord, va rilevato l'elevato valore di incidenza dell'artigianato giovanile in Piemonte (14,9%). Tuttavia, alcune aree provinciali specifiche hanno valori di incidenza dell'artigianato giovanile particolarmente alti, come ad esempio Prato (che con il 17,2% di imprese artigiane under 35, sempre sul totale artigianato, è in quarta posizione nella graduatoria nazionale), Reggio Emilia, che è quinta, e Lodi (decima). In tali aree esistono infatti vocazioni produttive e cluster imprenditoriali in settori del made in Italy dove più alta è l'incidenza di artigianato giovanile (si pensi ad esempio a Prato per il tessile-abbigliamento, o a Reggio Emilia per l'agroindustria).

### Prime dieci e ultime dieci posizioni della graduatoria provinciale secondo l'incidenza percentuale del numero delle imprese giovanili artigiane sul totale delle imprese artigiane

Anno 2012 (valori assoluti e percentuali)

Pos.	Province	Incid. % imprese artig. giovanili su tot. imprese artig.	Imprese artigiane giovanili (v.a.)	Pos.	Province	Incid. % imprese artig. giovanili su tot. imprese artig.	Imprese artigiane giovanili (v.a.)
Prime dieci				Ultime dieci			
1	Vibo Valentia	19,1	531	101	Genova	11,6	2.763
2	Crotone	18,9	640	102	Sassari	11,5	967
3	Reggio di Calabria	17,4	1.772	103	Livorno	11,5	825
4	Prato	17,2	1.831	104	Bologna	11,2	3.195
5	Reggio nell'Emilia	16,8	3.479	105	Belluno	11,0	594
6	Enna	16,5	563	106	Venezia	10,8	2.190
7	Isernia	16,3	345	107	Carbonia-Iglesias	10,8	248
8	Caserta	16,3	1.918	108	Pordenone	10,7	842
9	Brindisi	16,2	1.227	109	Trieste	10,7	480
10	Lodi	16,0	956	110	Cagliari	10,2	1.151

Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

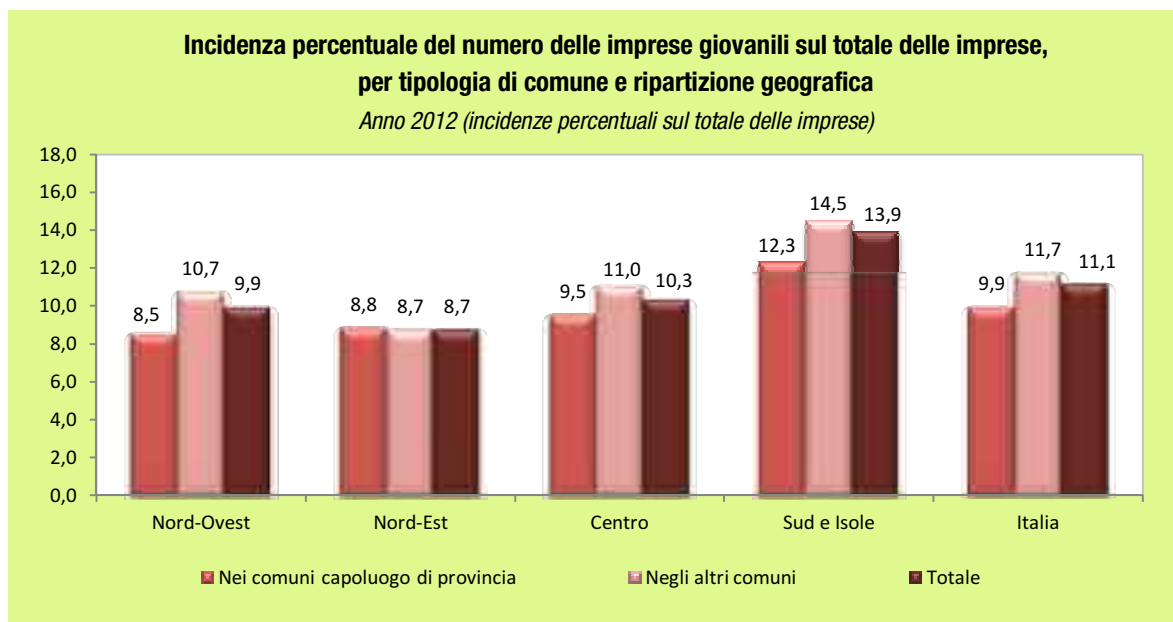
Fra le regioni a minor presenza relativa di artigianato giovanile vi è la Sardegna (11,7%), vero e proprio caso anomalo nel Mezzogiorno, poiché è in generale una regione dove la presenza di imprese giovani è particolarmente modesta, nonostante le grandi potenzialità, specie proprio nella produzione di beni artigianali di qualità e di tipo artistico, e il Friuli-Venezia Giulia (11,6%), altra regione critica rispetto alla diffusione di imprese giovanili. Su scala provinciale, fra le dieci province con minore incidenza, all'interno del mondo artigiano, dell'artigianato giovanile, figurano proprio province sarde (Cagliari è ultima, con una incidenza del 10,2% di imprese artigiane giovanili) e friulane, in particolare Trieste, penultima; si trovano anche province la cui storia industriale e produttiva si è basata più sulla grande industria che sulla piccola impresa artigiana, e che quindi non hanno, o hanno perso, una vocazione artigianale particolare (Livorno, 103sima e Genova, 101esima).

#### Localizzazione delle imprese giovanili nelle differenti aree comunali

Oltre alle molteplici lenti di osservazione dell'imprenditoria giovanile secondo le diverse peculiarità intrinseche all'attività (settore, artigianalità, cooperazione, ecc.), diviene interessante 'uscire' dall'impresa osservandola dall'alto, per cogliere interessanti spunti sulle caratteristiche geografiche del 'fare' impresa dei giovani a seconda delle diverse tipologie di aree, viste da più punti di vista.



Partendo dalla differenza tra comune capoluogo e non, la localizzazione delle imprese giovanili non sembra privilegiare un certo decentramento territoriale, nel senso che prevale, sia pur di poco, l'incidenza delle imprese giovanili (sul totale imprenditoriale) nei comuni non capoluogo di provincia, quindi tendenzialmente nelle aree urbane minori del Paese, soprattutto nel Nord-Ovest e nel Mezzogiorno, aree in cui lo scarto fra incidenze nei comuni capoluogo e non capoluogo è più significativo. Più equilibrata risulta invece essere la distribuzione nel Nord-Est e nel Centro Italia, ripartizioni dove evidentemente la gerarchia urbana fra comuni capoluogo e non è meno accentuata. Solo nel comparto delle imprese giovanili straniere, il dato è invertito, con una incidenza percentuale più alta nei comuni capoluogo (26%, contro il 25,5% nei comuni non capoluogo), che è la risultante della tendenza delle comunità immigrate a concentrarsi maggiormente nelle aree urbane più grandi.



Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

Un altro modo per evidenziare una tendenza dell'imprenditorialità giovanile alla dispersione, invece che alla concentrazione nelle aree urbane maggiori, è la distribuzione per classe demografica dei comuni, che indica come i valori di incidenza più alti si trovino nei comuni fra i 10.000 ed i 65.000 abitanti, quindi nei comuni medio-piccoli, e in parte anche in quelli piccoli, con meno di 10.000 abitanti, dove si riscontrano valori relativamente alti. Viceversa, dagli 80.000 abitanti in su, i valori di incidenza delle imprese giovanili tendono a ridursi in modo piuttosto rapido.

Da questo punto di vista, quindi, a differenza di altri tipi di imprenditorialità, l'impresa giovanile, per la sua distribuzione geografica, appare in grado di promuovere sviluppo diffuso, anche nelle aree più marginali (come in quelle del Mezzogiorno, che come si è visto creano molta impresa giovane) e nei piccoli e medi comuni del Paese, dimostrando così anche un'importante valenza sociale, e di "equità

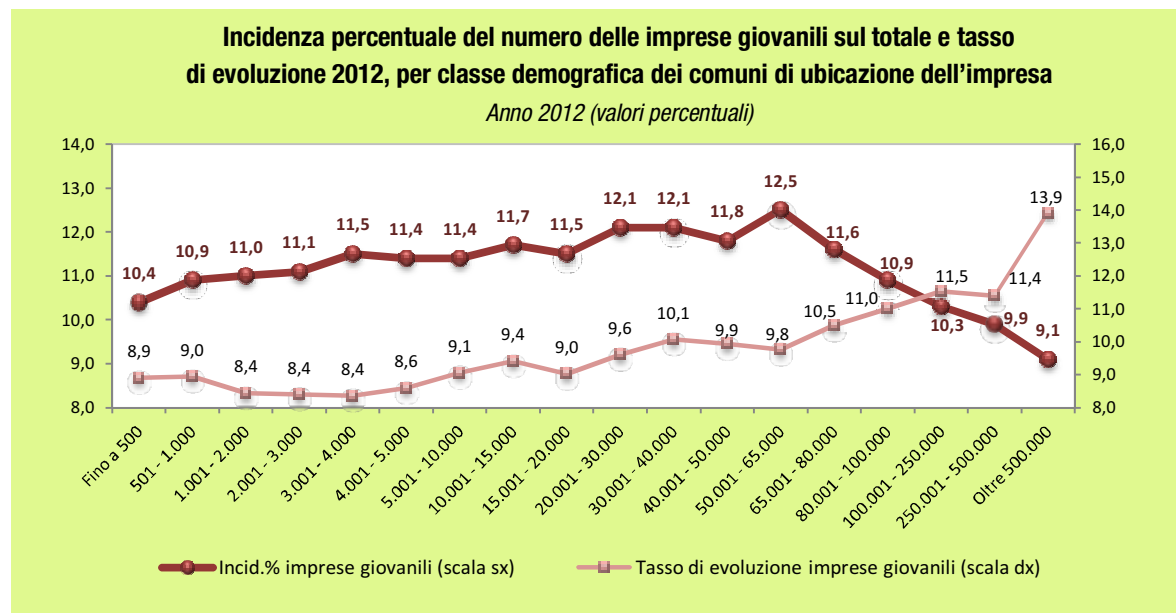


distributiva dello sviluppo”, cioè di capacità diffusiva dello stesso, che ne fa un bene particolarmente prezioso in termini di politica economica e sociale.

Tuttavia, di fronte ai colpi della crisi, i centri medi e piccoli possono trovarsi ad avere meno ‘armi’ di difesa rispetto ai grandi centri, dove evidentemente esistono servizi più diffusi e migliori, mercati di prossimità più grandi e diversificati, infrastrutture più efficienti, e che quindi riescono a garantire maggiore ‘resilienza’ alle loro imprese, ivi comprese quelle giovani. Non a caso, il tasso di evoluzione delle imprese giovanili nel 2012 evidenzia una tendenziale crescita all’aumentare della dimensione media comunale, senza considerare il fatto che per il complesso delle imprese fino ai 10.000 abitanti mostra continue flessioni, decrescenti all’aumentare della dimensione demografica comunale.

Ciò indica quanto sia indispensabile per difendere il carattere ‘diffusivo’ dello sviluppo che caratterizza le imprese giovanili, riuscire a rendere più capillare l’offerta di servizi alle imprese ed infrastrutture, anche nei centri minori, e cercare, per le imprese giovani localizzate in tali centri, di promuovere aggregazioni di rete e di filiera che consentano a tali imprese di proiettarsi al di fuori del loro ristretto ambito localistico, valorizzando opportunità di crescita, o in questa fase anche solo di sopravvivenza, che un piccolo centro urbano di localizzazione, da solo, non può garantire.

Non è detto che operare in un piccolo, o anche microscopico contesto urbano, significhi necessariamente non poter allargare l’ambito della propria operatività o non usufruire di servizi essenziali, come ad esempio l’Adsl, o i servizi della PA on line; in questo senso, strategici sono gli indirizzi volti allo sviluppo della digitalizzazione dei servizi della Pubblica amministrazione per un’intensa diffusione della banda larga.



Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

La distribuzione delle imprese giovanili fra comuni litoranei e non, così come fra comuni montani e non, non appare caratterizzata da particolari differenze degne di un’analisi più specifica. Ciò in



quanto, come già specificato, il fenomeno dell'impresa giovanile assume un carattere diffusivo rispetto al territorio, e una elevata omogeneità, tale per cui, anche quei fattori di impedenza territoriale (ad esempio la localizzazione in aree montane), che come sappiamo dalla teoria generale ostacolano le scelte ubicative delle imprese in generale, non sembrano alterare invece l'iniziativa imprenditoriale dei giovani.

### *Le politiche a favore della nuova imprenditoria giovanile: nuove Srl e start-up innovative*

Come si è visto nell'analisi precedente, il fenomeno dell'imprenditoria giovanile riveste una valenza che va oltre il mero dato economico e produttivo riferito al potenziale di crescita del Paese, perché assume un valore di tenuta della coesione nazionale, sia in termini territoriali (si fa più autoimpiego giovanile nelle aree territoriali in ritardo di sviluppo, e inoltre l'impresa giovane, a differenza dell'impresa in generale, sembra maggiormente in grado di superare i tradizionali vincoli geografici alla localizzazione, innescando fenomeni di sviluppo imprenditoriale diffusi anche alla periferia, rivestendo quindi anche una carattere di sviluppo inclusivo), sia in termini sociali, perché sono proprio le fasce più difficili, in termini di integrazione nel mercato del lavoro e in generale nella società (come ad esempio le giovani donne o i giovani immigrati), a manifestare la maggiore propensione a 'fare' impresa. Inoltre, come dimostra lo sviluppo del cooperativismo giovanile, anche in ambiti come ad esempio l'assistenza sociale agli anziani e ai disabili, tale fenomeno ha anche la capacità di intercettare, in termini mutualistici, bisogni sociali che emergono nel territorio, e non necessariamente legati ai giovani.

Tutto ciò ovviamente richiede un'attenzione specifica per sostenere lo sviluppo del fenomeno, in particolare puntando sulla nascita di imprese giovanili in settori ad elevato valore aggiunto e/o capacità innovativa (made in Italy, ma anche settori a medio/alto contenuto tecnologico) che mirino a rinnovare e modificare il modello di specializzazione produttiva della nostra economia in chiave più competitiva.

Recentemente, anche per favorire lo sviluppo imprenditoriale giovanile, sono state introdotte, per mezzo di una normativa operativa da agosto 2012, norme di semplificazione per lo start-up di alcune tipologie di impresa, le cosiddette "Srl semplificate", con l'obiettivo di favorire lo spirito imprenditoriale dei giovani under 35 anni, assicurando un regime particolarmente agevolato, sia per l'ammontare del capitale sociale necessario per la sua costituzione (basta un euro), sia per i minori costi da sostenere<sup>5</sup>.

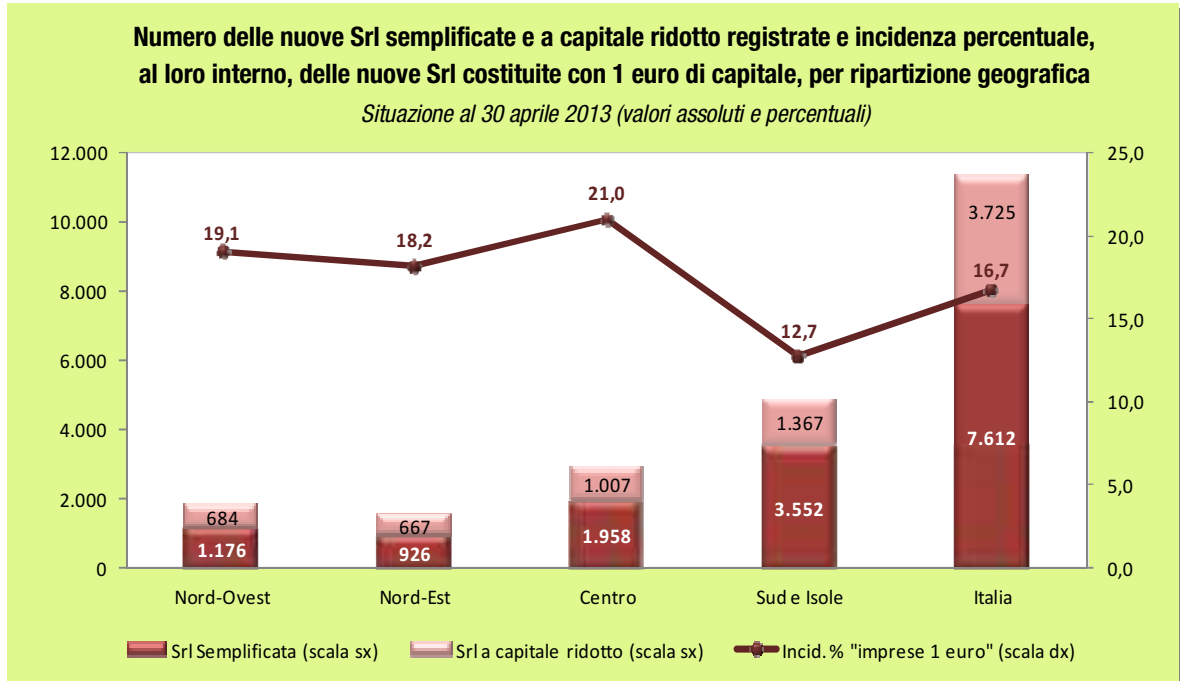
Accanto alle Srl semplificate, poi, vi sono quelle a capitale ridotto – nate con l'art. 44 del Decreto Legge 22 giugno 2012, n. 83, convertito con modificazioni dalla Legge 7 agosto 2012, n. 134 –, che possono essere avviate anche da "over 35" e che possono prevedere un capitale sociale anche di un solo euro, e regole di governance più flessibili.

Il quadro riassuntivo dello stato attuativo di tali misure è piuttosto soddisfacente, e ciò rappresenta una indicazione del fatto che vi sia un effettivo bisogno di misure che semplifichino e riducano l'onere di varo di una nuova azienda. Nonostante il fatto che tali misure siano molto recenti, al 30 aprile 2013 sono

---

<sup>5</sup> La società a responsabilità limitata semplificata può essere costituita con contratto o atto unilaterale da persone fisiche che non abbiano compiuto i trentacinque anni di età alla data della costituzione; l'ammontare del capitale sociale deve essere pari all'importo di almeno 1 euro e inferiore a 10.000 euro, sottoscritto e interamente versato alla data della costituzione; l'atto costitutivo e l'iscrizione nel Registro delle imprese sono esenti da diritto di bollo e di segreteria e non sono dovuti onorari notarili.

ben 11.337 le Srl semplificate o a capitale ridotto annotate nei Registri delle Camere di commercio, con il Mezzogiorno che ne rappresenta più del 43%, a testimonianza della voglia di imprenditorialità che anima il Mezzogiorno del Paese, a patto che si riesca a semplificare e velocizzare le procedure di apertura di nuove imprese. Le Srl semplificate rappresentano più del doppio di quelle a capitale ridotto, e ciò evidenzia come tale voglia di imprenditorialità sia caratteristica, soprattutto, dei più giovani.



Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

Le imprese nate con capitale sociale di solo un euro rappresentano il 16,7% del totale delle Srl semplificate e a capitale ridotto, e sono diffuse soprattutto nel Centro-Nord; al contrario, il capitale sociale medio delle Srl semplificate e a capitale ridotto registrate nelle regioni meridionali è più alto della media nazionale (1.292 euro, contro una media di 1.252), con punte di 1.436 euro in Puglia, a indicazione di come la nuova imprenditoria del Meridione stia impegnandosi anche patrimonialmente, mettendo in gioco, verosimilmente, anche una quota non indifferente del patrimonio della propria famiglia.

Il sostegno all'imprenditorialità, recentemente, ha visto anche altri importanti passi in avanti, con il riconoscimento delle start-up innovative<sup>6</sup> finalizzato alla garanzia di una serie di esenzioni e

<sup>6</sup> A seguito della legge 221/2012, di conversione del D.L. 179/2012 (Decreto legge Crescita 2.0), lo Stato ha previsto il riconoscimento delle start-up innovative con la Sezione IX del Registro Imprese, dedicata all'iscrizione di società di capitali di diritto italiano, costituite anche in forma cooperativa, o società europee con sede fiscale in Italia, che rispondono a determinati requisiti e aventi come oggetto sociale esclusivo o prevalente lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico. Si precisa che alla Sezione IX sono registrate anche le società nate prima dell'entrata in vigore della legge che alla data del 19 dicembre fossero in possesso dei requisiti richiesti.



agevolazioni a favore della diffusione incrementale del fenomeno, per favorire una crescita imprenditoriale che coniughi innovazione, attrazione di talenti e investimenti, sostenibilità, valorizzazione e occupazione dei giovani.

Le imprese iscritte alla sezione delle start-up innovative dei Registri camerali rappresentano ovviamente solo una parte del mondo delle start-up e degli spin-off accademici in Italia. Esse, al 27 maggio 2013, risultano pari a 811, concentrate soprattutto nel Nord, in regioni come la Lombardia, che ne conta ben 152 (il 18,7% del totale nazionale), l'Emilia-Romagna e il Veneto (rispettivamente 98 e 87) o il Piemonte (85 start-up innovative). In complesso, il Centro-Nord è territorio di ben 707 start-up, corrispondenti a 87 su 100 presenti in Italia, lasciando al Meridione solo le restanti 104 imprese, in larga parte concentrate in Campania, Puglia e Sardegna (64 nell'insieme delle tre regioni).

### Numero delle imprese start-up innovative, per regione

*Situazione al 27 maggio 2013 (valori assoluti e incidenze percentuali)*

Regioni	Numero di start-up innovative	Incid. % su tot. Italia	Regioni	Numero di start-up innovative	Incid. % su tot. Italia
Piemonte	85	10,5	Abruzzo	8	1,0
Valle d'Aosta	4	0,5	Molise	6	0,7
Lombardia	152	18,7	Campania	23	2,8
Trentino-A.A.	40	4,9	Puglia	21	2,6
Veneto	87	10,7	Basilicata	4	0,5
Friuli-V.G.	39	4,8	Calabria	9	1,1
Liguria	20	2,5	Sicilia	13	1,6
Emilia-Romagna	98	12,1	Sardegna	20	2,5
Toscana	75	9,2	<i>Nord-Ovest</i>	<i>261</i>	<i>32,2</i>
Umbria	8	1,0	<i>Nord-Est</i>	<i>264</i>	<i>32,6</i>
Marche	38	4,7	<i>Centro</i>	<i>182</i>	<i>22,4</i>
Lazio	61	7,5	<i>Sud e Isole</i>	<i>104</i>	<i>12,8</i>
			<b>Italia</b>	<b>811</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

Pur rappresentando queste imprese un piccolo spaccato del più generale fenomeno degli start-up innovativi, esse danno una idea precisa di dove, ovvero in quali regioni, vi siano politiche, e sistemi di ricerca pubblica, idonei a sostenere in misura maggiore lo sviluppo di un tessuto di Pmi ad alta capacità innovativa: in molte regioni del Nord e, nel Sud, solo in quelle poche realtà che hanno investito in questi anni sull'hi-tech, o che possono godere di poli produttivi e di ricerca di eccellenza, attraverso i quali sostenere la nascita di imprese ad alto potenziale di ricerca e di innovazione.

## Numero delle imprese start-up innovative, per ripartizione geografica e settore di attività

Situazione al 27 maggio 2013 (valori assoluti)

Ripartizioni	Agricoltura/pesca	Industria/artigianato	Commercio	Turismo	Altri servizi	Totale*
<i>Numero di imprese start-up innovative</i>						
Nord-Ovest	0	42	12	1	204	261
Nord-Est	0	61	9	0	194	264
Centro	2	29	3	1	146	182
Sud e Isole	0	14	1	2	87	104
<b>Italia</b>	<b>2</b>	<b>146</b>	<b>25</b>	<b>4</b>	<b>631</b>	<b>811</b>
<i>Composizioni percentuali</i>						
Nord-Ovest	0,0	16,1	4,6	0,4	78,2	100,0
Nord-Est	0,0	23,1	3,4	0,0	73,5	100,0
Centro	1,1	15,9	1,6	0,5	80,2	100,0
Sud e Isole	0,0	13,5	1,0	1,9	83,7	100,0
<b>Italia</b>	<b>0,2</b>	<b>18,0</b>	<b>3,1</b>	<b>0,5</b>	<b>77,8</b>	<b>100,0</b>

\* Non sono riportati i tre casi di imprese non classificate settorialmente, appartenenti al Nord-Ovest (2) e al Centro (1). Il totale comprende comunque anche queste imprese non classificate.

Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

Dispiegate lungo il sistema produttivo, le start-up si concentrano soprattutto nei servizi meno tradizionali (denominati “altri servizi”, tipicamente i servizi avanzati), ben 631 delle 811 totali, e nel comparto dell’industria (146 imprese), mentre sono ovviamente quasi assenti nei settori tradizionali, come turismo e commercio (rispettivamente 4 e 25 imprese). Mentre nel Meridione è piuttosto alta la concentrazione, seppur i valori assoluti sono ridotti, nei servizi che escludono commercio e turismo (83,7 contro la media italiana del 77,8%), nel Nord spicca invece la tradizione industriale-artigiana del Nord-Est, dove si concentrano circa il 23% delle start-up innovative del territorio, contro una media nazionale del 18%.

### Giovani imprenditori e reti di impresa

La piccola, e spesso piccolissima dimensione media delle imprese giovanili, può porre problemi di sopravvivenza e sviluppo a molte di queste iniziative. Infatti, una dimensione troppo ridotta impedisce di sfruttare economie di scala, massimizzare l’efficienza dei fattori produttivi e conseguire posizioni di mercato dominanti, oltre che rendere più difficile l’accesso al credito e, quindi, l’effettuazione di investimenti di dimensione significativa, tali cioè da stimolare lo sviluppo competitivo; tutto ciò con gli effetti di un basso livello di patrimonializzazione.

D’altro canto, la crescita dimensionale per vie autonome presenta numerose difficoltà, sia per il quadro macroeconomico generale, che ovviamente non offre spazi di mercato aggiuntivi tali da alimentare processi



di crescita, sia per gli stessi assetti normativi, fiscali, giuslavoristici, spesso complessi. Non a caso, infatti, come visto, sono state introdotte regimi semplificati per la nascita di un'impresa e la sua crescita durante la fase di start-up (Srl semplificate e a capitale ridotto, start-up innovative).

In realtà, tali provvedimenti si innestano in una politica industriale che già da qualche anno pone molta attenzione alle piccole imprese, cercando di trovare strumenti moderni per sostenere il loro sviluppo: l'esempio più significativo è rappresentato dal Contratto di rete. Da questo punto di vista, l'associazionismo di rete, mettendo insieme più soggetti imprenditoriali su progetti strategici di interesse comune, riesce a ovviare ai vincoli della crescita dimensionale per vie autonome, realizzando forme di upgrading per vie orizzontali.

L'esperienza delle prime reti ha dimostrato che tale strumento può presentare diversi vantaggi. Il primo vantaggio è dato dall'opportunità di migliorare costi e ricavi, ovvero di ridurre alcune voci di costo e/o di incrementare alcune voci di ricavo, condividendo i costi con altri partner, o aumentando le dimensioni di mercato che la singola impresa, da sola, non potrebbe raggiungere, se non a costo di onerosi investimenti. Altri vantaggi sono riconducibili, ad esempio, all'acquisizione, per mezzo della condivisione, di nuove conoscenze e competenze apportate da altre imprese, come di elementi che accrescono la competitività con contenimento di investimenti, rischi e tempi (la messa in comune di risorse finanziarie, tecniche e umane, comporta il godimento di economie di scala), piuttosto che, sul fronte del marketing, l'attivazione di circuiti di natura tecnica, industriale e commerciale che possono ampliare le opportunità di business e l'ingresso in nuovi mercati, anche grazie all'ampliamento della gamma di beni e servizi prodotti. Ma non solo, perché il lavoro in rete facilita l'accesso alle istituzioni finanziarie e pubbliche, favorisce la possibilità di utilizzo di infrastrutture normalmente non accessibili alle piccole imprese e agevola l'acquisizione di certificazioni di qualità o marchi commerciali<sup>7</sup>.

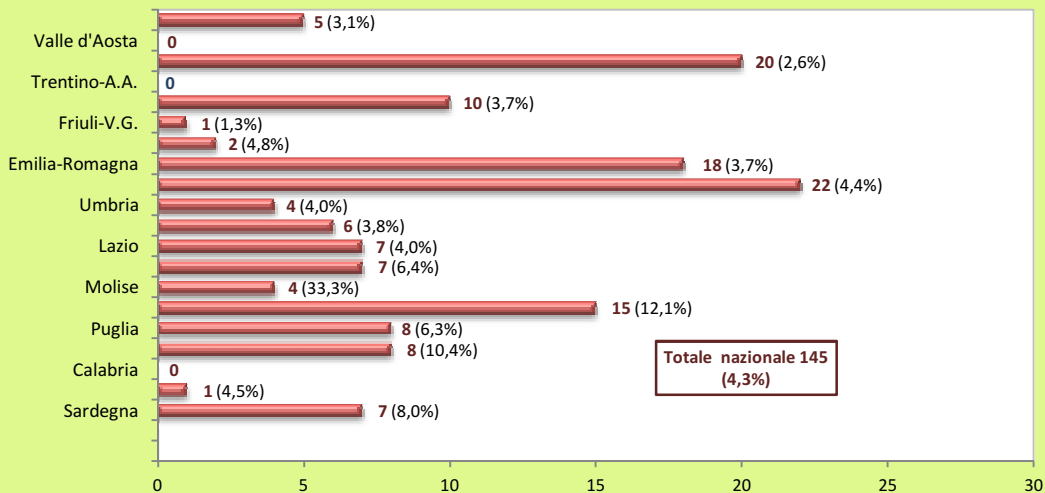
La propensione a fare rete, tuttavia, può trovare un fattore frenante nella difficoltà ad elaborare un progetto comune di lungo periodo sul quale basare la ragion d'essere della rete, un fatto molto frequente, specie nei tessuti produttivi meno aperti ai mercati extra-localistici dai quali potrebbe provenire lo stimolo creativo per sviluppare il progetto. Ciò sembra riguardare anche le imprese giovani: alla fine dello scorso anno, solo 145 imprese giovanili in tutta Italia sembrano aver utilizzato le opportunità dei contratti di rete: i giovani capitani di impresa in rete costituiscono così soltanto il 4,3% di tutte le imprese in rete italiane. Solo in alcune regioni, come il Molise, la Campania, la Basilicata, la Sardegna, l'Abruzzo e la Puglia, si trovano concentrazioni significativamente superiori alla media nazionale di imprese giovani in rete, ma anche in questi casi le consistenze assolute sono molto modeste. Non a caso, sono regioni del Mezzogiorno, dove le maggiori difficoltà di contesto spingono maggiormente verso una positiva, quanto mai necessaria, propensione a lavorare in network.

---

<sup>7</sup> Tutti vantaggi che possono essere sfruttati da un'ampia platea di operatori alla luce dei molteplici campi di applicazione del Contratto di rete: la creazione di una gamma completa di prodotti/servizi da presentare sul mercato; la fornitura di un servizio completo, o di un impianto chiavi in mano; la gestione di un marchio comune, la gestione comune dell'assistenza tecnica e/o commerciale, della logistica dei propri prodotti o materie prime; l'avvio di iniziative di marketing comuni; l'attivazione di una centrale acquisti di fattori della produzione o delle vendite (es. con telemarketing); l'avvio di progetti di ricerca e sviluppo di interesse comune; la realizzazione di ricerche di mercato e/o acquisizione di informazioni per la commercializzazione; la rappresentanza presso grandi clienti e istituzioni pubbliche; infine, la gestione dei rapporti con istituzioni finanziarie (per prestiti, garanzie, pagamenti internazionali, ecc.).

### Numero di imprese giovanili aderenti a contratti di rete e incidenza sul totale delle imprese in rete

Situazione al 29 dicembre 2012 (valori assoluti e incidenze percentuali)



Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere

Dal punto di vista settoriale, sembra che le imprese giovanili in rete, in termini assoluti, si concentrino soprattutto nell'industria in senso stretto e negli "altri servizi" che escludono il commercio (47 unità in ciascuno di questi comparti), ma l'incidenza percentuale sul totale delle imprese in rete appare elevata soprattutto in agricoltura, grazie alle 21 imprese agricole giovanili in rete, pari al 14,5% del totale, e in misura minore in tutti gli altri settori, passando dal 3,4% nell'industria in senso stretto al 5,6% del commercio (non considerando il comparto che racchiude le imprese non classificate).

### Numero di imprese giovanili aderenti a contratti di rete e incidenza sul totale delle imprese in rete, per ripartizione geografica e settore di attività

Situazione al 29 dicembre 2012 (valori assoluti e incidenze percentuali)

Ripartizioni	Agricoltura	Industria in senso stretto	Costruzioni	Commercio	Altri servizi	Non classificate	Totale
Numero di imprese giovanili aderenti ad un contratto di rete							
Nord-Ovest	0	5	4	5	12	1	27
Nord-est	5	9	3	2	10	0	29
Centro	8	18	2	2	8	1	39
Sud e Isole	8	15	5	5	17	0	50
<b>Italia</b>	<b>21</b>	<b>47</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>47</b>	<b>2</b>	<b>145</b>
Incidenze percentuali sul totale delle imprese in rete							
Nord-Ovest	0,0	1,2	3,5	4,9	4,0	25,0	2,7
Nord-est	23,8	2,3	3,8	3,1	3,6	0,0	3,4
Centro	17,0	4,8	2,7	4,9	2,4	7,1	4,2
Sud e Isole	14,3	7,9	8,9	12,2	9,1	0,0	8,5
<b>Italia</b>	<b>14,5</b>	<b>3,4</b>	<b>4,3</b>	<b>5,6</b>	<b>4,3</b>	<b>7,4</b>	<b>4,3</b>

Fonte: elaborazioni CamCom su dati Unioncamere-Infocamere



Viste le potenzialità e gli innumerevoli vantaggi che offre il contratto di rete, tanto più alla luce dell'attuale fase economica che stiamo attraversando, è più che mai fondamentale e strategico sviluppare ulteriormente la diffusione di questo strumento, soprattutto tra le imprese giovanili, attraverso un potenziamento sul fronte della sensibilizzazione, prima, e del supporto tecnico, poi.

### Focus 4. Il contributo dell'occupazione giovanile al Pil

Vedere i giovani come un 'capitale' di estrema rilevanza per il progresso socio-economico del nostro Paese è più che mai giustificato e legittimo pensando non solo al patrimonio di formazione e competenze che possono vantare, anche in chiave creativa e innovativa, ma, soprattutto, alla luce di quanto effettivamente 'frutta', questo capitale, se adeguatamente impiegato all'interno del sistema produttivo.

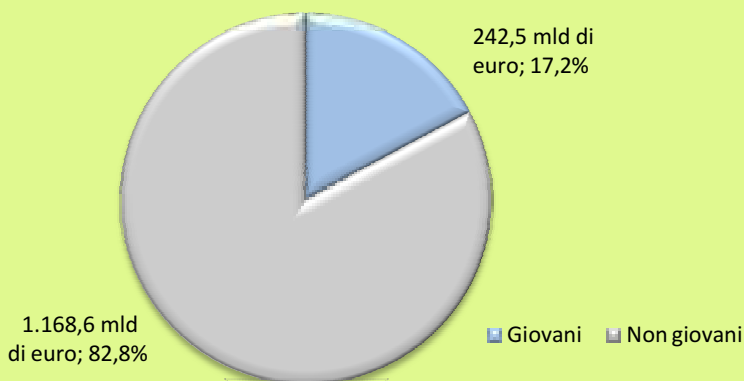
Volendo effettivamente misurare il ruolo della componente giovanile nel processo economico nazionale, Unioncamere si è cimentata per la prima volta nella stima del valore aggiunto prodotto dall'occupazione giovanile<sup>8</sup>, aggregato che consente di apprezzare quanto questa forza lavoro, se opportunamente valorizzata, riesca a contribuire allo sviluppo del Paese e dei suoi territori.

Si precisa che si tratta di stime per settore, in termini nominali e riferite all'anno 2011, coerenti con i quadri di contabilità nazionale dell'Istat e basate su una ricostruzione dell'occupazione interna giovanile per settore e territorio<sup>9</sup>.

Ammonta a 242,5 miliardi di euro il valore aggiunto prodotto nel 2011 dalla componente giovanile dell'occupazione, corrispondenti a una quota del 17,2% sul totale del valore aggiunto del nostro Paese. Si tratta di un'incidenza estremamente significativa, pari all'incirca all'apporto di un grande comparto dell'economia come quello dell'industria in senso stretto.

#### Valore aggiunto prodotto dall'occupazione giovanile e non

(valori assoluti in milioni di euro e percentuali)



Fonte: Unioncamere-CamCom

<sup>8</sup> La definizione di giovani è articolata come segue: occupati indipendenti al di sotto dei 35 anni di età; occupati dipendenti al di sotto dei 30.

<sup>9</sup> Le stime, coerenti con i quadri statistici di contabilità nazionale dell'Istat, sono state realizzate a partire dal numero di occupati interni dal dettaglio settoriale/territoriale, opportunamente suddivisi per classe di età sulla base dei dati desumibili dall'indagine continua sulle forze di lavoro (Istat) e tenendo conto anche dei relativi tassi di irregolarità. Infine, si è pervenuti alla stima del valore aggiunto applicando a tali occupati interni suddivisi per classe di età e incrociati con il dettaglio settoriale/territoriale, i corrispondenti parametri di produttività, a loro volta adeguatamente stimati rifacendosi sempre ai conti nazionali e territoriali dell'Istat.



Osservato tra i vari settori economici, il prodotto imputabile all'occupazione giovanile appare concentrato nelle attività terziarie (75,9% del totale), verosimilmente, anche come effetto di un'apprezzabile presenza di occupazione giovanile sia nei servizi più tradizionali, sia, soprattutto, in quelli avanzati (Ict), tanto in termini di imprenditoria, quanto in termini di domanda di lavoro dipendente, come già visto.

Osservando, invece, la capacità di creare ricchezza all'interno di ciascun settore, spiccano le costruzioni, con una quota pari al 22,8% di valore aggiunto 'giovanile'. Da sottolineare come nell'edilizia sia piuttosto elevato il contributo della componente lavorativa indipendente (35,9% contro la media generale del 29%).

### Valore aggiunto prodotto dall'occupazione giovanile, per settore di attività economica

Anno 2011 (valori assoluti in milioni di euro e percentuali)

Settori	Valore aggiunto (v.a.)	Incid. % sul totale Italia	Incid. % sul totale del settore
Agricoltura, silvicoltura e pesca	4.027,3	1,7	14,6
Industria	54.403,8	22,4	15,7
- industria in senso stretto	34.736,0	14,3	13,3
- costruzioni	19.667,8	8,1	22,8
Servizi	184.064,4	75,9	17,8
di cui: Commercio	32.131,2	13,3	21,2
<b>Totale economia</b>	<b>242.495,4</b>	<b>100,0</b>	<b>17,2</b>

Fonte: Unioncamere-CamCom

Tra i grandi settori dell'economia, appare molto significativo il contributo dell'occupazione giovanile al valore aggiunto del terziario (17,8%), con una quota che per il commercio sale a 21,2%.

Per l'industria in senso stretto l'incidenza è molto più contenuta e pari al 13,3%, mentre nel caso dell'agricoltura il valore è del 14,6%, con un prodotto che per metà è realizzato da giovani occupati indipendenti. Due settori nei quali la presenza giovanile rappresenta una grande spinta innovativa, a favore di un nuovo modo di 'fare' agricoltura (biologico, agriturismo, ecc.) o di una forte iniezione di creatività tra le tante attività manifatturiere del made in Italy.

A livello territoriale, emerge una presenza di prodotto derivante da giovani più marcata nel Mezzogiorno del Paese, in cui la quota di apporto arriva al 18% a fronte del 17,2% medio nazionale. Il Nord-Ovest e il Nord-Est sono allineati su quote sostanzialmente simili (rispettivamente 17,3 e 17,2%), mentre si colloca su livelli leggermente più bassi la percentuale riguardante l'area del Centro Italia (16%).

**Valore aggiunto prodotto dall'occupazione giovanile, per regione***Anno 2011 (valori assoluti in milioni di euro e percentuali)*

Regioni	Valore aggiunto (v.a.)	Incid. % sul totale Italia	Incid. % sul totale regionale
Piemonte	19.407,7	8,0	17,3
Valle d'Aosta	659,4	0,3	16,8
Lombardia	52.798,9	21,8	17,5
Trentino-A.A.	6.439,0	2,7	20,4
Veneto	23.663,0	9,8	17,7
Friuli-V.G.	5.016,3	2,1	15,2
Liguria	6.275,8	2,6	16,0
Emilia-Romagna	20.715,4	8,5	16,4
Toscana	15.206,0	6,3	16,1
Umbria	3.486,5	1,4	17,9
Marche	6.372,5	2,6	17,2
Lazio	23.637,9	9,7	15,4
Abruzzo	4.518,0	1,9	17,2
Molise	960,9	0,4	16,7
Campania	14.618,6	6,0	17,2
Puglia	13.473,5	5,6	21,3
Basilicata	1.634,2	0,7	16,8
Calabria	5.291,9	2,2	17,8
Sicilia	13.249,3	5,5	17,4
Sardegna	5.070,4	2,1	16,9
<i>Nord-Ovest</i>	<i>79.141,9</i>	<i>32,6</i>	<i>17,3</i>
<i>Nord-Est</i>	<i>55.833,7</i>	<i>23,0</i>	<i>17,2</i>
<i>Centro</i>	<i>48.702,9</i>	<i>20,1</i>	<i>16,0</i>
<i>Sud e Isole</i>	<i>58.816,9</i>	<i>24,3</i>	<i>18,0</i>
<b>Italia</b>	<b>242.495,4</b>	<b>100,0</b>	<b>17,2</b>

Fonte: Unioncamere-CamCom

Un'importante evidenza del fatto che i giovani non sono solo sinonimo di disoccupazione, pensando in particolare modo alle zone più arretrate del Paese, ma sono espressione anche di produzione, quindi di crescita economica, e guarda caso soprattutto nelle stesse aree meno avanzate. Motivo per cui, per una piena convergenza economico-territoriale, è quanto mai strategico valorizzare questo importante capitale, affinché non 'emigri' portandosi con sé tutto il know-how acquisito lungo il percorso di studi, oltre a quello frutto di eventuali esperienze lavorative alle spalle (come visto, ad esempio, nel 2012, quasi il 60% dei disoccupati under 35 vanta un'esperienza lavorativa).

Passando ai risultati regionali, è la Puglia dove il contributo dei giovani alla produzione del territorio (misurata sempre in termini di valore aggiunto nominale) tocca il valore massimo, grazie ad una quota del 21,3%.

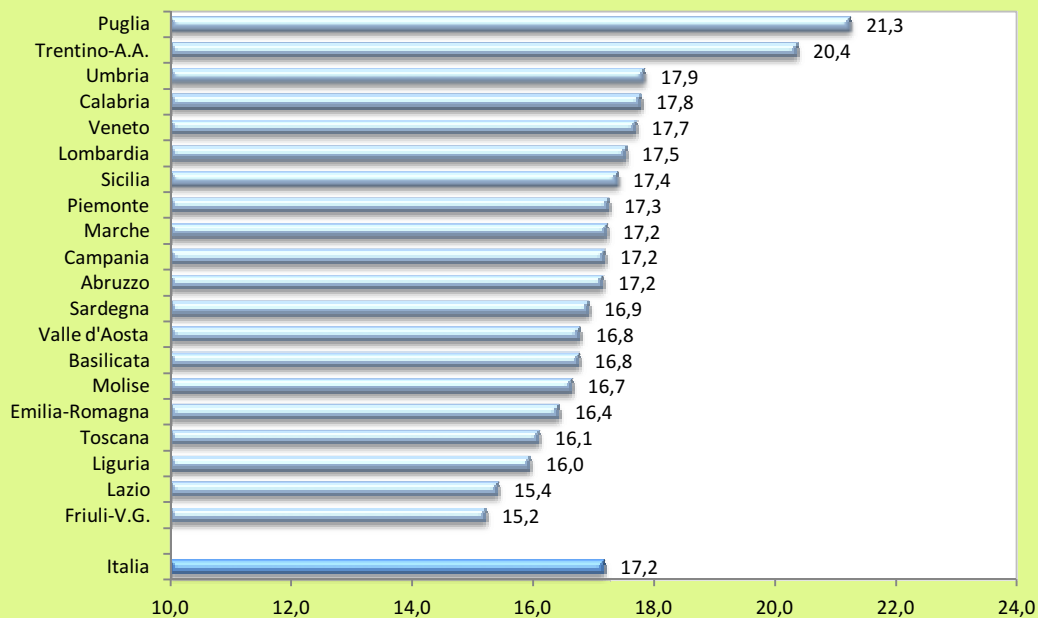
Seguono in questa particolare graduatoria regioni di collocazione geografica diversa, come il Trentino-Alto Adige (20,4%), l'Umbria (17,9%), la Calabria (17,8%), il Veneto (17,7%) e, prima regione del Nord-Ovest, la

Lombardia (17,5%). Quest'ultima regione, in termini assoluti, concentra oltre un quinto (21,8%) del totale del prodotto nazionale derivante dall'occupazione giovanile.

Le prime due regioni della classifica stilata in base alla quota di valore aggiunto 'giovane' sul totale regionale si pongono su livelli più distanti rispetto alle altre, tutte accomunate da quote non troppo distanti, a conferma della pervasività geografica del ruolo dei giovani nel contribuire alla produzione dei territori.

### Graduatoria secondo l'incidenza del valore aggiunto prodotto dall'occupazione giovanile sul totale regionale

Anno 2011 (incidenze percentuali sul valore aggiunto totale regionale)



Fonte: Unioncamere-CamCom

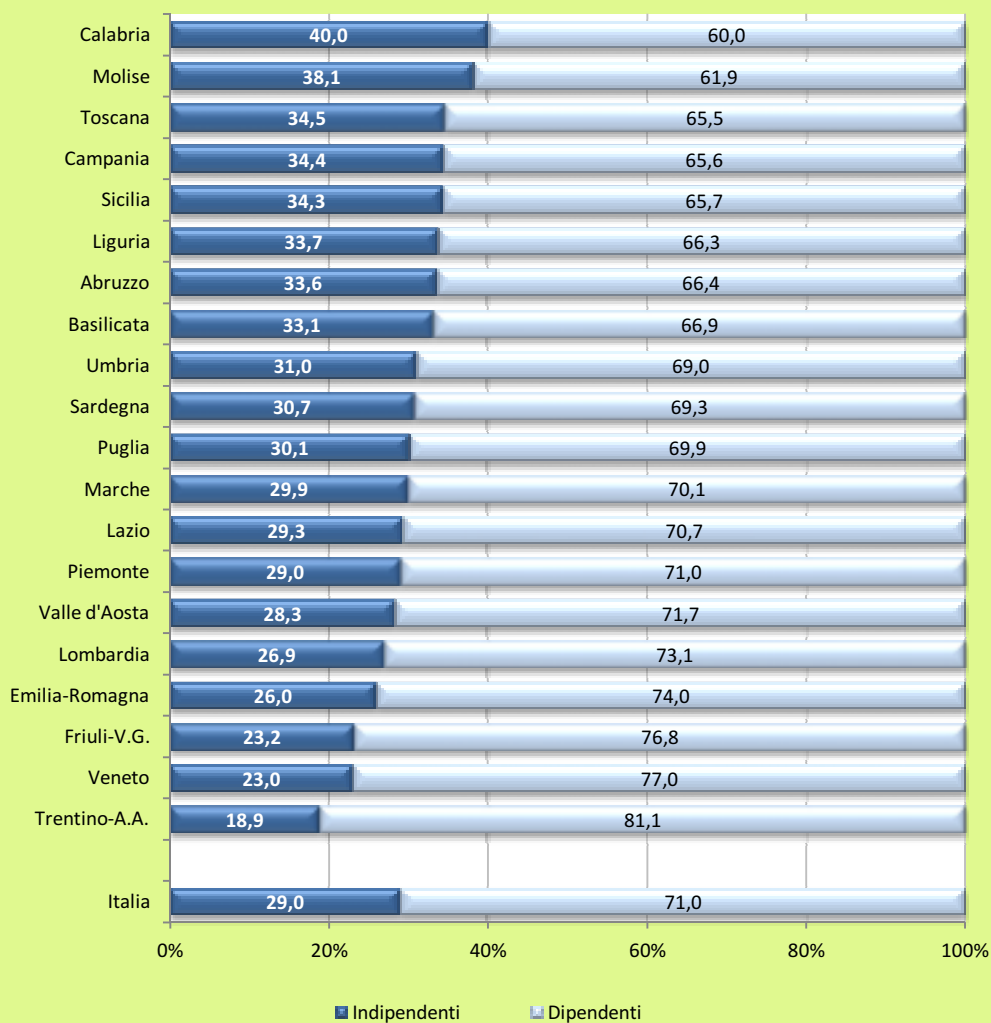
Tra le regioni in cui i giovani forniscono un apporto un po' meno intenso alla produzione del valore aggiunto regionale, si trovano aree dell'Italia centro-settentrionale come l'Emilia-Romagna (16,4%), la Toscana (16,1%), la Liguria (16,0%), il Lazio (15,4%) e il Friuli-Venezia Giulia (15,2%).

Scendendo nel dettaglio dei settori, per l'agricoltura (incluso anche silvicoltura e pesca) il valore aggiunto derivante dall'occupazione giovanile presenta contributi particolarmente elevati in Piemonte (il 18,7% del valore aggiunto del settore è 'giovane'). Per l'industria in senso stretto spicca il Trentino-Alto Adige (20,1%), per le costruzioni le Marche (29,9%), mentre è la Puglia a presentare il dato più elevato nei servizi (21,5%), con una quota che cresce considerevolmente nel caso del commercio (28,3%).

Analizzando, infine, la distribuzione della formazione del valore aggiunto 'giovane' secondo la posizione professionale dei giovani occupati, cioè tra indipendenti e dipendenti (chiaramente condizionata da aspetti quali la composizione settoriale dell'economia), emerge come l'occupazione indipendente contribuisca mediamente per il 29% e l'occupazione dipendente per il 71%.

**Graduatoria regionale secondo il contributo dell'occupazione dipendente e indipendente alla formazione del valore aggiunto complessivamente prodotto dall'occupazione giovanile**

Anno 2011 (composizioni percentuali)



Fonte: Unioncamere-CamCom

A livello territoriale, la quota della componente indipendente è più elevata nel Mezzogiorno (33,6%), con il massimo toccato in Calabria (40%). Seguono nella graduatoria regionale, il Molise (38,1%), la Toscana (34,5%), la Campania (34,4%) e la Sicilia (34,3%). Del resto, ciò non stupisce, pensando solo alla maggiore diffusione imprenditoriale giovanile che caratterizza proprio il Meridione, come si già si è visto.

## 2.2 Idee innovative e competenze alla base del 'fare' impresa dei giovani

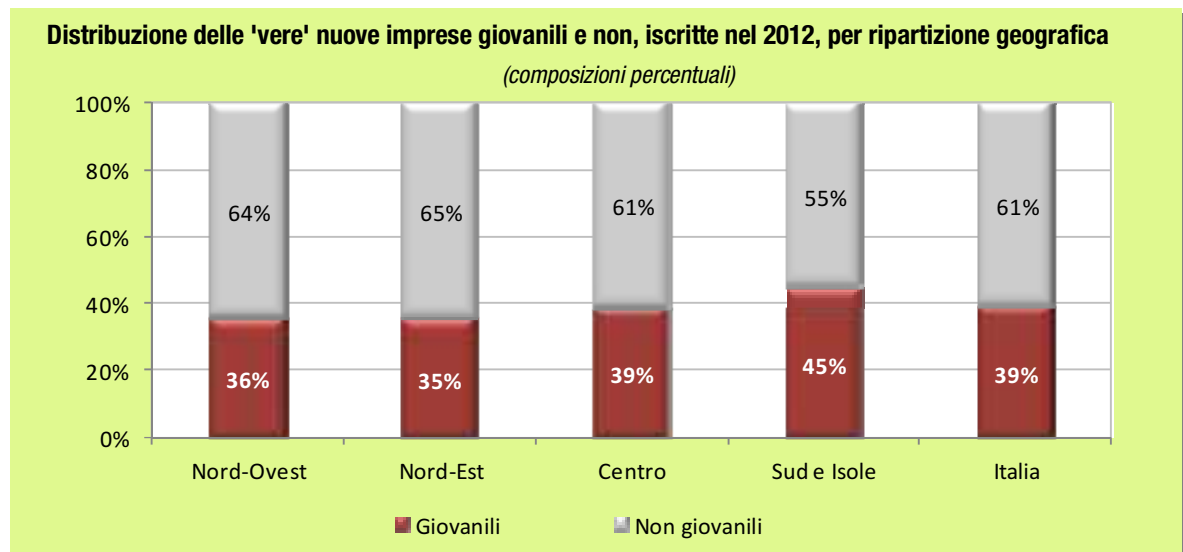
### *Il contributo dei giovani alla nascita delle 'vere' nuove imprese*

A partire dai movimenti rilevati dai Registri camerali, volendo cogliere il 'volto' più reale della natalità imprenditoriale, è opportuno indagare in profondità tale fenomeno, dal momento che, come noto, una iscrizione può essere anche il prodotto di fenomeni come le trasformazioni, gli scorpori/cessioni di ramo d'azienda, le separazioni o le filiazioni.

Grazie all'indagine Unioncamere sui flussi di iscrizione di 'vere' nuove imprese (ossia quelle che non hanno alcun legame di tipo proprietario con aziende pre-esistenti), è possibile cogliere la dimensione, oltre ad una serie di caratteristiche qualitative, degli imprenditori che hanno effettivamente avviato un'attività nel corso dell'anno: l'espressione più reale dello spirito di iniziativa dei vari soggetti, tra cui rientrano, chiaramente, anche i giovani.

Nel 2012, sono quasi 172mila le 'vere' nuove imprese, rappresentate per circa il 40% da iniziative giovanili under 35<sup>10</sup>, pari a oltre 67mila unità nate durante l'anno passato. Ciò evidenzia con chiarezza come vi sia una importante, e per certi versi ammirevole, volontà, da parte dei giovani, di confrontarsi con il mercato, e come l'imprenditoria giovanile sia un canale di estrema importanza per accrescere il tessuto produttivo e contribuire all'uscita dalla crisi.

Questa elevata quota media nazionale di iniziative giovanili tra le 'vere' nuove imprese nate nel 2012 non è altro che la sintesi tra la più elevata incidenza presente nel Mezzogiorno, dove quasi la metà (45%) delle 'vere' start-up è guidata da un giovane, e quelle un più ridotte registrate nel Nord-Ovest e nel Nord-Est (rispettivamente, 36 e 35%), posto che il Centro si è allineato alla media nazionale (39%).

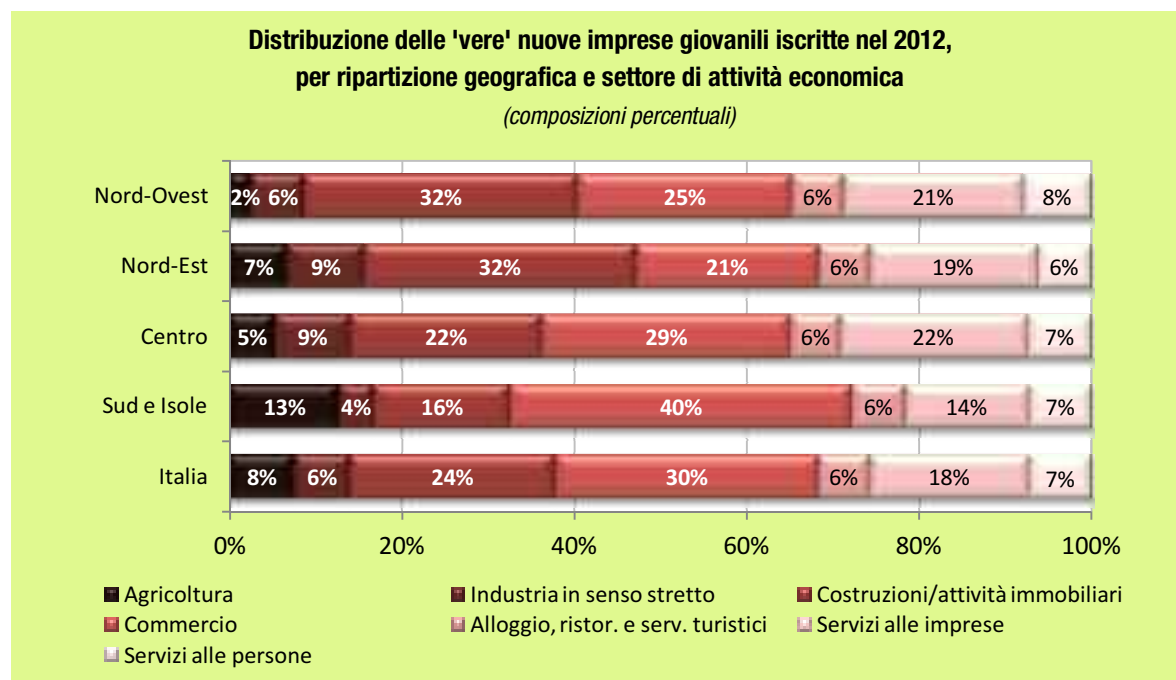


Fonte: Centro Studi Unioncamere, Osservatorio sulla demografia delle imprese

<sup>10</sup> Anche per le 'vere' nuove imprese vale la medesima definizione di impresa giovanile adottata nell'analisi sulla demografia imprenditoriale basata sui dati amministrativi desunti dai Registri camerali.

Quasi 4 'vere' nuove imprese giovanili su 10 hanno natura artigiana (37,4%; poco più di 25mila iniziative). Il canale artigiano, che consente di recuperare tradizioni produttive, competenze spesso di altissima ed inimitabile qualità, prodotti che per la loro specificità e tipicità non hanno praticamente concorrenza, si conferma quindi come un fondamentale veicolo di creazione di nuove opportunità per i giovani.

Percorrendo il sistema produttivo, sempre con riferimento al 2012, risulta che il 30% delle 'vere' nuove imprese giovanili nasce nel settore del commercio, raggiungendo il picco nel Mezzogiorno, dove tale quota si attesta al 40%. Segue la filiera dell'edilizia e dei servizi immobiliari, con il 24%, che si eleva al 32% nel Nord-Ovest e nel Nord-Est, mentre i servizi alle imprese assorbono quasi un quinto delle 'vere' nuove iniziative giovanili (18%). Molto più basse risultano essere le frequenze di nuove imprese create nel settore turistico, in quello dell'industria come in quello dell'agricoltura (anche se per quest'ultimo settore si registra un interessante 13% di nuove imprese giovanili nelle regioni del Meridione, contro una media nazionale dell'8%), oltre che nei servizi alla persona.



Fonte: Centro Studi Unioncamere, Osservatorio sulla demografia delle imprese

Nel comparto artigiano, la concentrazione settoriale è ancora più forte: il 52% delle 'vere' nuove iniziative dei giovani nasce nella filiera edilizia e immobiliare. Solo il 14% riguarda l'artigianato manifatturiero, comunque sempre superiore al 6% registrato nella media generale di tutte le 'vere' nuove imprese giovanili.

Nella sostanza, la nuova imprenditoria giovanile tende a nascere soprattutto nelle regioni meridionali e in settori, come il commercio e la filiera edile-immobiliare, fortemente sensibili al ciclo economico

generale, e tendenzialmente prociclici. Ciò non fa altro che sollevare la necessità di porre un'attenzione particolare a queste nuove iniziative, che significa “sostegno” almeno nei prossimi due-tre anni, data la fase recessiva della nostra economia, affinché questo spirito imprenditoriale non venga annullato dall'attuale difficile fase congiunturale.

Probabilmente, la scelta di orientarsi su tali settori dipende anche dal fatto che sono quelli che richiedono competenze tecnico-produttive o organizzative più generico-basilarie e meno specifiche, rendendo più facile l'avvio una nuova impresa. Pur tuttavia, se per avviare un'impresa possono esistere delle differenze tra un settore e l'altro, per il suo successo non esistono grandi differenze, perché in qualunque ambito si operi è indispensabile elevato know-how, cultura di impresa, managerialità e competenze sempre aggiornata.

Occorre quindi potenziare, già in fase di istruzione secondaria superiore, la formazione relativa al 'fare' impresa, al fine di incrementare tutto il know-how necessario, accompagnando, nel contempo, i giovani nel creare iniziative imprenditoriali più complesse sotto il profilo produttivo ed organizzativo, in settori innovativi.

### *L'origine e il titolo di studio dei giovani nuovi imprenditori*

Sostanzialmente, per la sua rilevanza sociale in una fase, come quella attuale, di grave carenza di opportunità lavorative, l'imprenditorialità giovanile rappresenta un veicolo di mobilità sociale, per cui è particolarmente interessante analizzare l'origine dei neo imprenditori, ovvero “cosa facevano” prima di intraprendere l'avventura imprenditoriale. Nella maggior parte dei casi, e con una particolare prevalenza nel caso delle imprese giovanili, il neo imprenditore era operaio o apprendista (26%). Diventare imprenditore, in questi casi, comporta anzitutto un vero e proprio radicale cambiamento di status, a cui si affiancano i più generali effetti prodotti dalla creazione di nuova occupazione dipendente.

Tale modalità di mobilità sociale è, tradizionalmente, appannaggio delle aree territoriali in cui forte è la presenza di Pmi e di cluster o distretti produttivi, perché in tali ambiti si creano meccanismi di autoimpiego mossi dall'affermazione professionale, ma anche di tipo psicologico, prodotti dall'esempio degli imprenditori esistenti. Non a caso, i giovani neo imprenditori che in precedenza facevano gli operai sono particolarmente frequenti in aree come il Centro-Italia (29%), dove è fortemente radicata la presenza di sistemi distrettuali di piccole e medie imprese.

Nel Nord-Est, che in un certo modo ha fatto propria la narrazione dell'operaio che, con il tempo, diventava imprenditore, tale fenomeno riguarda tuttavia una percentuale inferiore di giovani imprenditori (27%), in qualche modo segnalando la profonda rimessa in discussione del modello nord-orientale. Nel Mezzogiorno, infine, i nuovi imprenditori giovani ex-operai o apprendisti sono meno diffusi (22%), dimostrandosi un territorio dove i fenomeni di gemmazione di nuove imprese da tessuti produttivi già esistenti hanno una frequenza più contenuta.

A seguire, anche se in misura inferiore rispetto alle 'vere' nuove imprese non giovanili, i neo imprenditori di giovane età provengono da una esperienza professionale come impiegato o quadro (17%), oppure erano in precedenza studenti (15%), vivendo, così, come prima esperienza professionale quella imprenditoriale, 'gettandosi' nell'avventura con ammirevole coraggio e spirito di



intraprendenza, pur non avendo maturato una pregressa conoscenza del mondo del lavoro come dipendenti. Tale fenomeno è particolarmente frequente tra i neo imprenditori giovanili del Mezzogiorno (16%), a conferma del fatto che le difficoltà di accesso ad un lavoro dipendente, in tale area territoriale, inducono ad una precoce ricerca di canali di autoimpiego sin dalle prime azioni di ricerca di lavoro.

**Distribuzione delle 'vere' nuove imprese giovanili e non, per ripartizione geografica, iscritte nel 2012, secondo l'attività precedente del neo imprenditore\***  
(composizioni percentuali)

Status di provenienza	'Vere' nuove imprese giovanili						Totale "vere" nuove imprese non giovanili
	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud e Isole	Totale giovanili	di cui: Totale giovanili artigiane	
Imprenditore	4%	3%	3%	1%	3%	2%	9%
Lavorava nell'azienda familiare	4%	7%	2%	4%	4%	4%	4%
Libero Professionista	3%	3%	3%	3%	3%	1%	5%
Lavoratore autonomo	2%	2%	3%	2%	2%	2%	4%
Commerciante/artigiano	3%	3%	2%	3%	3%	3%	6%
Co.co.co	2%	3%	2%	1%	2%	1%	2%
Impiegato/Quadro	15%	19%	16%	17%	17%	11%	21%
Operaio/Apprendista	31%	27%	29%	22%	26%	41%	22%
Studente	13%	16%	15%	16%	15%	11%	1%
In cerca di prima occupazione	4%	3%	7%	9%	6%	5%	1%
Disoccupato (in cerca di nuovo lavoro)	8%	8%	9%	14%	11%	10%	8%
Casalinga	2%	0%	1%	2%	2%	1%	4%
Altri status**	9%	4%	9%	7%	7%	7%	12%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

\* Si intende il titolare o il socio di maggioranza assoluta o relativa, nel caso di società. Tale precisazione vale anche per i successivi grafici e tabelle in merito a tale oggetto.

\*\* Comprende gli status per i quali il valore relativo alle imprese giovanili è pari a zero (rappresentante, coltivatore diretto, socio di cooperativa, dirigente), oltre alla modalità "altro" che include status non riportati nell'elenco delle modalità di risposta.

Fonte: Centro Studi Unioncamere, Osservatorio sulla demografia delle imprese

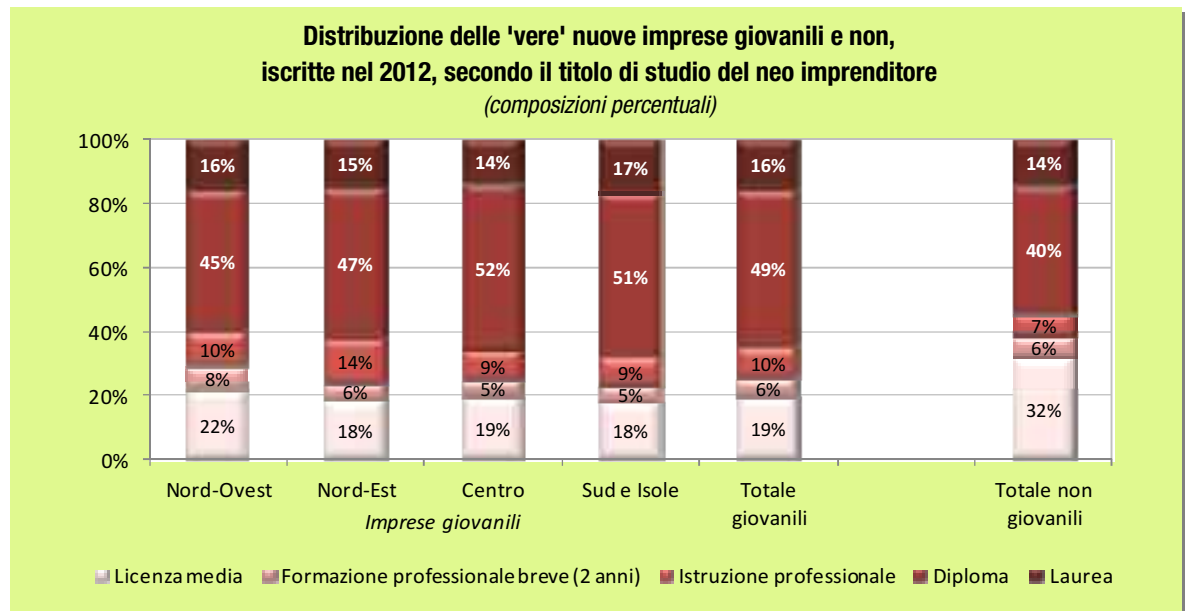
La capacità delle 'vere' nuove imprese giovanili di creare direttamente e immediatamente nuova occupazione è concentrata non solo sulla figura degli studenti, ma anche, e soprattutto, dei disoccupati: cioè di chi è alla ricerca di un nuovo lavoro (11% dei casi di giovani neo imprenditori, con una frequenza ovviamente più alta nell'area territoriale con maggiori difficoltà lavorative, ovvero il Mezzogiorno, in cui tale quota raggiunge il 14%) e di chi è alla ricerca di un primo impiego (6% dei casi, ancora una volta con particolare intensità nel Mezzogiorno, dove la percentuale è del 9%).



La rilevanza delle nuove imprese in termini di autoimpiego (cioè volta a fornire una occasione di lavoro come imprenditore a chi ne è privo) risulta quindi minoritaria (17% se si considerano solo gli ex-disoccupati e 34% se si aggiungono anche studenti e casalinghe) ma comunque non trascurabile, e induce a ritenere che una forma fondamentale di promozione di impiego e di reingresso sul mercato del lavoro per chi ha perso una precedente occupazione, possa essere data proprio da misure specifiche di formazione e assistenza tecnica per la creazione di una nuova impresa. E tale spunto di politica attiva del lavoro è particolarmente importante proprio per il segmento giovanile, visto l'ampio bacino di disoccupati e inoccupati; non a caso, tra le 'vere' nuove imprese giovanili, è più alta la percentuale di iniziative avviate da disoccupati in cerca di nuovo lavoro rispetto al caso delle nuove iniziative non giovanili (11 contro 8%).

Accanto all'origine professionale, un modo importante per vedere il fenomeno della nuova impresa giovanile è quello di collegarlo al livello di istruzione dei neo imprenditori. Ciò è utile soprattutto nella misura in cui consente di stimare il potenziale innovativo e creativo delle nuove imprese, che naturalmente è collegato al livello di scolarizzazione del titolare. Rispetto alle nuove imprese avviate da persone con più di 35 anni, le start-up giovanili sono caratterizzate da un livello di istruzione media del titolare più alto: il distacco avviene soprattutto sui diplomati, che nel caso di nuove imprese giovanili sono il 49%, a fronte del 40% delle nuove imprese gestite da titolari più anziani: parallelamente, le nuove imprese giovanili avviate da imprenditori con la sola licenza media sono solo il 19%, a fronte del 32% nel caso di quelle non giovanili.

Seppur in misura lieve, tra i giovani neo-imprenditori 'nati' nel 2012 i laureati sono più frequenti (16% contro il 14% relativo ai neo-imprenditori non giovani), anche se tale percentuale è ancora inferiore, non di molto per la verità, a quella attinente ai nuovi giovani capitani di impresa con la sola licenza media (19%). Un divario che tende, però, ad azzerarsi nel Mezzogiorno, ovvero nell'area territoriale sottoposta ai maggiori flussi di fuga di cervelli, dove la percentuale di giovani imprenditori laureati (17%) è superiore alla media nazionale, e la differenza con i titolari di sola licenza elementare non è significativa (17 contro 18%).



Fonte: Centro Studi Unioncamere, Osservatorio sulla demografia delle imprese



Tutto ciò sta ad evidenziare come sia opportuno fare dei passi avanti per orientare maggiormente i laureati verso percorsi imprenditoriali, al fine di avere una maggiore quota di nuove imprese ad elevato potenziale di innovazione, know how e creatività, anche in territori come il Nord-Ovest, dove la percentuale di neo imprenditori giovanili con la sola licenza media sfiora il 22%. Ciò non toglie, comunque, la capacità di inclusione sociale propria del 'fare' impresa, perché offre opportunità anche a coloro meno istruiti e a maggiore rischio di emarginazione.

E' così che l'imprenditorialità coniuga, nello stesso tempo, inclusione sociale e valorizzazione della forza lavoro; quest'ultima funzione, peraltro, si esprime soprattutto nelle aree più critiche del Paese, sottoposte ad un continuo depauperamento del proprio capitale umano per via dell'emigrazione di giovani laureati, tale da far diventare la via all'impresa un'importante promessa di "retention" di tale risorsa sul territorio, con tutti gli importanti riflessi non solo in termini di competitività produttiva, ma anche di sviluppo culturale e civile.

Nel comparto artigiano, non solo i laureati sono una quota marginale (6% dei giovani neo imprenditori) ma addirittura è modesta la quota di chi ha un'istruzione secondaria di tipo tecnico-professionale (17%), che, invece, dovrebbe rappresentare il canale per eccellenza di formazione dei giovani artigiani. Chi ha solo la licenza media raggiunge invece in questo caso il 29%, evidenziando quindi un gap di competenze formative di partenza, che dovrebbe essere colmato con specifiche iniziative di formazione imprenditoriale. Nel contempo, strategico si rivelerebbe anche il potenziamento del sistema di scuole tecnico-professionali, e connessi post-diploma come gli ITS, per ampliare gli spazi di formazione di competenze legate al mondo artigiano, cercando di avvicinare, anche 'culturalmente', le nuove generazioni a questo importante, quanto unico, modo di produrre.

Entrando nello specifico dei titoli di studio, gli indirizzi di laurea dei nuovi imprenditori giovanili muniti di tale titolo si concentrano soprattutto sulle materie economico-statistiche<sup>11</sup> (29% del totale con titolo universitario), che evidentemente predispongono maggiormente ad avere le competenze utili per organizzare la nuova impresa, e gestirla sotto il profilo contabile, finanziario, fiscale e patrimoniale. Potrebbero, semmai, mancare quelle competenze tecnico-sperimentali necessarie a promuovere l'innovazione di processo e di prodotto, di cui la nostra economia ha bisogno: a tal riguardo, gli ingegneri rappresentano infatti solo il 15% dei giovani nuovi imprenditori laureati, allo stesso pari, peraltro, dei laureati in campo umanistico.

---

<sup>11</sup> Si tiene a precisare che le frequenze attinenti agli indirizzi di laurea e di diploma sono calcolate sulla base dei dati risultanti dall'indagine relativa alla nascita delle 'vere' nuove imprese nel secondo semestre del 2012. Si ricorda che l'indagine Unioncamere sulle 'vere' nuove imprese è semestrale e tale domanda non era presente nel questionario relativo al primo semestre dell'anno.

### Graduatoria degli indirizzi di laurea e di diploma dei 'veri' neo imprenditori giovanili del 2012\*

(composizioni percentuali)

Indirizzi di laurea		Indirizzi di diploma	
Denominazione	Compos. %	Denominazione	Compos. %
Economico-statistico	29%	Amministrativo-commerciale	36%
Ingegneria	15%	Tecnico-industriale	23%
Umanistico	15%	Licei (tutti)	23%
Giuridico e politico-sociale	11%	Artigianato e agricoltura	6%
Insegnamento, formazione e psicologico	7%	Turistico	4%
Scientifico, matematico, fisico e geobiologico	6%	Comunicazione e artistico-musicale	3%
Agrario-alimentare e zootecnico	5%	Edile	2%
Medico, odontoiatrico, sanitario e paramedico	5%	Socio-sanitario	2%
Architettura, urbanistico e territoriale	4%	Linguistico	1%
Chimico-farmaceutico	3%		
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>Totale</b>	<b>100%</b>

\* I valori fanno riferimento ai dati risultanti dall'indagine relativa alla nascita delle 'vere' nuove imprese nel secondo semestre del 2012.

Fonte: Centro Studi Unioncamere, Osservatorio sulla demografia delle imprese

Con riferimento ai diplomati, poi, il 36% dei nuovi giovani capitani di impresa con questo livello di istruzione ha un diploma di tipo amministrativo-commerciale (si tratta cioè di ragionieri) e il 23% proviene dai licei, quindi da un insegnamento più generale. Chi viene invece dalla formazione tecnica (tecnici industriali, periti, turistico, edile, ecc.) rappresenta solo il 37% dei nuovi imprenditori giovani con diploma. Ancora una volta, si ripropone quanto detto a proposito dei laureati, in merito alla necessità di formare tutti i giovani neo imprenditori, anche con corsi post-diploma, di quelle conoscenze e competenze tecniche utili per 'fare' impresa e in grado di colmare lacune prodotte 'fisiologicamente' dai diversi percorsi di studio.

#### *Le motivazioni che spingono i giovani a 'fare' impresa*

La motivazione prevalente dietro all'avvio di un'impresa giovanile, seppur in misura un po' inferiore rispetto ai neo-imprenditori "over 35", è quella di cogliere una opportunità di mercato che si intravede<sup>12</sup>, anche in virtù di una specifica conoscenza del mercato stesso (22%); ciò riguarda soprattutto chi ha una istruzione di tipo tecnico-professionale, e che quindi può mettere a frutto una competenza tecnico-specialistica sul settore di appartenenza. Questa motivazione riguarda anche in modo particolare le giovani imprese artigiane (24%), evidentemente perché in tale comparto sono percepite opportunità di mercato in misura più intensa (e ciò ne costituisce un ulteriore indice di vitalità, specie per l'autoimpiego giovanile).

Le opportunità di mercato vengono intraviste soprattutto nel settore turistico (33%), in quello dei servizi alla persona (28%) e in quello dell'agricoltura (29%), a conferma di come i giovani possano

<sup>12</sup> Si precisa che la domanda sulle motivazioni è a risposta multipla e le frequenze sono calcolate sul totale delle risposte.

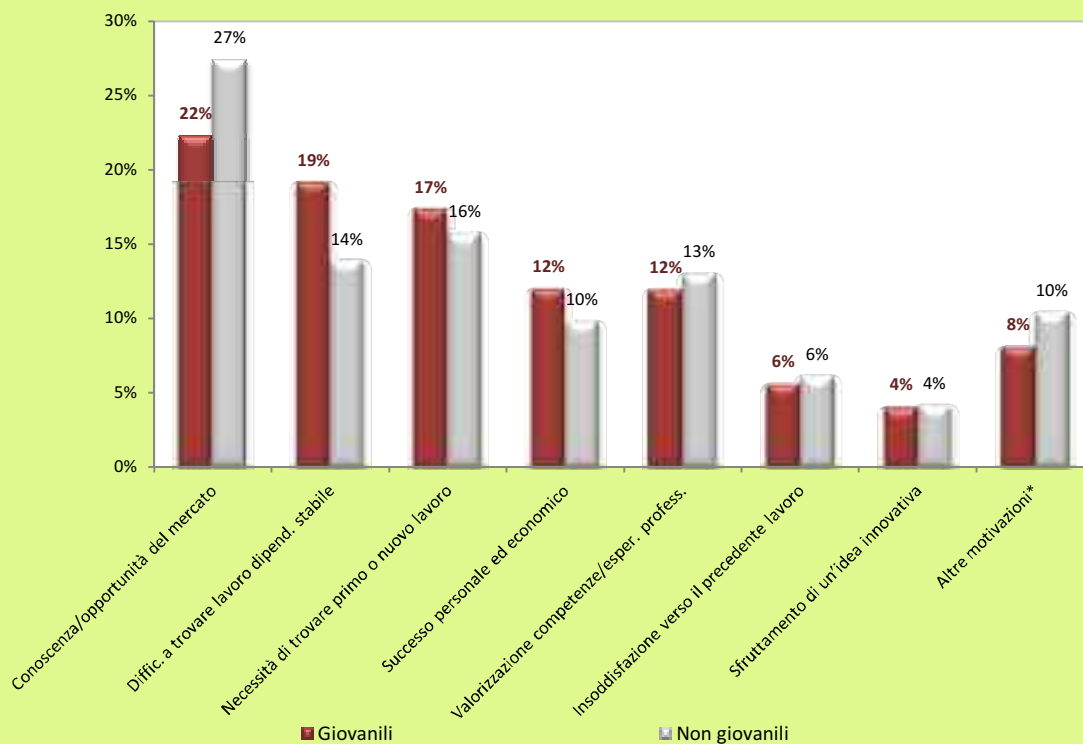


essere un'importante risorsa per la qualificazione dell'offerta turistica del Paese e per una rivitalizzazione del settore agricolo (basti pensare alle nuove frontiere del biologico, dell'agriturismo, ecc.); mentre nei servizi alle imprese – che includono anche i servizi avanzati e di Ict – e nel manifatturiero, la percezione di opportunità di mercato da valorizzare è meno diffusa. Tale spaccato fornisce un'indicazione anche di tipo prospettico circa i principali sbocchi verso i quali viene indirizzato il fenomeno dell'imprenditoria giovanile nascente.

Seguono, a parecchia distanza, e ovviamente in misura più frequente rispetto alle imprese non giovanili, stante la criticità specifica dei giovani ad inserirsi sul mercato del lavoro, motivazioni di tipo strettamente occupazionale: la difficoltà ad entrare nel mercato del lavoro come dipendenti (19%) o la necessità di reperire uno sbocco lavorativo (17%). Tali motivazioni confermano come la scelta di avviare una nuova attività sia legata più di frequente ad una specifica "vocazione imprenditoriale" a inserirsi in uno specifico ambito di attività o, anche, a un desiderio di autorealizzazione lavorativa, piuttosto che alla necessità di autoimpiego.

### Motivazioni che hanno spinto alla nascita delle 'vere' nuove imprese giovanili e non, iscritte nel 2012

(incidenze percentuali sul totale delle risposte)



\* Comprende le seguenti motivazioni: possibilità di continuare ad operare per l'impresa in cui ero occupato (giovani e non giovani: 3% in entrambi i casi); successione ad un familiare (1% in entrambi i casi); agevolazioni fiscali, creditizie, contributi (1% in entrambi i casi); altre motivazioni non specificate (giovani: 3%; non giovani: 5%)

Fonte: Centro Studi Unioncamere, Osservatorio sulla demografia delle imprese

Infatti, non risultano essere troppo inferiori, rispetto alle frequenze relative alle esigenze prettamente occupazionali, anche le intensità di risposta attinenti alle due motivazioni che identificano la volontà di valorizzare competenze ed esperienze professionali, da un lato, e di avere successo economico e personale (12% in ciascun caso), dall'altro, stante a dimostrare il fatto che il 'fare' impresa rappresenta anche una via per espletare al massimo quel potenziale proprio del capitale giovanile più volte sottolineato nel corso del Rapporto. Infine, avviare un'impresa come risposta all'insoddisfazione verso un precedente lavoro, verosimilmente alle dipendenze, non rappresenta tra i giovani una motivazione ad alta frequenza (6%).

Dal punto di vista geografico, si fa impresa più per esigenza che per scelta soprattutto nelle aree territoriali dove l'alternativa di un ingresso nel mercato del lavoro alle dipendenze è meno probabile, ovvero nel Mezzogiorno, area in cui l'intensità della motivazione legata alla necessità di trovare uno sbocco lavorativo – primo lavoro o nuovo lavoro dopo averlo perso – è maggiore (il 20 contro il 17% della media nazionale), come è maggiore il caso di avviare un'impresa per difficoltà di trovare un lavoro da dipendente (20 contro 19%).

Vi è quindi da dire che il fenomeno del fiorire dinamico di nuova imprenditorialità giovanile non corrisponde dappertutto ad una parallela crescita 'naturale' di cultura di impresa e di ambizione imprenditoriale reale. E ciò può privare, in alcune situazioni, la nuova impresa di quell'entusiasmo creativo di cui avrebbe invece bisogno per superare la fase critica dello start-up. In questo, la formazione ai nuovi, come agli aspiranti, imprenditori, quale che sia la loro motivazione, può aiutare ad acquisire non solo competenze, ma anche voglia e sicurezza dei propri mezzi per 'guardare oltre', puntando ad una crescita aziendale robusta e di rilievo, che permetta di affacciarsi anche sui mercati internazionali.

### Motivazioni che hanno spinto alla nascita delle 'vere' nuove imprese giovanili iscritte nel 2012, per ripartizione geografica

(incidenze percentuali sul totale delle risposte)

Motivazioni	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud e Isole	Italia
Conoscenza/opportunità del mercato	24%	24%	22%	21%	<b>22%</b>
Necessità di trovare un primo o un nuovo lavoro	17%	13%	17%	20%	<b>17%</b>
Difficoltà a trovare lavoro dipendente stabile	18%	16%	22%	20%	<b>19%</b>
Possibilità di continuare ad operare per l'impresa in cui ero occupato	1%	7%	3%	2%	<b>3%</b>
Successione ad un familiare	1%	1%	1%	2%	<b>1%</b>
Insoddisfazione verso il precedente lavoro	5%	6%	6%	5%	<b>6%</b>
Valorizzazione competenze ed esperienze professionali	14%	13%	12%	10%	<b>12%</b>
Successo personale ed economico	12%	11%	11%	13%	<b>12%</b>
Sfruttamento di un'idea innovativa	4%	4%	3%	5%	<b>4%</b>
Agevolazioni fiscali, creditizie, contributi	1%	1%	1%	1%	<b>1%</b>
Altro	3%	4%	3%	2%	<b>3%</b>
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Centro Studi Unioncamere, Osservatorio sulla demografia delle imprese



Comunque, salendo lungo la Penisola, la nascita d'impresa da parte dei giovani è spinta maggiormente da motivazioni legate alla volontà di valorizzare competenze ed idee proprie, quindi una volontà di autorealizzazione personale (13-14%), che implica presumibilmente, anche una buona dose di capacità innovativa.

Per questo, tale motivazione si potrebbe, per certi versi, anche affiancare a quella più specifica attinente alla volontà di sfruttare un'idea innovativa, anche se non molto frequente (4%). E' però altresì vero che tale motivazione aumenta al crescere del titolo di studio (vale anche per le imprese artigiane, sempre giovanili), e ciò conferma che una correlazione fra scolarizzazione e propensione all'innovazione imprenditoriale esiste ed è robusta. Evidenza che rimanda nuovamente all'idea di quanto possa essere strategico improntare non solo la formazione tecnico-secondaria, ma anche quella universitaria, su competenze legate al 'fare' impresa.

### Motivazioni che hanno spinto alla nascita delle 'vere' nuove imprese giovanili iscritte nel 2012, secondo il titolo di studio del giovane neo imprenditore

(incidenze percentuali sul totale delle risposte)

Motivazioni	Titolo di studio del neo imprenditore					Totale giovanili	di cui: Totale giovanili artigiane
	Licenza media	Formazione professionale breve (2 anni)	Istruzione professionale	Diploma	Laurea		
Conoscenza/opportunità del mercato	20%	27%	31%	22%	20%	<b>22%</b>	24%
Necessità di trovare un primo o un nuovo lavoro	19%	12%	10%	19%	16%	<b>17%</b>	17%
Difficoltà a trovare lavoro dipendente stabile	28%	21%	23%	16%	15%	<b>19%</b>	21%
Possibilità di continuare ad operare per l'impresa in cui ero occupato	6%	3%	4%	2%	1%	<b>3%</b>	4%
Successione ad un familiare	2%	0%	1%	1%	1%	<b>1%</b>	1%
Insoddisfazione verso il precedente lavoro	5%	11%	6%	5%	6%	<b>6%</b>	6%
Valorizzazione competenze ed esperienze professionali	8%	10%	9%	12%	17%	<b>12%</b>	11%
Successo personale ed economico	9%	11%	9%	14%	12%	<b>12%</b>	11%
Sfruttamento di un'idea innovativa	1%	3%	4%	5%	5%	<b>4%</b>	2%
Agevolazioni fiscali, creditizie, contributi	0%	1%	1%	1%	3%	<b>1%</b>	1%
Altro	2%	0%	4%	3%	3%	<b>3%</b>	3%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Centro Studi Unioncamere, Osservatorio sulla demografia delle imprese

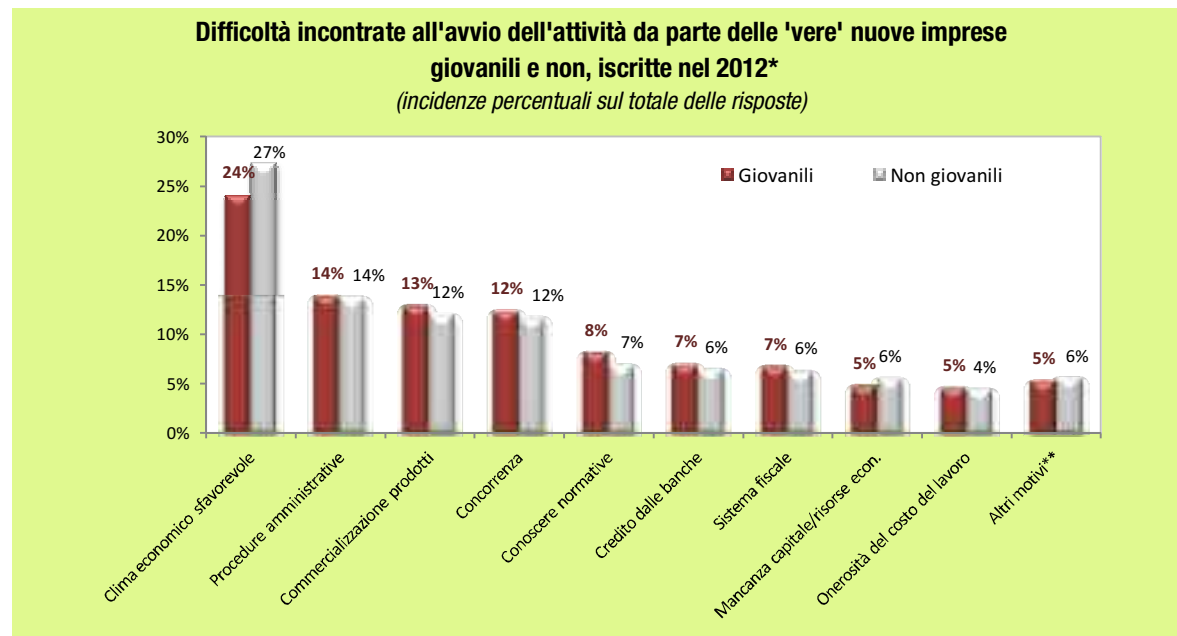
La successione ad un familiare è una motivazione molto rara tra le 'vere' nuove imprese giovanili, persino tra quelle artigiane, dove il tema della trasmissione di impresa è particolarmente delicato e quanto mai fondamentale per la salvaguardia dell'immenso patrimonio di know-how prodotto dall'imprenditoria familiare artigiana delle passate generazioni.

## Le difficoltà a 'fare' impresa

La motivazione non è altro che una faccia della medaglia che vede dall'altra parte la difficoltà ad intraprendere un'attività. Basti pensare che 8 'vere' nuove imprese giovanili su 10 (81%) hanno incontrato delle difficoltà in fase di avvio<sup>13</sup>.

A livello settoriale, spicca il 91% delle giovani neo-imprese del commercio che ha avuto difficoltà, evidentemente perché tale settore sperimenta direttamente il calo dei consumi legato all'attuale fase di crisi, senza considerare come la sua tendenza crescente verso la concentrazione della clientela sulle grandi superfici commerciali penalizzi in modo particolare le start-up giovanili, tipicamente piccoli esercizi specializzati; di converso, solo il 69% delle neo imprese giovanili nel settore industriale ha riscontrato difficoltà; anche nell'artigianato, la quota di imprese con difficoltà di avvio è meno rilevante, attestandosi al 73%.

Viaggiando invece tra le aree territoriali del Paese, se le neo imprese giovanili del Nord-Ovest hanno riscontrato difficoltà di avvio nel 77% dei casi, tale percentuale cresce all'85% nel Mezzogiorno, dove vi sono specifici fattori di contesto che rendono ancora più difficile 'fare' impresa, a prescindere dalla fase del ciclo economico complessivo, poiché si tratta di fattori strutturali (fenomeni di illegalità, bacini di mercato locali meno ricchi, ecc.).



\* I valori fanno riferimento ai dati risultanti dall'indagine relativa alla nascita delle 'vere' nuove imprese nel secondo semestre del 2012.

\*\* Comprende le seguenti difficoltà: mancanza di strutture di servizi cui far riferimento (1% in entrambi le tipologie di impresa); reperire locali e terreni (1% in entrambi i casi); reperire personale, collaboratori adeguati, piuttosto che materie prime, semilavorati e fornitori e, infine, l'adozione di nuove tecnologie (in tutti questi ultimi casi citati il valore è pari a zero). Infine, è compresa anche la modalità di risposta relativa ad altre motivazioni non elencate fra tutte quelle presenti nel questionario (3% in entrambi i casi).

Fonte: Centro Studi Unioncamere, Osservatorio sulla demografia delle imprese

<sup>13</sup> Si tiene a precisare che le frequenze attinenti alle difficoltà sono calcolate sulla base dei dati risultanti dall'indagine relativa alla nascita delle 'vere' nuove imprese nel secondo semestre del 2012. Si ricorda che l'indagine Unioncamere sulle 'vere' nuove imprese è semestrale e tale domanda non era presente nel questionario relativo al primo semestre dell'anno.



Osservando infine le difficoltà dei nuovi giovani capitani di impresa secondo il titolo di studio posseduto, troviamo conferme su quanto precedentemente affermato in tema di offerta formativa: chi ha un diploma di formazione professionale ha riscontrato difficoltà nel 93% dei casi, anche se non troppo più bassa resta comunque la percentuale riconducibile ai laureati (82%), ponendo alla ribalta la necessità di delineare programmi di studio che avvicinino lo studente, a qualsiasi livello, alla realtà pratica del nostro sistema produttivo.

Certo è che, in generale, a prescindere dalle diverse sfaccettature, troppi giovani devono fare i conti con gli ostacoli che si pongono all'inizio della loro avventura imprenditoriale. Ciò segnala l'intenso lavoro che ancora deve essere fatto per creare un ambiente favorevole al 'fare' impresa, a partire dalla semplificazione amministrativa e dalla certezza delle regole, ma anche nel campo della crescita economica, affinché si ampli la richiesta di beni servizi e/o si pongano le basi per la nascita di nuove nicchie di domanda. Questo, perché gli ostacoli per le 'vere' nuove imprese giovanili maggiormente indicati<sup>14</sup> sono stati, in primo luogo, il clima economico sfavorevole (24%) con le annesse incertezze del mercato e il calo della domanda – anche se in misura minore rispetto a quelle non giovanili (27%), forse in virtù di aspettative leggermente migliori da parte dei più giovani – e, in secondo luogo, la complessità, la lentezza e i costi delle procedure amministrative (14%).

Ancora oggi, l'Italia è solo 73esima nella classifica internazionale della facilità nel fare impresa compilata dalla Banca Mondiale<sup>15</sup>. Certamente, specificamente per il comparto delle imprese giovanili, provvedimenti come quello delle Srl semplificate e a capitale ridotto sono importanti per superare il problema, e il loro impatto si farà sentire soprattutto negli anni a venire; ma occorre aumentare il grado di semplificazione del sistema, ampliando ed estendendo l'utilizzo dell'informatica e cercando di razionalizzare nel nome dell'efficienza amministrativa tutte le varie normative (ambientali, edili, urbanistiche, sanitarie, relative alla sicurezza, ecc.).

Dal punto di vista geografico, il clima economico sfavorevole rappresenta una difficoltà maggiormente indicata dalle 'vere' nuove giovani imprese del Nord-Est (26%), che testimonia una fase particolarmente difficile per l'imprenditoria di questo territorio. Tale problematica assume poi un connotato particolarmente diffuso, secondo l'ottica settoriale, nei servizi alla persona (32%), nelle costruzioni e attività immobiliari (30%) e nell'industria manifatturiera (29%), evidentemente per un impatto della crisi particolarmente pesante proprio su tali settori, in special modo gli ultimi due citati.

Ad un clima economico sfavorevole si lega poi la problematica di commercializzare i propri prodotti e servizi, che evidentemente si aggrava con un ciclo macroeconomico recessivo. Tale difficoltà concentra il 13% delle indicazioni da parte delle nuove imprese giovanili, con punte del 17% nel commercio, che risente direttamente del calo dei consumi.

Entrando nel dettaglio delle difficoltà legate agli aspetti amministrativi, tale problema di rapporto con la burocrazia è particolarmente indicato dalle 'vere' nuove imprese giovanili agricole (20%), turistiche (19%) e industriali (17%), mentre appare meno rilevante per le imprese artigiane (11%) che hanno a disposizione, in alcuni casi, percorsi semplificati.

Anche la concorrenza rappresenta una difficoltà (12%) non troppo inferiore a quella delle procedure

<sup>14</sup> Si precisa che la domanda sulle difficoltà è a risposta multipla e le frequenze sono calcolate sul totale delle risposte.

<sup>15</sup> World Bank, *Doing Business 2013*, Washington, 2013.



amministrative, spiegabile con il fatto che in una condizione di mercato recessiva, la competizione diviene ancor più aggressiva, penalizzando proprio le nuove imprese, che hanno l'esigenza di costruire un radicamento di mercato ancora inesistente. Tale problema colpisce soprattutto le nuove giovani imprese del Centro-Italia (15%) e del Nord-Est (14%), che anche in questo caso evidenzia problemi specifici di posizionamento competitivo; secondo l'ottica settoriale, invece, le frequenze più elevate si riscontrano nelle costruzioni-attività immobiliari (18%), alle prese con una marcata contrazione del mercato immobiliare e degli appalti, che acuisce la lotta concorrenziale per accaparrarsi quote di mercato sempre più ridotte.

Va peraltro segnalato come le difficoltà legate alla concorrenza siano segnalate in misura minore quando il giovane imprenditore è laureato (7%). Tale specificità è interessante, perché probabilmente significa che le imprese che hanno maggiori competenze e know manageriali, grazie magari ad un livello di istruzione superiore, riescono a spostare la competizione verso scenari a loro favorevoli, magari anche attraverso l'individuazione di specifiche nicchie di mercato in cui operare. Ulteriore conferma del fatto che un ruolo fondamentale nell'accrescere la resilienza competitiva del nostro tessuto produttivo, e in particolare di quello che si trova nelle condizioni delicate dello start-up, è svolto dal sistema educativo, oltre che dalla capacità di trasfondere dentro l'impresa le competenze acquisite nel proprio percorso di studi. Ciò consente di spostare la competizione dal prezzo alla qualità/innovazione, ritagliandosi nicchie di mercato distintive, e spesso caratterizzate dalla possibilità di spuntare un maggiore valore aggiunto. Tutto questo però implica uno spostamento verso l'alto del modello di specializzazione produttiva del nostro Paese al quale la nuova imprenditorialità giovanile è chiamata a contribuire in misura determinante.

### *Il capitale iniziale per l'avvio dell'attività*

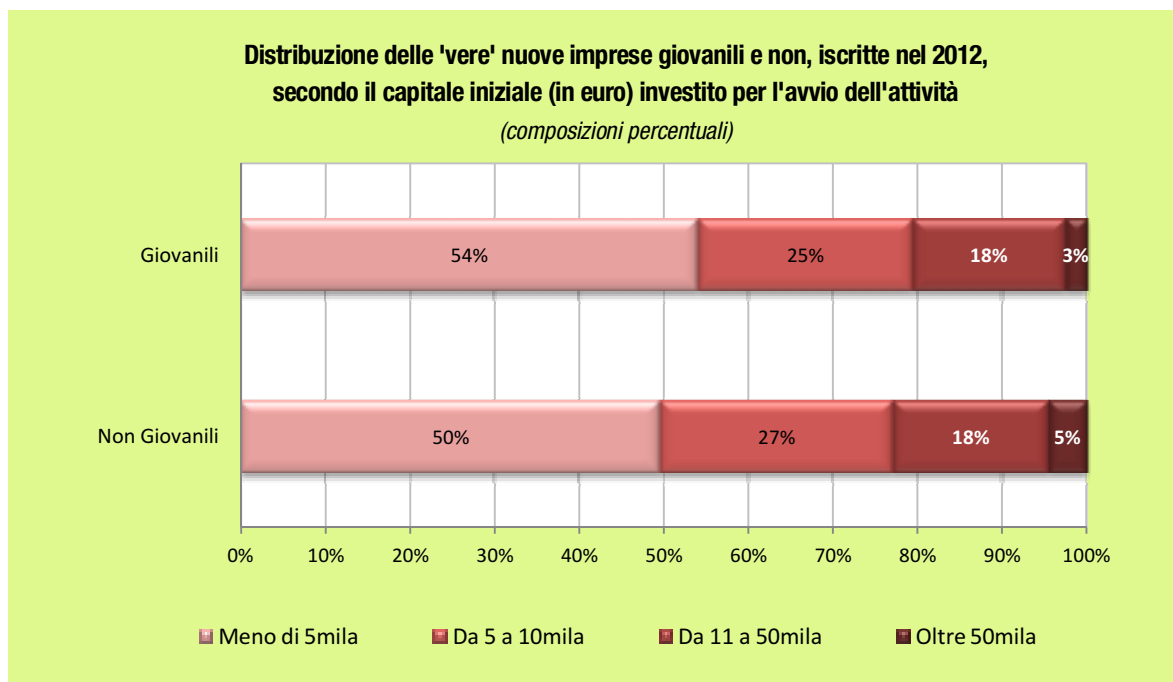
L'esigenza di partire capitalizzati – a prescindere dalle misure, come le Srl semplificate, che consentono di avviare una nuova impresa con capitale minimo o pressoché nullo – è fondamentalmente legata alla possibilità di ottenere più facilmente credito bancario, cui si ricollega la costituzione di un asset patrimoniale adeguato per far fronte a fasi di difficoltà sul mercato, dimostrandosi una garanzia di robustezza per l'impresa appena nata.

La maggior parte delle imprese giovanili parte con un capitale iniziale minimo: il 54% dei 'veri' neo-imprenditori giovani nati nel 2012 ha una dotazione inferiore ai 5mila euro. Solo il 3% parte con più di 50mila euro. Tale caratteristica di bassa capitalizzazione è anche lievemente più intensa rispetto alle start-up non giovanili, in cui chi parte con meno di 5mila euro è il 50%, mentre il 4% ha un capitale dai 51mila euro in su. Si tratta evidentemente di imprese, quelle giovanili, che nascono, in prevalenza, con forme giuridiche molto semplici, tipicamente non di tipo societario, e che quindi manifestano livelli di patrimonializzazione e di sofisticazione del modello organizzativo e di governance molto elementari, che, in una fase macroeconomica difficile come quella attuale, rischiano di tradursi in una evidente fragilità competitiva.

Come già detto in precedenza, dunque, se è vero che vi è un fermento imprenditoriale importante,



è altresì vero che tale fermento spesso si accompagna a condizioni poco consone ad un consolidamento e radicamento nel tempo di molte delle nuove iniziative avviate, per cui l'obiettivo di policy più importante è quello di creare condizioni di sostegno alla sopravvivenza delle start-up, ponendosi come obiettivo, non solo la nascita imprenditoriale, ma anche la riduzione del tasso di mortalità.

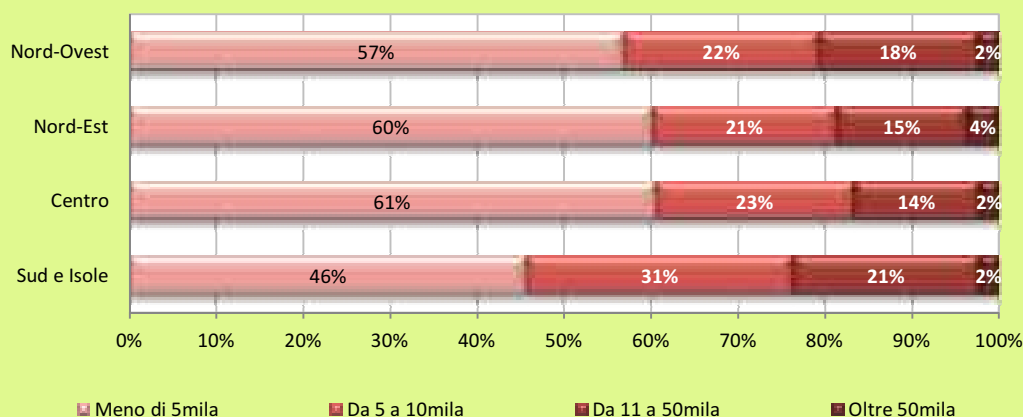


Fonte: Centro Studi Unioncamere, Osservatorio sulla demografia delle imprese

Può sembrare un paradosso, ma le start-up giovanili più capitalizzate, in media, nascono nel Mezzogiorno<sup>16</sup>, mentre nel Centro-Nord le percentuali di nuove imprese giovani con meno di 5mila euro di capitale iniziale sono massime. Il paradosso è in realtà apparente: il Mezzogiorno, per vari motivi storici connessi al suo modello di sviluppo, ha tassi di risparmio più alti della media del Paese; e in questa fase, tale virtù sembra servire per capitalizzare iniziative imprenditoriali giovanili in forma relativamente importante (il che peraltro non avviene in maniera analoga per le start-up non giovanili). E' quindi ancora più rilevante realizzare le condizioni normative, fiscali e di contesto che sostengano il massimo tasso di sopravvivenza possibile di queste start-up, poiché tale tasso di risparmio, formatosi in condizioni storiche molto diverse da quella attuale, è in qualche modo non ricostituibile.

<sup>16</sup> Del resto, anche con riferimento alle Srl semplificate e a capitale ridotto, si è avuto già modo di constatare come il capitale sociale medio di queste imprese nel Meridione sia superiore alla media nazionale (1.292 contro 1.252 euro), senza contare il fatto che, sempre nel Meridione, le Srl costituite con "1 euro" sono solo il 12,7% del totale di queste particolari società a responsabilità limitata, laddove nel Centro-Nord l'incidenza arriva al 19,8%.

**Distribuzione delle 'vere' nuove imprese giovanili, iscritte nel 2012,  
secondo il capitale iniziale (in euro) investito per l'avvio dell'attività, per ripartizione geografica  
(composizioni percentuali)**



Fonte: Centro Studi Unioncamere, Osservatorio sulla demografia delle imprese

Con quale canale le nuove imprese giovanili si capitalizzano e finanziano la loro attività? Prevalentemente, così come per le imprese non giovanili, tramite l'apporto di mezzi propri del neo imprenditore (modalità indicata nell'80% dei casi). Non manca, presente nel 30% dei casi<sup>17</sup>, una forma specifica delle start-up giovanili, peraltro presente in misura molto minore per quelle non giovanili (29 contro 17%), costituita dal prestito di amici e parenti, con la punta massima registrata nel Mezzogiorno (36%), dove il ricorso a strumenti finanziari esterni al patrimonio dell'imprenditore e dei suoi familiari è più raro, per un evidente minore sviluppo del mercato creditizio e finanziario.

Certo è che questa modalità di prestito di amici e parenti rende l'eventuale fallimento dell'iniziativa un problema non solo dell'imprenditore, ma anche della sua famiglia, che non di rado si espone in misura notevole per aiutarlo a realizzare il suo progetto.

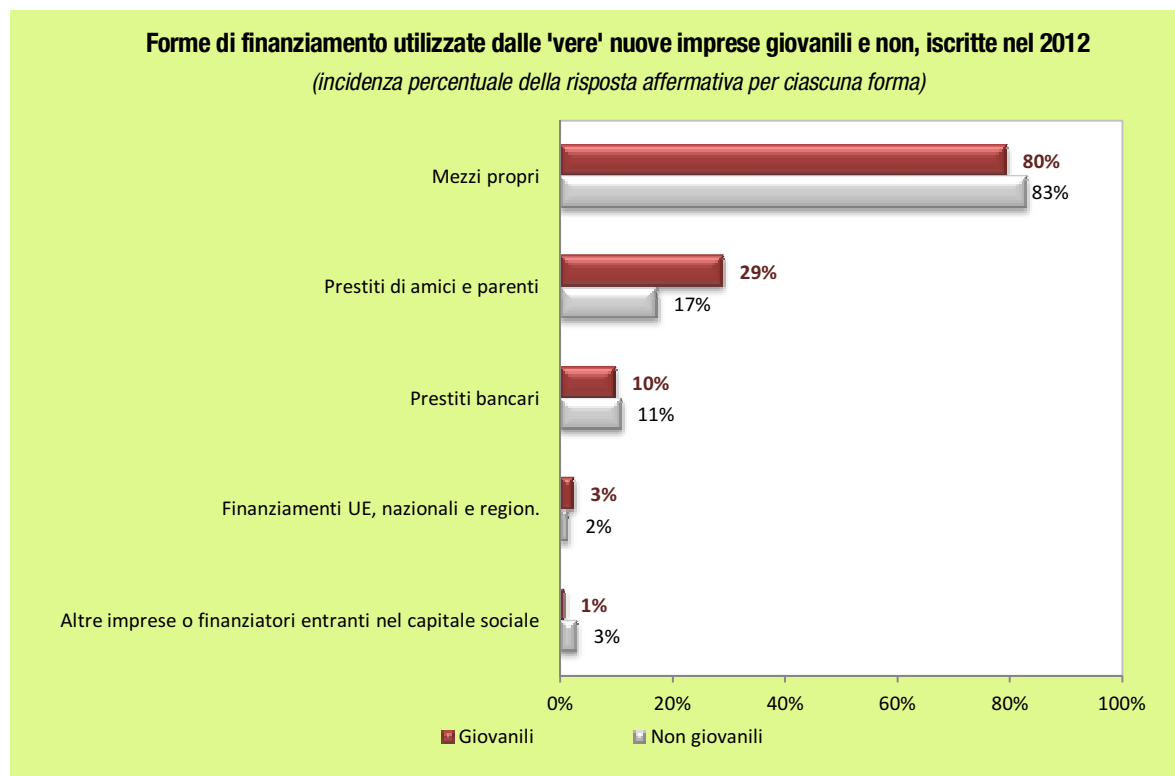
Molto rari sono i prestiti bancari (segnalati solo dal 10% dei 'veri' nuovi imprenditori giovanili), e ciò riflette in parte la fase attuale di restrizione del credito, legata alla più generale condizione di crisi economica; non a caso, particolarmente rari sono nel Mezzogiorno (8%, contro il 12% nel Nord-Est e nel Centro-Italia), dove il credit crunch potrebbe essere più intenso per ragioni ascrivibili alla maggiore rischiosità del credito erogato. Infine, insignificanti sono gli apporti di provvedimenti agevolativi, o di finanziatori privati esterni (ad esempio *venture capitalists*, *crowdfunding*), ponendo alla ribalta la necessità di sviluppare ulteriormente nel nostro Paese strumenti di finanza innovativa.

Emerge, in sostanza, un quadro di strumenti esterni di sostegno all'imprenditorialità giovanile certamente da potenziare, affinché si eviti il rischio della selezione avversa, anche dal punto di vista sociale, tale per cui possono avviare una iniziativa imprenditoriale solo i giovani che hanno la possibilità di avere alle spalle un patrimonio cospicuo, o un importante aiuto da parte dei genitori.

<sup>17</sup> Con riferimento alle fonti di finanziamento, il questionario prevede risposte multiple.



Chi non ha questa possibilità, pur avendo un'idea imprenditoriale potenzialmente interessante e redditizia, nella maggior parte dei casi rischia di non concretizzarla per insufficienza dei canali finanziari esterni. Ciò ostacola, chiaramente, la possibilità di cogliere le opportunità occupazionali e di ascesa sociale connesse all'imprenditorialità.



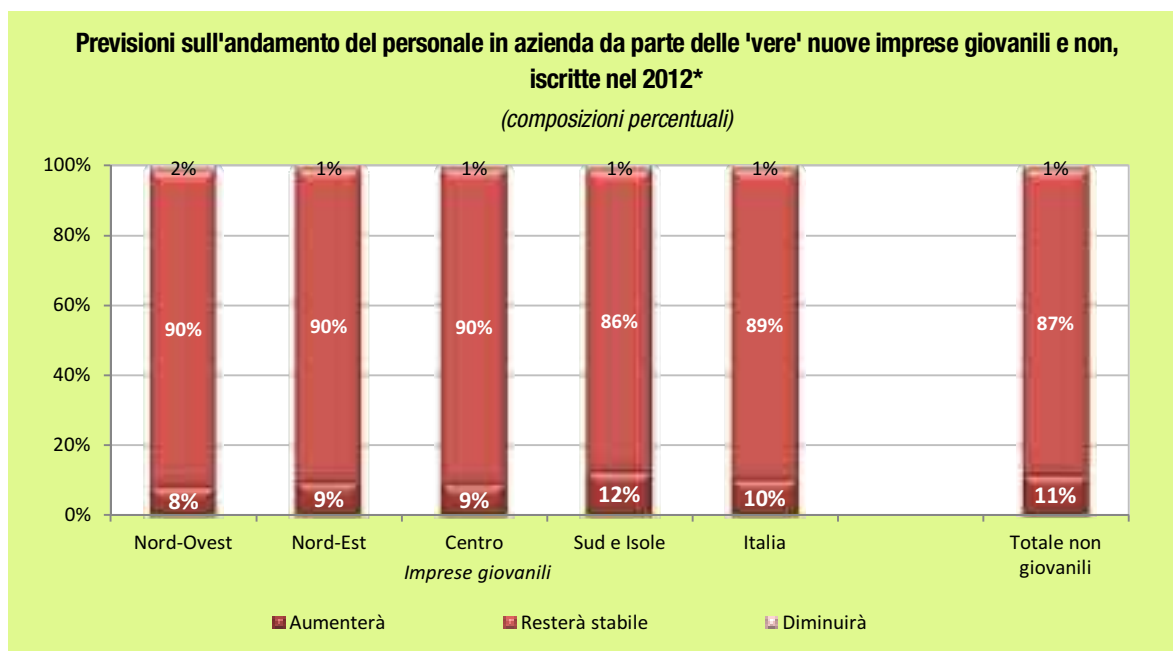
Fonte: Centro Studi Unioncamere, Osservatorio sulla demografia delle imprese

Evidentemente, nel rispetto del rigore dei parametri di finanza pubblica, sarebbe alquanto strategico uno sforzo che preveda un serio sostegno economico a favore dell'imprenditorialità giovanile, coinvolgendo anche enti finanziari privati sotto forma di *venture* o *seed capitalists*, per evitare che buone idee imprenditoriali non possano partire per assenza di mezzi propri o di apporti familiari. Un'azione dagli ampi effetti moltiplicativi, tanto sul piano produttivo in termini di Pil (considerando anche l'attivazione indotta), quanto sul piano sociale in termini di occupazione (dipendente, oltre che indipendente) e, quindi, sul benessere generale del territorio.

### *Le previsioni occupazionali delle nuove imprese giovanili*

Come già anticipato, la nascita di un'impresa porta con sé una serie di positivi effetti, tra cui la creazione di nuova occupazione. L'impatto occupazionale della nuova imprenditoria non si limita

agli imprenditori stessi, ma è più ampio, coinvolgendo anche l'inserimento di figure alle dipendenze. Le previsioni occupazionali delle nuove imprese giovanili nei 12 mesi successivi all'indagine (svolta nel corso del 2012 a cadenza semestrale) sono evidentemente improntate a grande prudenza, in considerazione del quadro macroeconomico recessivo che si ha ancora di fronte. L'89% delle nuove imprese giovanili, dunque, prevede di non modificare la propria base occupazionale, mentre si registra un saldo netto di 9 punti percentuali tra la quota di coloro che prevedono un aumento (10%) e quella di coloro che prevedono invece una riduzione di personale (1%), lievemente inferiore a quello delle nuove imprese non giovanili (10 punti percentuali). E' però interessante notare che la percentuale di nuove imprese giovanili che prevedono di assumere addetti aggiuntivi, che è dell'8-9% nel Centro-Nord, raggiunge il 12% nel Mezzogiorno, cioè nell'area territoriale dove maggiori sono i problemi occupazionali; il che, ancora una volta, manifesta l'aspetto "redistributivo e diffusivo" dello sviluppo che lo strumento della nuova impresa giovanile consente di ottenere, anche nelle zone più marginali e periferiche del Paese.



\* Previsione per i 12 mesi successivi lo svolgimento dell'indagine (avvenuto nel corso del 2012).

Fonte: Centro Studi Unioncamere, Osservatorio sulla demografia delle imprese

Le differenze settoriali nelle previsioni occupazionali dei neo imprenditori giovani non sono enormi, ma comunque significative: le imprese che ritengono di poter aumentare il proprio personale nei 12 mesi successivi all'indagine (condotta, come già precisato, nel corso del 2012) si concentrano soprattutto nel turismo (18%) e nelle costruzioni (11%), dove forse ciò potrebbe preludere l'inizio di una inversione del ciclo fortemente negativo di tale settore. Viceversa, nell'industria manifatturiera le



previsioni sono molto meno ottimistiche, con solo il 7% di ‘vere’ nuove imprese giovanili con aspettative di aumento di personale.

Anche nell’artigianato, la previsione di aumento di personale riguarda l’8% delle ‘vere’ nuove iniziative giovanili, ma ciò dipende anche dal fatto che, in moltissimi casi, le imprese artigianali, proprio per la loro natura, non hanno una base occupazionale particolarmente ampia (e spesso, nella fase di avvio, non vanno oltre l’apporto lavorativo del solo titolare). Va detto però che le nuove imprese artigiane giovanili meridionali prevedono di incrementare i propri addetti nel 12% dei casi, e ancora una volta ciò dimostra come l’imprenditoria giovanile sia uno strumento di diffusione dello sviluppo anche nelle aree periferiche.

### 2.3 Green economy, lavoro e giovani

#### *L'impatto occupazionale giovanile delle imprese che investono nel green*

Vantando un capitale giovanile di tutto rispetto, costituito da tutti quei giovani che studiano, raggiungendo livelli di istruzione sempre più elevati, che hanno voglia di mettere in pratica le proprie competenze, anche cercando di intraprendere l’avventura imprenditoriale, l’Italia deve comunque fare i conti con un mercato del lavoro che, come visto, sembra ancora molto debole, specchio di un ciclo economico in cui la parola recessione ancora prevale.

Come in tutti i momenti di grande e diffusa difficoltà, anche in questo, che coinvolge la nostra economia più o meno al pari di tante altre economie avanzate, ci sembra di restare ‘al buio’, non riuscendo a intravedere fonti di luce che possano permettere di ritornare a parlare di crescita, di sviluppo; tanto più in un contesto in cui la politica economica è tenuta a camminare lungo il solco del rigore, a salvaguardia della sostenibilità delle finanze pubbliche. E’ così che – tra recessione e vincoli – è quanto mai indispensabile trovare ‘chiavi di volta’ per far ripartire lo sviluppo, nuove, originali, ‘sostenibili’ nel tempo, provando a leggere con occhi diversi l’economia.

Una di queste è senz’altro la green economy, che se fino a ieri poteva apparire una novità dal carattere ristretto ed ‘elitario’ e con qualche perplessità sulla sua concretezza, oggi è una conferma, una certezza alla ‘prova dei fatti’, che si è conquistata oltretutto un posto nelle agende economiche dei governi.

Un fenomeno che oramai è diventato una caratteristica intrinseca del *modus operandi* dell’impresa, perché rappresenta un nuovo modo di: utilizzare le materie prime, nel nome dell’efficienza; produrre, nel nome della sostenibilità ambientale; essere competitivi, nel nome della qualità.

In Italia, sono quasi 360mila le imprese dell’industria e dei servizi (con dipendenti) che hanno investito, tra il 2009 e il 2011, e/o hanno previsto di farlo nel 2012, in prodotti e tecnologie green a maggior risparmio energetico o a minor impatto ambientale, corrispondenti a quasi il 24% dell’intera imprenditoria di riferimento<sup>18</sup>.

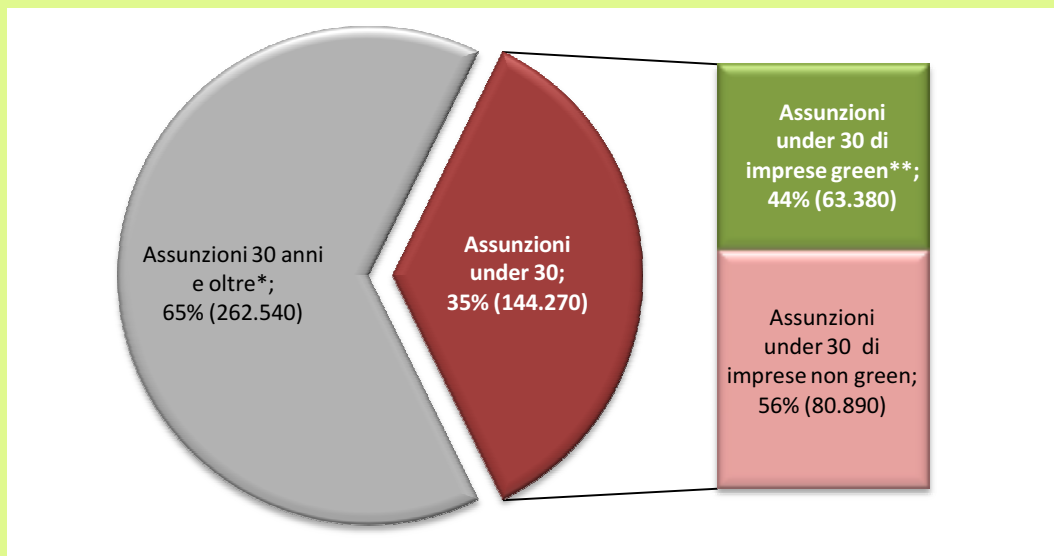
<sup>18</sup> Le analisi sulle imprese che investono nel green e il relativo impatto occupazionale (analizzato esclusivamente sulla base delle assunzioni non stagionali) sono frutto di specifiche elaborazioni dei risultati del Sistema Informativo Excelsior realizzate nell’ambito del Rapporto GreenItaly di Uniocamere e Fondazione Symbola (cfr. Unioncamere, Fondazione Symbola, *GreenItaly. L’economia verde sfida la crisi. Rapporto 2012*, pag.41 e ss.). Motivo per cui, i dati si riferiscono alle imprese dell’industria e dei servizi con almeno un dipendente.

La 'prova dei fatti' anzi citata in merito alla green economy, emerge nel momento in cui si scopre che tutte queste imprese che puntano sull'eco-efficienza, rappresentando poco meno di un quarto del totale imprenditoriale, hanno contribuito, secondo le previsioni di assunzione monitorate dal Sistema Informativo Excelsior, a quasi la metà (41,6%) della complessiva domanda di lavoro non stagionale prevista per il 2012 da tutte le imprese extra-agricole. In valori assoluti, si tratta di 169mila assunzioni non stagionali programmate dalle imprese che investono nel green sul totale delle quasi 407mila complessive.

In questo contesto, visto che green è anche tecnologia, non possono che aprirsi spazi per i giovani, nonostante il calo evidente e generalizzato della domanda di lavoro in termini assoluti<sup>19</sup>. Quando si tratta di assumere, le imprese investitrici in tecnologie green, infatti, puntano maggiormente sui giovani: delle 169mila assunzioni programmate da queste per il 2012, il 37,5% è riservato agli under 30 (più di 63mila), laddove nel caso delle altre imprese la quota scende al 35%.

Basti pensare che, con specifico riferimento alle sole assunzioni non stagionali di under 30, delle 144mila complessivamente programmate per il 2012 da tutte le imprese, circa il 44% è ascrivibile alla domanda di quelle che investono nel green, grazie alle già citate 63mila entrate 'giovani'.

**Assunzioni non stagionali programmate dalle imprese per il 2012,  
per classe di età, e tipologia di impresa con riferimento alle assunzioni under 30**  
(composizioni percentuali e valori assoluti)



\* Sono comprese anche le assunzioni per le quali l'età è indifferente.

\*\* Imprese con almeno un dipendente dell'industria e dei servizi che hanno investito tra il 2009 e il 2011 e/o hanno programmato di investire nel 2012 in prodotti e tecnologie a maggior risparmio energetico e/o minor impatto ambientale.

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior

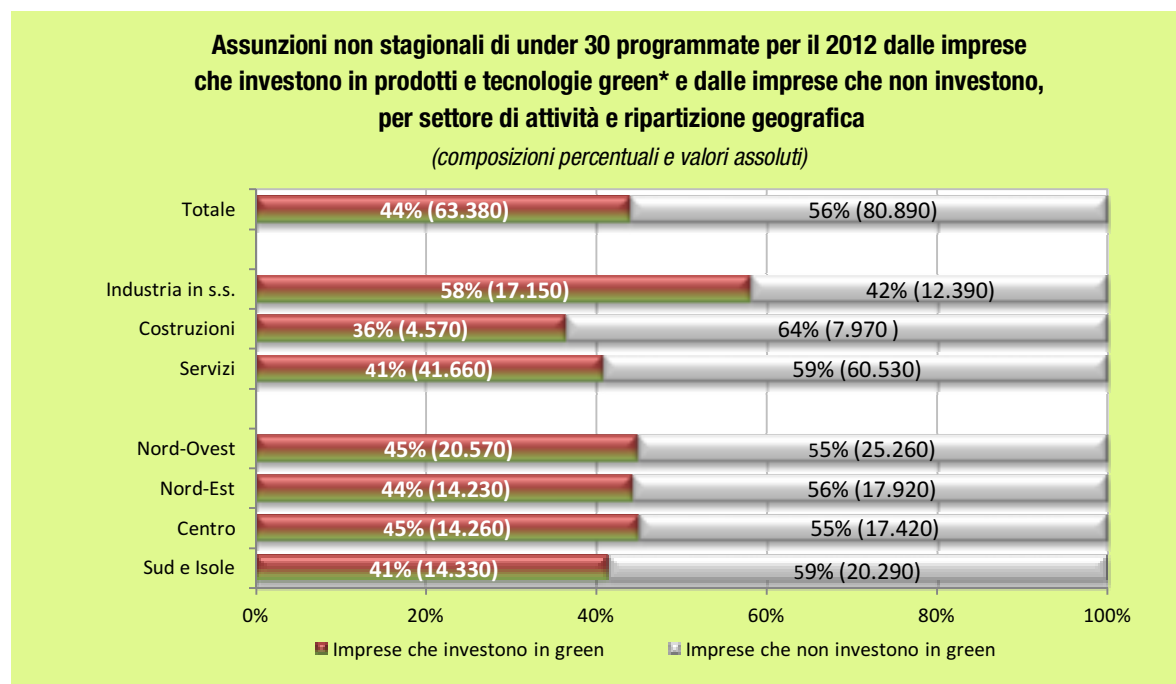
<sup>19</sup> Il flusso di assunzioni programmate da tutte le imprese extra-agricole per il 2012 si è dimostrato inferiore del 31,6% rispetto a quello relativo ai programmi occupazionali per il 2011 (-30,7% per gli under 30).



Un impatto occupazionale esercitato dalle imprese che investono nel green a favore dei giovani che, addirittura, nel caso dell'industria in senso stretto, sale al 57%, considerando che, delle poco più di 27mila assunzioni di under 30 complessivamente programmate dalle imprese industriali (in senso stretto), ben 15.500 sono prodotte dalle imprese impegnate nella sostenibilità ambientale; le quali, in alcuni casi specifici, come gli ambiti del chimico-farmaceutico o della meccanica, contribuiscono a circa il 70% della domanda di lavoro giovanile dei rispettivi comparti.

Minore invece, ma non eccessivamente, è l'impatto nel terziario (il 41% delle assunzioni under 30 programmate in questo settore per il 2012 proviene dalle imprese che puntano sulla sostenibilità ambientale), per il semplice fatto che in questo ambito è minore la diffusione delle imprese investitrici nel green, anche per ragioni di carattere 'fisiologico' (le imprese dei servizi, che hanno spesso un basso impatto ambientale, probabilmente sentono meno questa necessità).

La green economy riesce a impattare sull'economia non solo in termini settoriali, ma anche geografici, considerando che da Nord a Sud, non meno di 40 assunzioni (sempre non stagionali) programmate dalle imprese di under 30 su 100 sono riconducibili alle unità produttive che realizzano eco-investimenti, con punte che superano la metà in Puglia (56%), in Liguria (50,9%) e in Friuli-Venezia Giulia (50,7%).



\* Imprese con almeno un dipendente dell'industria e dei servizi che hanno investito tra il 2009 e il 2011 e/o hanno programmato di investire nel 2012 in prodotti e tecnologie a maggior risparmio energetico e/o minor impatto ambientale.

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior

La green economy, come fenomeno di avanguardia, richiede ovviamente competenze e formazione, e quindi riesce a contribuire con più intensità alla creazione di occupazione giovanile a



favore dei laureati (circa 10.500 assunzioni non stagionali programmate nel 2012 di under 30 da parte delle imprese che investono nel green, pari al 47,2% del totale assunti under 30 con titolo universitario) rispetto ai diplomati (quasi 30mila; 42,5% del totale under 30 con diploma) o a coloro con qualifica professionale (5mila; 32,5% del totale giovani con qualifica). In controtendenza, invece, l'impatto occupazionale giovanile con riferimento alla domanda di lavoro di giovani privi di formazione specifica (poco più di 18mila assunzioni under 30 associate alle imprese green; 49,6% del totale under 30 privi di formazione specifica).

Inoltre, visto che la green economy incorpora una elevata dose di innovazione, soprattutto scientifica, non stupisce il fatto di come le imprese che investono nell'eco-efficienza contribuiscano a spiegare circa il 73% della domanda di lavoro di giovani con laurea in ingegneria industriale (1.280 su quasi 1.800 assunzioni non stagionali), così come il 62% relativamente ai giovani diplomati in indirizzo elettrotecnico. Apprezzabile anche il corrispondente 54,5% registrato per i diplomati, sempre under 30, usciti da studi nel campo turistico-alberghiero, a riprova del fatto che la riqualificazione turistica, anche in chiave innovativa e green, passa senza dubbio dai giovani.

**Assunzioni non stagionali di under 30 programmate per il 2012  
dalle imprese che investono in prodotti e tecnologie green\*  
e dalle imprese che non investono, per gruppo professionale e titolo di studio**  
(valori assoluti e composizioni percentuali)

Titoli di studio e gruppi professionali	Valori assoluti			Composizioni percentuali		
	Imprese che investono in tecnologie green	Imprese che non investono	Totale	Imprese che investono in tecnologie green	Imprese che non investono	Totale
<b>Totale assunzioni non stagionali</b>	<b>63.380</b>	<b>80.890</b>	<b>144.270</b>	<b>43,9</b>	<b>56,1</b>	<b>100,0</b>
<i>Titoli di studio</i>						
Laurea	10.460	11.720	22.180	47,2	52,8	100,0
Diploma di scuola secondaria	29.640	40.130	69.760	42,5	57,5	100,0
Qualifica professionale	5.090	10.580	15.660	32,5	67,5	100,0
Nessuna formazione specifica	18.200	18.470	36.670	49,6	50,4	100,0
<i>Gruppi professionali</i>						
Profess. dirig., intellett., scientif. e di elevata specializz.	4.780	7.080	11.860	40,3	59,7	100,0
Professioni tecniche	8.000	10.320	18.320	43,7	56,3	100,0
Professioni esecutive nel lavoro di ufficio	9.510	17.170	26.680	35,6	64,4	100,0
Profess. qualificate commercio e servizi	23.170	24.890	48.060	48,2	51,8	100,0
Profess. artigiane e operaie specializzate	7.910	11.340	19.250	41,1	58,9	100,0
Conduttori di impianti e operai semiqualeficati	5.710	3.710	9.430	60,6	39,4	100,0
Professioni non qualificate	4.300	6.380	10.680	40,2	59,8	100,0

\* Imprese con almeno un dipendente dell'industria e dei servizi che hanno investito tra il 2009 e il 2011 e/o hanno programmato di investire nel 2012 in prodotti e tecnologie a maggior risparmio energetico e/o minor impatto ambientale.

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior



Osservandola dall'alto in tutti i suoi risvolti, è innegabile la generale pervasività della green economy tra le maglie del sistema economico italiano da qualsiasi angolo lo si guardi, offrendo opportunità di lavoro a giovani, sostanzialmente anche a prescindere dal livello di istruzione, e più o meno in tutti i settori economici, oltre che, a tutti i livelli di professione. Infatti, viaggiando tra i gruppi professionali, le imprese che investono in tecnologie green contribuiscono in tutti i casi per non meno del 40% alla domanda di lavoro giovanile (sempre non stagionale), fatta eccezione per le sole professioni esecutive nel lavoro di ufficio. Emerge, come per i titoli di studio, una sorta di bipolarismo delle intensità, dal momento che solo per le professioni ad elevata specializzazione e per quelle operaie meno specializzate (conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili), più della metà delle assunzioni under 30 sono spiegate dalle imprese che investono nel green.

Mai quanto adesso, quindi, con un tasso di disoccupazione giovanile in ascesa, è fondamentale accompagnare l'intero sistema produttivo italiano verso la frontiera della green economy: perché punta con più forza sui giovani e perché è portatrice di innovazione, e quindi di competitività, producendo una domanda di lavoro ancora più qualificata, in grado di combattere anche problemi di *over education*. Ma per farlo è indispensabile lavorare, come più volte precisato, anche sul fronte dell'offerta, sviluppando percorsi formativi incentrati sui temi della sostenibilità ambientale e dell'efficienza energetica. In questo senso gli Istituti tecnici superiori (Its) rappresentano un importante passo in avanti<sup>20</sup>, un esempio da potenziare, in connessione con un maggiore sviluppo di queste tematiche a partire sin dai primi anni di scuola secondaria. Ma non solo. Perché, è necessario un upgrading formativo in tema green anche nei percorsi universitari<sup>21</sup>, sviluppando master dedicati e specifici anche a livello settoriale, in cui tecnologia e formazione on the job possano coniugarsi al meglio.

### *Il rapporto dei giovani neo-imprenditori con la green economy*

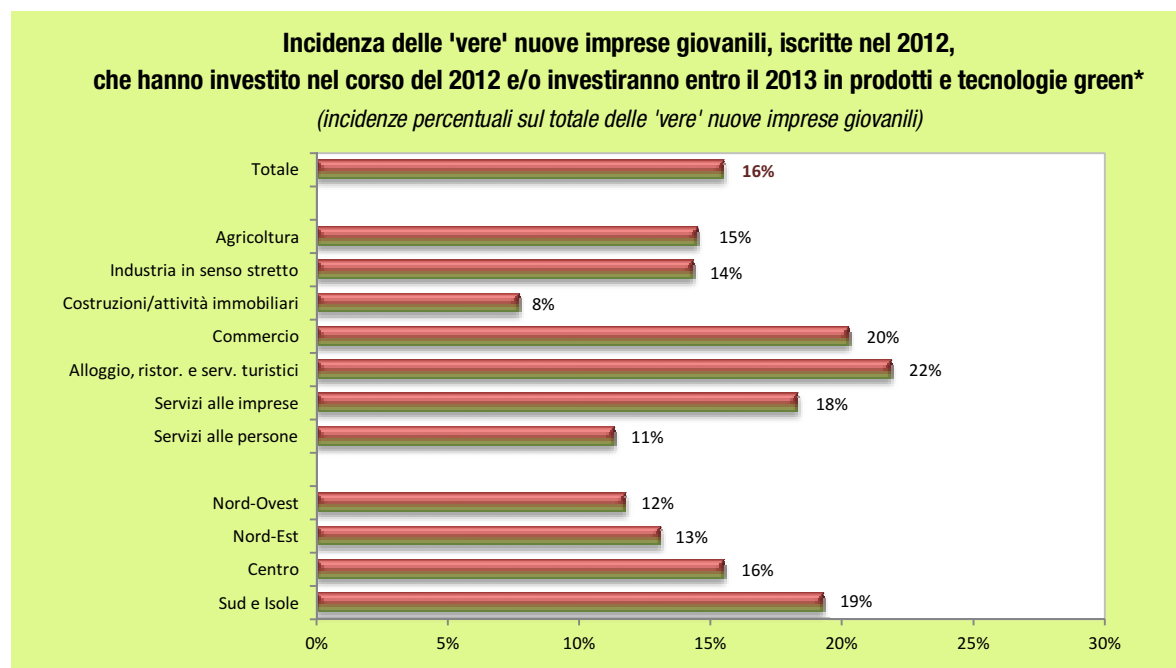
Nel momento in cui si acquisisce la consapevolezza degli ampi benefici prodotti dalla green economy, diviene essenziale riuscire a favorire un contatto tra questa e l'impresa, sin dalla sua nascita, in modo che la neo attività imprenditoriale possa trarre sin da subito quei vantaggi utili per lo sviluppo della propria competitività e immagine nei mercati interni prima, e, magari, di oltre confine poi.

Sulla base delle informazioni dell'indagine Unioncamere sulle 'vere' nuove imprese, 16 'vere' nuove imprese giovanili su 100, tra quelle nate nel 2012, hanno investito nel corso del 2012, e/o investiranno entro quest'anno, in prodotti e tecnologie green finalizzati al risparmio energetico o a ridurre l'impatto ambientale dell'attività. Si tratta di una fetta, seppur non troppo ampia, comunque apprezzabile, pensando a tutti gli impegni economico-finanziari, uniti alle difficoltà, che sorgono soprattutto nella fase iniziale di start-up. Da osservare positivamente anche per un altro motivo, riconducibile al fatto che si tratta di una quota sostanzialmente uguale a quella rilevata per le 'vere' nuove imprese non giovanili

<sup>20</sup> A fine 2012 (ottobre), dei 62 Istituti tecnici superiori ufficialmente attivi, ben 23 sono collegati a tematiche green (fonti rinnovabili, efficienza energetica, mobilità sostenibile, ecc.)

<sup>21</sup> Ad esempio, nel biennio 2010-2011, l'offerta formativa green è stata composta da 534 corsi di laurea, 241 post-laurea, per un totale di 1.367 corsi ambientali sostenuti da 265 enti diversi. I master di primo livello sono stati 53, quelli di secondo livello 91, i master privati 44, i corsi di alta formazione 10 e quelli di perfezionamento 42.

(16,1%), verosimilmente più 'strutturate' sotto diversi punti di vista: si pensi alla maggiore esperienza professionale alle spalle, o ad una verosimile dotazione di risorse economiche superiore, frutto di risparmi di molti più anni rispetto ad un giovane.



\* Prodotti e tecnologie a maggior risparmio energetico e/o minor impatto ambientale.

Fonte: Centro Studi Unioncamere, Osservatorio sulla demografia delle imprese

Diversamente da quanto visto precedentemente sul totale delle imprese, è il terziario l'ambito in cui si riscontra una più elevata propensione ad investire da parte delle 'vere' nuove imprese giovanili, con punte che oscillano attorno ai venti punti percentuali nei settori del commercio, dei servizi turistici e di quelli alle imprese. Nell'industria in senso stretto, la diffusione della green economy tra i giovani neo imprenditori è poco elevata (14%), senza contare che nello specifico comparto delle costruzioni si tocca il minimo (7,7%).

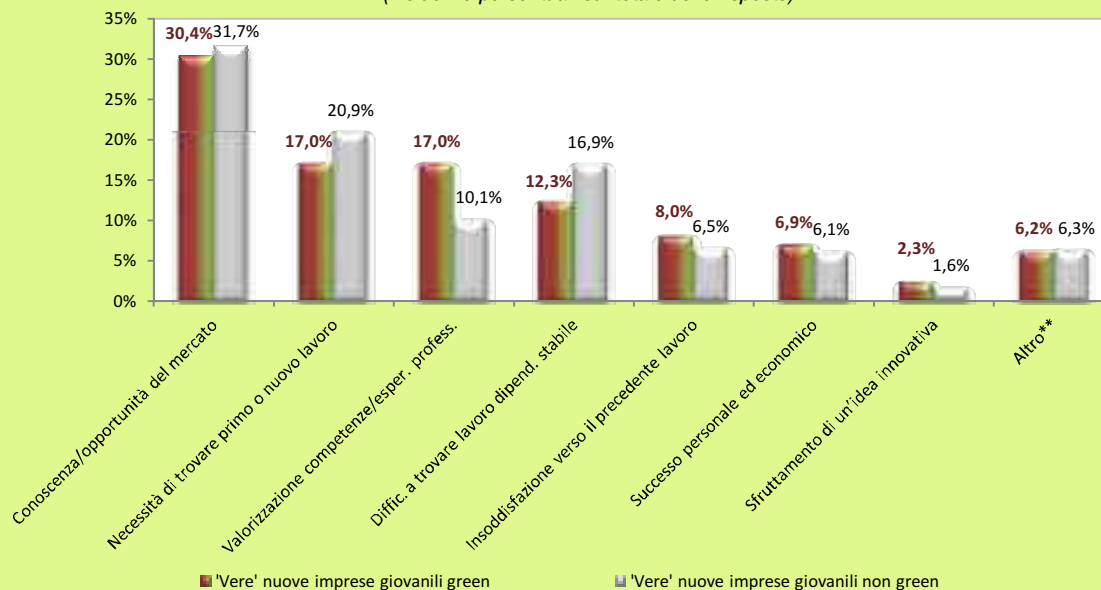
Sono i giovani meridionali a mostrare una maggiore intraprendenza nel voler cogliere le opportunità offerte dalla green economy, visto che quasi il 20% delle 'vere' nuove imprese giovanili nate nel 2012 in questa ripartizione ha già investito, e/o investirà nel 2013, in tecnologie green, quando nel Nord la corrispondente quota si ferma al 12/13%, per salire leggermente nel Centro (15,5%).

Come già precisato, la green economy rappresenta un nuovo modo di 'essere' impresa, dietro cui risiede know-how, tecnologia, qualità. Infatti, anche leggendo il capitale giovanile attraverso questa lente che incrocia nuova imprenditoria e green economy, è possibile vedere quelle virtuose caratteristiche intrinseche di un giovane più volte emerse nel corso del Rapporto da altre e diverse angolature, legate alla sua voglia di 'fare', di affermarsi, di mettere in pratica le sue conoscenze. Ciò perché i giovani 'veri' neo imprenditori nati nel 2012 che investono nel green sono stati spinti a fare impresa, rispetto ai



corrispondenti coetanei che non investono nella sostenibilità ambientale, maggiormente per la voglia di valorizzare le proprie competenze, per sfruttare un'idea innovativa, e molto meno per mere ragioni legate alla necessità di trovare uno sbocco lavorativo o per difficoltà a trovare un lavoro alle dipendenze.

### Motivazioni che hanno spinto alla nascita delle 'vere' nuove imprese giovanili, iscritte nel 2012, che investono in prodotti e tecnologie green\* e di quelle che non investono (incidenze percentuali sul totale delle risposte)



\* 'Vere' nuove imprese giovanili che hanno investito nel corso del 2012 e/o investiranno entro il 2013 in prodotti e tecnologie a maggior risparmio energetico e/o minor impatto ambientale.

\*\* Comprende le seguenti motivazioni: possibilità di continuare ad operare per l'impresa in cui ero occupato (imprese green: 1,5%; imprese non green: 2,2%); successione ad un familiare (rispettivamente, 2,3 e 1,1%); agevolazioni fiscali, creditizie, contributi (0,6 e 0,3%); altre motivazioni non specificate (1,8 e 2,6%).

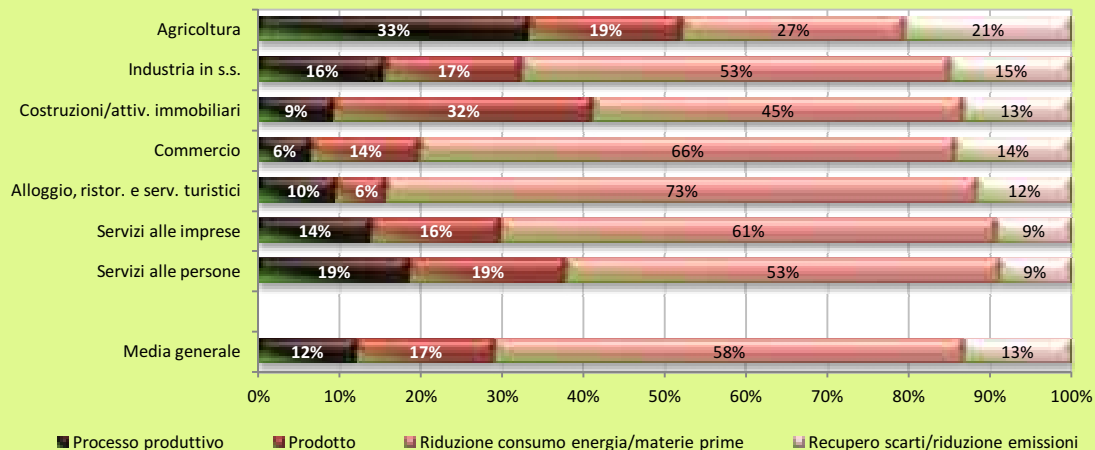
Fonte: Centro Studi Unioncamere, Osservatorio sulla demografia delle imprese

A prescindere dalle diverse caratteristiche sul piano qualitativo, entrando dentro l'impresa che investe nell'eco-efficienza, alla fine, quali sono gli ambiti verso cui rivolge i propri sforzi? Con riferimento ai soli casi che investiranno nel 2013, in questo i giovani neo-capitani di impresa del 2012 si differenziano abbastanza dai meno giovani, in quanto si concentrano maggiormente sulle fasi 'estreme' dell'attività, ovvero nella riduzione dei consumi di energia e materie prime, da un lato, e nel recupero di scarti (inclusendo anche la limitazione delle emissioni atmosferiche), dall'altro. E' verosimile ritenere che l'impresa giovanile, spinta anche da questioni economiche, per una presumibile minore disponibilità di risorse rispetto ad una non giovanile, sia particolarmente propensa per contenere i costi degli input, a cui si affianca, tuttavia, una certa sensibilità nei confronti dell'ambiente quando si impegna nel recupero degli scarti.

L'efficienza in input è un obiettivo particolarmente importante per i giovani neo capitani di impresa che operano nel commercio, nel turismo e nei servizi alle imprese, dove sono 'fisiologicamente' minori,

rispetto all'industria, gli spazi su cui intervenire riguardo al ciclo produttivo piuttosto che al prodotto (immateriale per definizione). Non a caso, i giovani che operano nell'industria – assieme a quelli dell'agricoltura –, spiccano per la profonda attenzione dedicata all'intero ciclo di produzione, mentre quelli impegnati nel settore delle costruzioni si distinguono per l'impegno profuso a favore del prodotto (green building).

**Destinazione degli investimenti in prodotti e tecnologie green che prevedono di realizzare entro il 2013\***  
**le 'vere' nuove imprese giovanili iscritte nel 2012**  
*(incidenze percentuali sul totale delle risposte)*



\* Specificatamente per gli investimenti che le 'vere' nuove imprese giovanili prevedono di realizzare entro il 2013, escludendo quelli che hanno già realizzato nel corso del 2012.

Fonte: Centro Studi Unioncamere, Osservatorio sulla demografia delle imprese

In definitiva, questa piccola fetta di start-up giovanili che decidono di scommettere sulla green economy sin da subito, deve rappresentare non solo un esempio da guardare con ammirazione, ma anche il punto da cui partire per sviluppare un sostegno alla nuova imprenditorialità giovanile persino da questo punto di vista, favorendo l'inserimento dei giovani che avviano un'attività, sin dalla nascita, nelle politiche a favore della green economy, in modo che possano essere sensibilizzati prima, e incentivati poi, a varcare la frontiera di questo strategico fenomeno, con tutti i benefici che potranno ottenerne.

L'obiettivo della sensibilizzazione è alquanto strategico per chiari motivi legati anche alla formazione, visto che ben il 24% circa delle 'vere' nuove imprese giovanili, nate nel 2012, che investono nel green sono guidate da laureati, a fronte di appena il 14% nel caso di quelle che non investono; tra quest'ultime, i giovani 'capitani' con la sola licenza media sono ben 21 su 100, contro appena 10, sempre su 100, nel caso di quelle investitrici nell'eco-efficienza. Alla sensibilizzazione deve seguire poi, chiaramente, anche il sostegno finanziario, perché è evidente la relazione tra risorse e investimenti: basti pensare che, mentre quasi il 43% delle 'vere' nuove imprese giovanili che investono nel green parte con non meno di 11mila euro di capitale iniziale, solo nel 16% dei casi avviene lo stesso tra le giovanili non green.



## Focus 5. Il rapporto delle imprese giovanili con l'innovazione e le tecnologie

Le diverse epoche di storia economica che si sono susseguite nel tempo sono state sempre, o quasi, segnate da grandi invenzioni, frutto della creatività e della capacità innovativa dell'uomo. Oggi, il tempo di ogni epoca sembra accorciarsi significativamente rispetto al passato, perché il mondo sta correndo a ritmi molto più veloci, spinto dalla sfrenata rincorsa tecnologica che impone alle imprese grandi sforzi per stare al passo con i tempi, pena la perdita di competitività, e quindi la crescita economica del Paese. Tant'è che la velocità è talmente elevata che insorgono con notevole intensità evidenti distorsioni, che finiscono per creare una selezione 'naturale' provocando mortalità imprenditoriale e, per certi versi, anche perdita di benessere.

Per questo è indispensabile far entrare l'innovazione dentro le imprese, soprattutto quelle giovanili, orientando gli individui al futuro, creando le precondizioni perché nuove idee emergano e possano continuamente rinnovarsi; concedere spazi, in quantità e in qualità, alla popolazione più giovane; favorire il continuo aggiornamento formativo della popolazione più adulta, in modo da limitare le problematiche legate all'information technology divide; creare le condizioni per garantire che i processi di trasformazione e innovazione sociale muovano in armonia con il tessuto sociale, garantendo quindi la piena inclusività e nuove occasioni per chi è rimasto indietro o non ha i mezzi per permetterselo.

Importanti riflessioni dalle quali nasce l'esigenza di indagare sul rapporto tra individui e Ict, così come tra imprese e innovazione, utilizzando le indagini Istat e i dati amministrativi del Registro Imprese, non solo separatamente, ma anche incrociandoli attraverso specifiche elaborazioni realizzate ad hoc. Perché se la diffusione e il miglioramento dell'utilizzo del personal computer e del web sono gli attuali veicoli per confrontarsi nel mondo del lavoro, l'innovazione rappresenta invece lo strumento con cui evitare che la competitività conquistata non si depauperi nel tempo, anche quando gli strumenti appena richiamati verranno sostituiti, da altri più moderni.

Il ruolo dei giovani è in tal senso determinante, perché, come si è già visto da diverse angolature, essi sono portatori di idee innovative, di creatività, di nuove e ricche competenze, frutto anche di una formazione che vede l'asticella alzarsi sempre più.

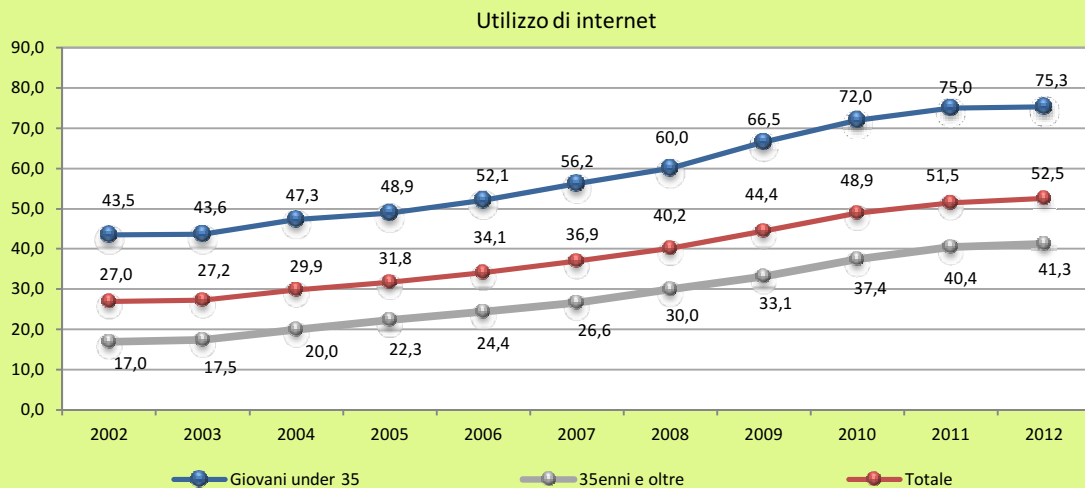
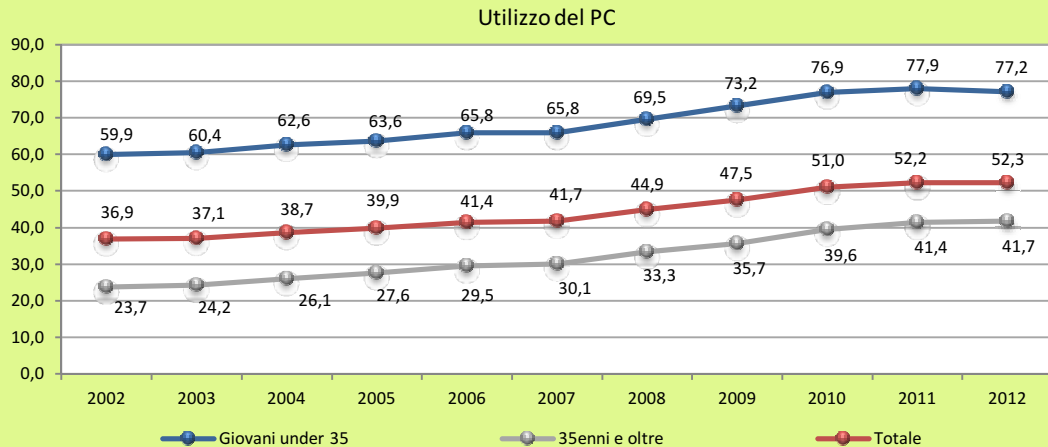
Come detto, l'accesso agli strumenti informatici e le capacità di utilizzarli rappresentano un prerequisito fondamentale per agganciare la modernità e sostenere così la competitività del Paese. Stante i dati appena ricordati, l'Italia mostra un certo ritardo con le economie più sviluppate; ciò nonostante, importanti passi avanti sono stati fatti negli ultimi dieci anni. Sia la popolazione più giovane che quella adulta, infatti, hanno sperimentato una maggior diffusione di individui che utilizzano il personal computer. Secondo dati desumibili da indagini Istat, nella popolazione con meno di 35 anni, dal 59,9% che nel 2002 dichiarava di usare il Pc (almeno saltuariamente), si è passati nel 2011 ad un valore pari al 77,9%, solo nell'ultimo anno sceso al 77,2%. Nonostante il recupero della popolazione più adulta, 35 anni e oltre (dal 23,7 al 41,7% del 2012), reso necessario anche per evitare rischi di obsolescenza professionale, i giovani sotto i trentacinque anni continuano a mostrare una maggiore diffusione nell'utilizzo del personal computer; per di più, i due terzi di coloro che hanno un'età compresa tra i 18 e i 19 anni, affermano di farlo ogni giorno, a dispetto di poco più di un quarto per ciò che riguarda la popolazione di 35 anni e oltre. Non solo maggior diffusione tra i giovani, ma anche più intensità nell'utilizzo, a conferma di quello che era lecito attendersi.

Anche l'utilizzo di internet mostra un gap sostanziale tra popolazione giovane e meno giovane. Tale differenziale, in aggiunta, sembra essere confermato anche in un quadro di evoluzione diffusa dell'utilizzo del web che, nel giro di soli dieci anni, ha favorito tutti gli strati della società; la quota di giovani under 35 'connessi' cresce così dal 43,5% del 2002 al 75,3% del 2012; per i più maturi di età, invece, la dinamica sembra essere più accentuata (dal 17 al 41,3%), garantendo solo in parte un recupero nei confronti del resto della popolazione.

Complessivamente, è interessante osservare, anche in questo caso in linea con quanto è opinione comune, una crescita più elevata dell'accesso al web rispetto all'utilizzo del personal computer. Nel 2012, il rapporto tra chi usa il Pc e chi si connette alla rete è ormai 1 a 1, a dimostrazione dell'imprescindibilità odierna del web; dieci anni fa, invece, per ogni soggetto che utilizzava internet ve n'erano, in media, 1,4 che utilizzano il personal computer.

### Diffusione dell'utilizzo del personal computer e di internet nella popolazione, per classe di età

Anni 2002-2012 (incidenze percentuali sul totale popolazione)



\* Popolazione con almeno 6 anni.

Fonte: elaborazioni Unioncamere-CamCom su dati Istat

Questa nuova 'epoca' della tecnologia pone i sistemi economici di fronte a continue sfide, la cui vittoria passa essenzialmente dalla capacità di innovare, di organizzare, di relazionarsi con i mercati, soprattutto di oltre confine. In altre parole, solo cambiando continuamente, cercando di puntare e raggiungere nuove

frontiere, come la green economy, la qualità, il web marketing, i network imprenditoriali, ecc., le imprese possono salvaguardare la propria competitività vantando un premium rispetto alla concorrenza.

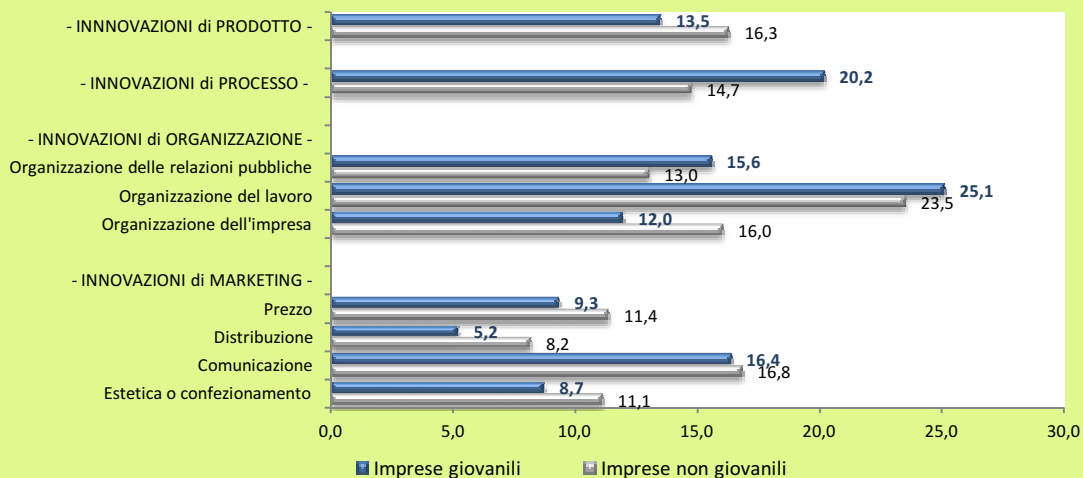
Dopo avere seguito tutto il processo di crescita di un giovane, dalla localizzazione territoriale alla formazione, per continuare con l'ingresso nel mondo del lavoro dipendente o l'avvio di un'avventura imprenditoriale, sempre con gli occhi di chi vede nelle nuove generazioni un capitale di innovazione di estrema importanza, non resta che entrare dentro le imprese giovanili, per comprendere quanta e quale innovazione sia presente, consapevoli che spesso si tratta di micro o piccole iniziative che si scontrano con le profonde difficoltà di un momento congiunturale in cui calo della domanda e restrizione del credito rappresentano ostacoli non di poco conto per chi vuole innovare.

Grazie a specifiche elaborazioni di matching tra i dati dell'indagine Istat sull'innovazione nelle imprese e quelli di fonte Registro imprese, è stato possibile analizzare l'innovazione delle attività imprenditoriali giovanili under 35 a confronto con quelle non giovanili<sup>22</sup>.

Secondo i risultati di tali elaborazioni, riferite al 2010, le imprese giovanili, rispetto alle altre, puntano maggiormente sull'innovazione di processo (20,2 contro 14,7%) e meno su quella di prodotto (13,5 contro 16,3%). Un'evidenza spiegabile anche con il fatto che, verosimilmente, le imprese giovanili nascono già con prodotti mediamente più innovativi, considerando che, come già visto in uno dei precedenti capitoli, esse prendono avvio maggiormente dalla spinta di voler cogliere opportunità di mercato o valorizzare le proprie competenze (due motivazioni che implicano alla base il possesso già di una idea innovativa). Mentre, la scarsa strutturazione tipica di un'impresa guidata da un giovane rende magari più indispensabili innovazioni sul fronte del processo.

### Diffusione delle pratiche innovative nelle imprese giovanili e non, per tipologia

Anno 2010 (incidenze percentuali sul totale imprese)



Fonte: elaborazioni CamCom su dati Istat e Unioncamere-Infocamere

<sup>22</sup> Utilizzando per le elaborazioni i dati del Registro imprese, si precisa che la definizione di imprese giovanili in questa analisi è sempre quella adottata da Unioncamere-Infocamere: ditte individuali il cui titolare abbia meno di 35 anni, nonché le società di persone in cui oltre il 50% dei soci abbia meno di 35 anni oppure le società di capitali in cui la media dell'età dei soci e degli amministratori sia inferiore a tale limite d'età (vedi capitolo sulla demografia imprenditoriale giovanile).



Del resto, non a caso, anche le innovazioni di carattere organizzativo sembrano interessare una quota più ampia di imprese under 35 rispetto alle altre. Ciò vale sia per ciò che riguarda l'organizzazione del lavoro (25,1 contro 23,5%), sia la gestione delle relazioni esterne (15,6 contro 13%).

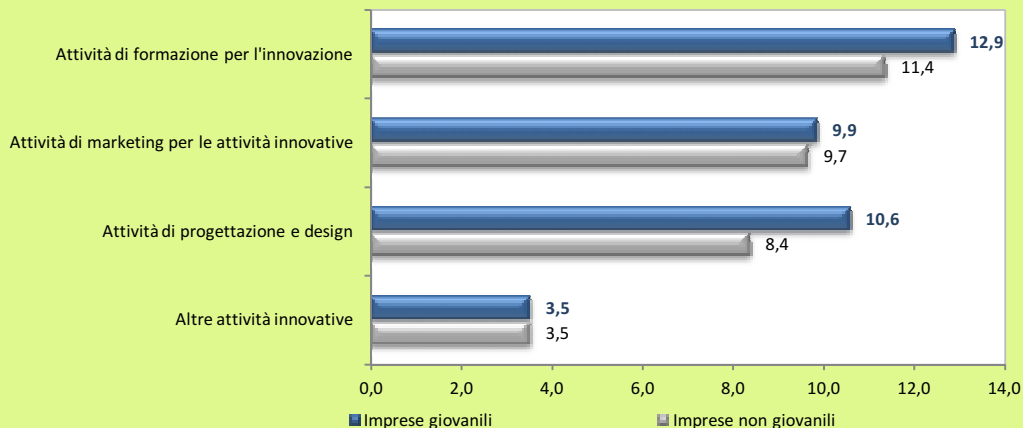
Sul fronte dell'innovazione di marketing, inteso come bacino di innovazione a minore radicalizzazione ma spesso più adottato perché meno impegnativo dal punto vista finanziario, e capace nel breve periodo di apportare importanti benefici all'impresa, le imprese giovanili mostrano, in generale, minore interesse. Al proprio interno, facendo leva sulle famose "quattro P" inglesi (Product/prodotto o estetica, Price/prezzo, Place/distribuzione e Promotion/comunicazione), in ogni ambito si rileva un minore impegno delle imprese giovanili. Solo nella comunicazione il valore riferito alle imprese under 35 si mostra simile a quello del resto della altre imprese (16,4 contro 16,8%).

Questo, quindi, è senz'altro uno dei punti su cui dovrà lavorare il sostegno all'imprenditoria giovanile: consentire a tutte le imprese guidate da giovani appena nate di far parte di una rete, di sfruttare immediatamente i vantaggi dell'e-commerce, di avere opportunità di scambi culturali-imprenditoriali con analoghe attività estere, di raggiungere i mercati internazionali, e così via, sono solo degli esempi che potrebbero essere realizzati nella realtà per dare slancio alle imprese giovanili nel campo dell'innovazioni di marketing, e non solo.

Entrando più nello specifico, emerge come i giovani capitani di impresa siano comunque impegnati quanto gli altri nel realizzare attività di carattere innovativo. Il 12,9% delle imprese giovanili, tra il 2008 ed il 2010, ha infatti attivato almeno un'attività di formazione finalizzata a sostenere l'innovazione (11,4% per le imprese non giovanili). Anche sul fronte delle iniziative di marketing finalizzate allo sviluppo di attività innovative (come nel caso di studi e analisi di mercato, da distinguersi ovviamente dall'innovazione di marketing di cui si è parlato sopra), così come per le attività di progettazione e design, emerge chiaramente una maggior diffusione di comportamenti proattivi per le imprese giovanili. Ciò sta a significare, tra le varie considerazioni che si potrebbero trarre, che i giovani capitani di impresa hanno voglia di innovare e si impegnano in attività di base, che poi non trovano pieno seguito nel momento in cui si deve applicare e trasferire effettivamente l'innovazione sul prodotto o sui processi aziendali, per ragioni legate presumibilmente anche alla scarsa disponibilità di risorse finanziarie.

### Diffusione delle attività a carattere innovativo nelle imprese giovanili e non, per tipologia

Anno 2010 (incidenze percentuali sul totale imprese)



Fonte: elaborazioni CamCom su dati Istat e Unioncamere-Infocamere

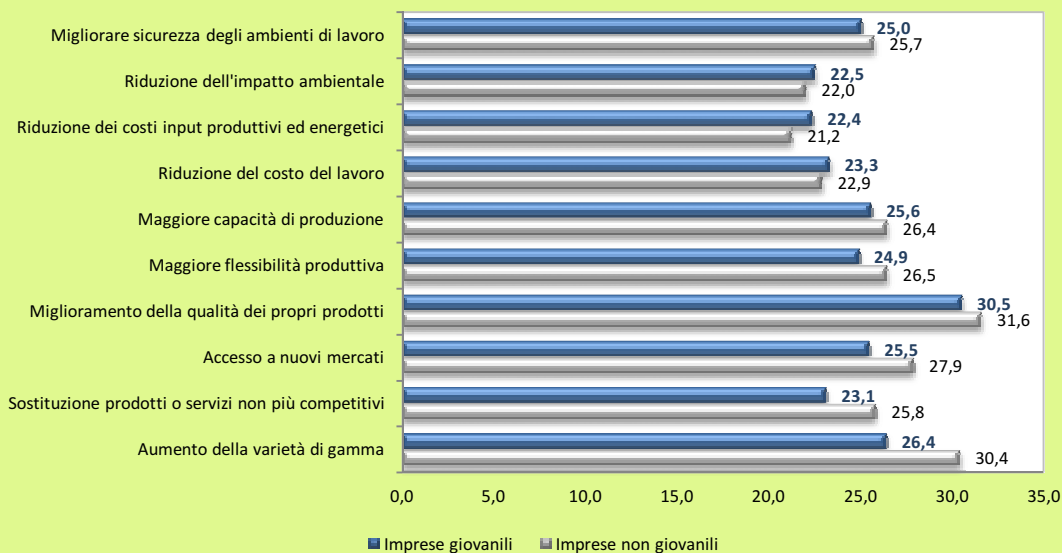


Ovviamente, la visione che si ha della propria attività, il background formativo e le differenti modalità di azione, possono incidere, anche notevolmente, sulle motivazioni per cui gli imprenditori agiscono sul fronte dell'innovazione.

In realtà, non esistono grandi differenze di motivazione che spingono a 'fare' innovazione tra le due tipologie imprenditoriali sotto osservazione. L'unico ambito in cui i giovani imprenditori si distinguono positivamente (seppur con minimo scarto) è quello della sostenibilità ambientale: tra le imprese giovanili è maggiore l'incidenza percentuale di chi dichiara strategico, nell'attività innovativa, ridurre l'impatto ambientale (22,5 contro il 22% di quelle non giovanili) e l'utilizzo degli input energetici e dei materiali (22,4 contro 21,2%). Anche la riduzione dei costi del lavoro, sempre per i giovani imprenditori, è una priorità più importante sottostante l'innovazione, mentre minore attenzione si presta per l'accesso ai nuovi mercati e la sostituzione di prodotti obsoleti. In quest'ultimo caso, tuttavia, c'è da attendersi che ciò derivi dalla minore incidenza di prodotti obsoleti in un'impresa giovanile che, molto probabilmente, è sui mercati da pochi anni, o che nasce, come già detto, con prodotti altamente innovativi e spesso in settori avanzati. Semmai, il primo ambito, quello dell'accesso ai nuovi mercati, si ricollega perfettamente alla minore propensione delle imprese giovanili ad investire nel marketing, rimandando nuovamente alla necessità di sviluppare ulteriormente sostegni all'internazionalizzazione a favore dei giovani capitani di impresa.

### Obiettivi finali dell'innovazione nelle imprese giovanili e non

Anno 2010 (incidenze percentuali sul totale imprese)



Fonte: elaborazioni CamCom su dati Istat e Unioncamere-Infocamere

Il miglioramento della qualità delle produzioni resta, tanto per le imprese giovanili quanto per le altre, il principale motivo per cui si investe nel campo dell'innovazione. D'altronde, il concetto di qualità, come per l'innovazione, sembra essere il vero traino con cui è possibile competere sui mercati, soprattutto per evitare la competizione delle imprese provenienti dai paesi in via di sviluppo. Chiaramente, la qualità è una delle prime e poche 'armi' in mano ad un'impresa giovanile per farsi conoscere e catturare importanti spazi di domanda, visto che spesso sono di piccola dimensione (e quindi non hanno nemmeno ampie risorse finanziarie a disposizione per realizzare importanti investimenti su tutti i fronti) e non possono far leva nemmeno su esperienze di relazioni alle spalle in grado di partire con un piccolo vantaggio iniziale.