



Palermo, 26 ottobre 2018

Il 74% lamenta poca attenzione da politica e istituzioni

INNOVAZIONE E SOSTENIBILITA' BIGLIETTO DA VISITA DELLE IMPRESE FEMMINILI

Le imprese del terziario in Italia sono oltre 2 milioni e 600 mila, di queste il 28,3% sono imprese femminili e sono attive soprattutto nel Sud d'Italia, il 36,2%. Il 45% opera nel commercio, il 16% nel turismo e il 39% nei servizi. Il 63,5% sono imprese individuali. Il 68,5% ha un fatturato inferiore ai 500 mila euro. Quasi il 40% delle imprese femminili mantengono il rapporto con il territorio e la tradizione proponendo prodotti e servizi tipici delle terre in cui operano. La percentuale supera il dato delle imprese del terziario (33,1%) ed il fenomeno è accentuato soprattutto al Centro e nel Sud Italia. La maggior parte delle imprese rosa, un 74%, denuncia una mancanza di supporto alla propria attività economica da parte delle istituzioni locali. Critiche anche all'attenzione che la politica e la pubblica amministrazione locale dedicano al rispetto e alla valorizzazione delle tradizioni, dei saperi e della cultura locale. Intanto le imprese femminili sono sempre più "green": 7 su 10 tra le intervistate si percepiscono come "imprese molto o abbastanza sostenibili" e la metà del totale delle imprenditrici pensa che la sostenibilità sia un'occasione di miglioramento, ma che i problemi di budget e di risorse umane fanno da ostacoli a questo processo. E' alta la percentuale anche delle imprese digitalizzate nel terziario femminile: 7 su 10 si ritengono tecnologiche, in particolare al Centro-Nord, e il 14,1% (contro il 13,2% del totale del terziario) si dicono pronte ad introdurre innovazioni e a digitalizzare, in particolare al Sud, in Campania, Puglia, Sicilia.

"Le imprenditrici che rappresento sono orientate a ridefinire una rinnovata cultura di impresa che, oltre a voler utilizzare gli strumenti digitali ormai a disposizione, metta al centro la relazione, l'individuo, la comunità, la qualità dei rapporti oltre che del prodotto e del servizio. Il "quanto vale" contrapposto al "quanto costa" riduttivo e fuorviante in una visione della vita che mette al centro i valori. Dentro questa trasformazione della società e dei modelli economici le donne rappresentano una risorsa fondamentale per la crescita e lo sviluppo economico del nostro Paese." commenta **Patrizia Di Dio presidente Terziario Donna Confcommercio.**

Questi, i principali risultati dell'indagine "Territorio, cultura e innovazione delle imprese al femminile del terziario italiano", realizzata da Confcommercio-Imprese per l'Italia in collaborazione con Format Research.

Profilazione delle imprese femminili del terziario | l'universo delle imprese femminili del terziario

2.638.959

imprese del terziario
in Italia

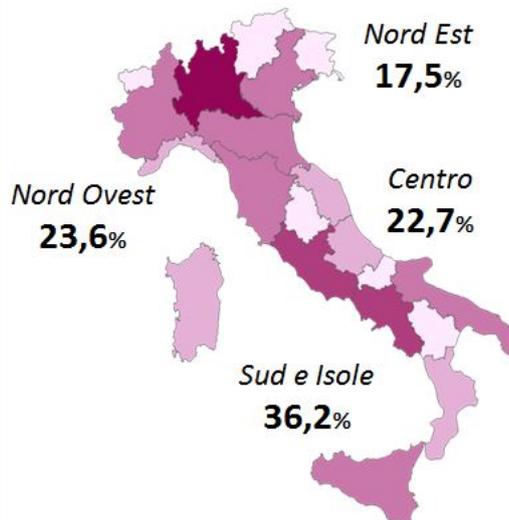
...di queste, il 28,3% sono
imprese femminili del terziario



Dall'Universo sono escluse le imprese finanziarie, assicurative e gli studi professionali.

Fonte: Elaborazioni Format Research su dati Istat 2018 e Movimprese.

Distribuzione geografica delle 747.466 imprese femminili del terziario

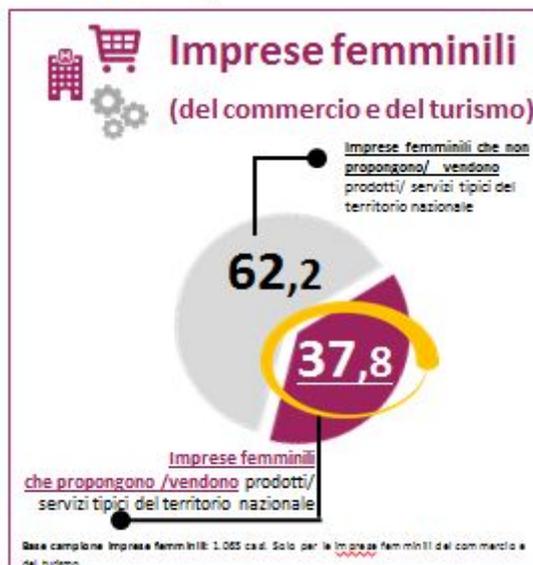


Esempio di lettura. Fatto 100 il totale delle imprese femminili del terziario, il 23,6% opera nelle regioni del Nord Ovest. A tonalità di rosa più scuro corrisponde una numerosità di imprese più elevata.

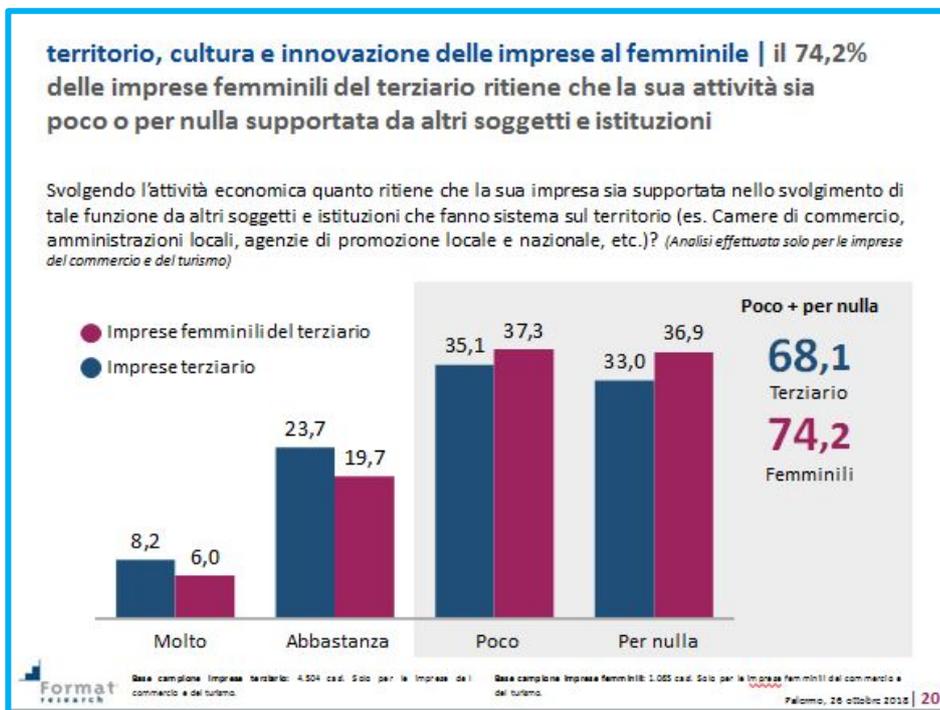
LEGAME TRA IMPRESE FEMMINILI E TERRITORIO

territorio, cultura e innovazione delle imprese al femminile | il 37,8% delle imprese femminili propongono prodotti e servizi tipici del territorio

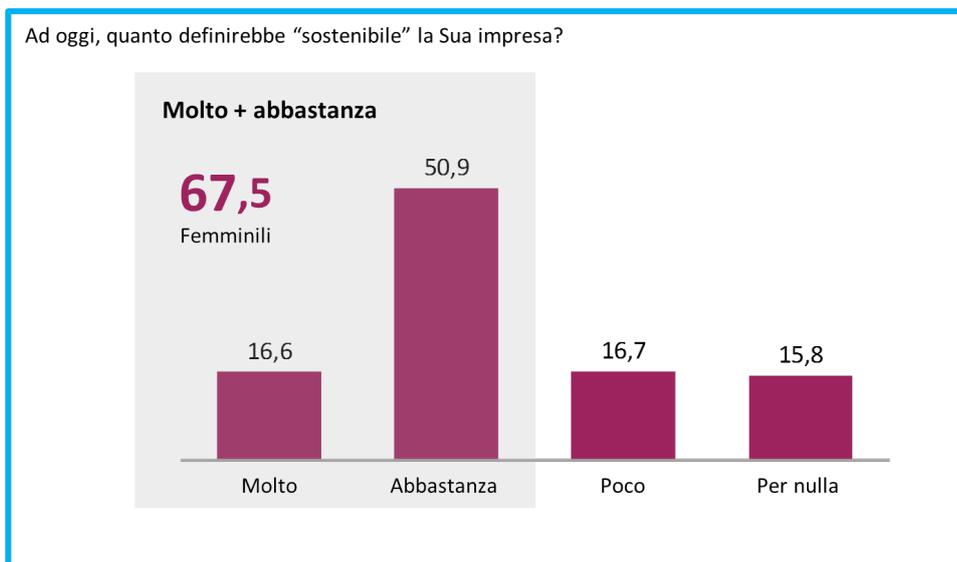
Nella sua impresa propone/vende prodotti/servizi tipici del territorio sul quale opera? (Analisi effettuata solo per le imprese del commercio e del turismo)



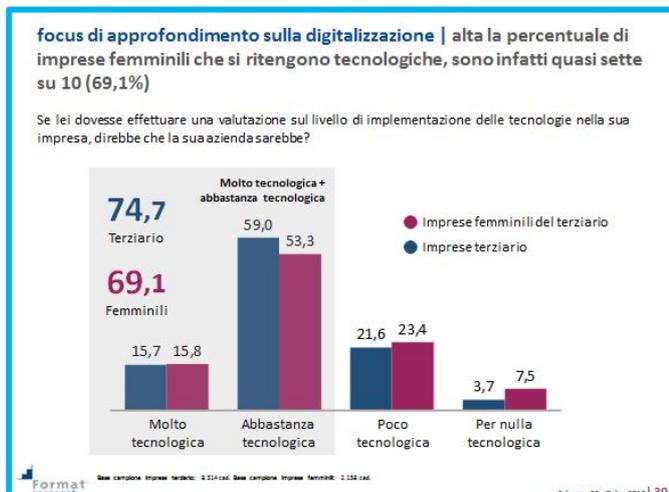
Allo stesso tempo però il 74,2% delle imprese femminili del terziario ritiene che la sua attività sia poco o per nulla supportata da altri soggetti e istituzioni. Il dato è confermato dal fatto che il 71,7% delle imprese femminili ritiene che la politica e la PA siano poco o per nulla attente al rispetto e alla cura del contesto nel quale l'impresa opera.



SOSTENIBILITA' Circa sette imprese femminili su dieci (67,5%) si definiscono come «molto» o «abbastanza» sostenibili. In particolare in questa fase di passaggio al green il 38,1% delle imprese femminili ha lamentato problemi di "budget", il 30,6% "mancanza di competenze/risorse qualificate" e il 28,9% non ha riscontrato alcuna criticità nel passaggio al "green".



DIGITALIZZAZIONE Tra le imprese intervistate è risultata elevata la percentuale di imprese femminili che si ritengono tecnologiche, sono infatti quasi sette su 10 (69,1%).



Le imprese femminili sono il volano delle best practice e dell'apertura alla digitalizzazione: il 14,1% delle imprese intervistate sta già progettando di introdurre delle innovazioni e digitalizzare, il dato è accentuato in prevalenza al Centro e nel Sud e isole (Campania, Puglia e Sicilia sono le regioni che più di altre possiedono imprese desiderose di innovare). Nel passaggio tra tradizione vs digitalizzazione: il 25,4% delle imprese femminili sono molto digitalizzate e al contempo cercano anche di mantenere un legame con il territorio.

Nota metodologica - L'Osservatorio "Marketing Associativo" è basato su un'indagine continuativa a cadenza semestrale effettuata su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese italiane del commercio, del turismo e dei servizi (8.514 casi). Margine di fiducia: +1,1%. L'indagine è stata effettuata dall'Istituto di ricerca Format Research, tramite interviste telefoniche (sistema Cati), nel periodo 29 agosto - 13 settembre 2018.