



IVSTICIA

CLEMENTIA
VERITAS

TEMPERANTIA
LIBERALITAS

FORTITUDO
INTELEGENTIA
MANSVETUDO

PRVDENTIA

CONSTANTIA

Victoria

GALLIS
HUNGARIS
BOHEMIS
GERMANICIS
VENETIS

RATIO

NOBILITAS
POTENTIA

HONOR

ALOP

IV Rapporto Imprenditoria femminile

2020



UNIONCAMERE

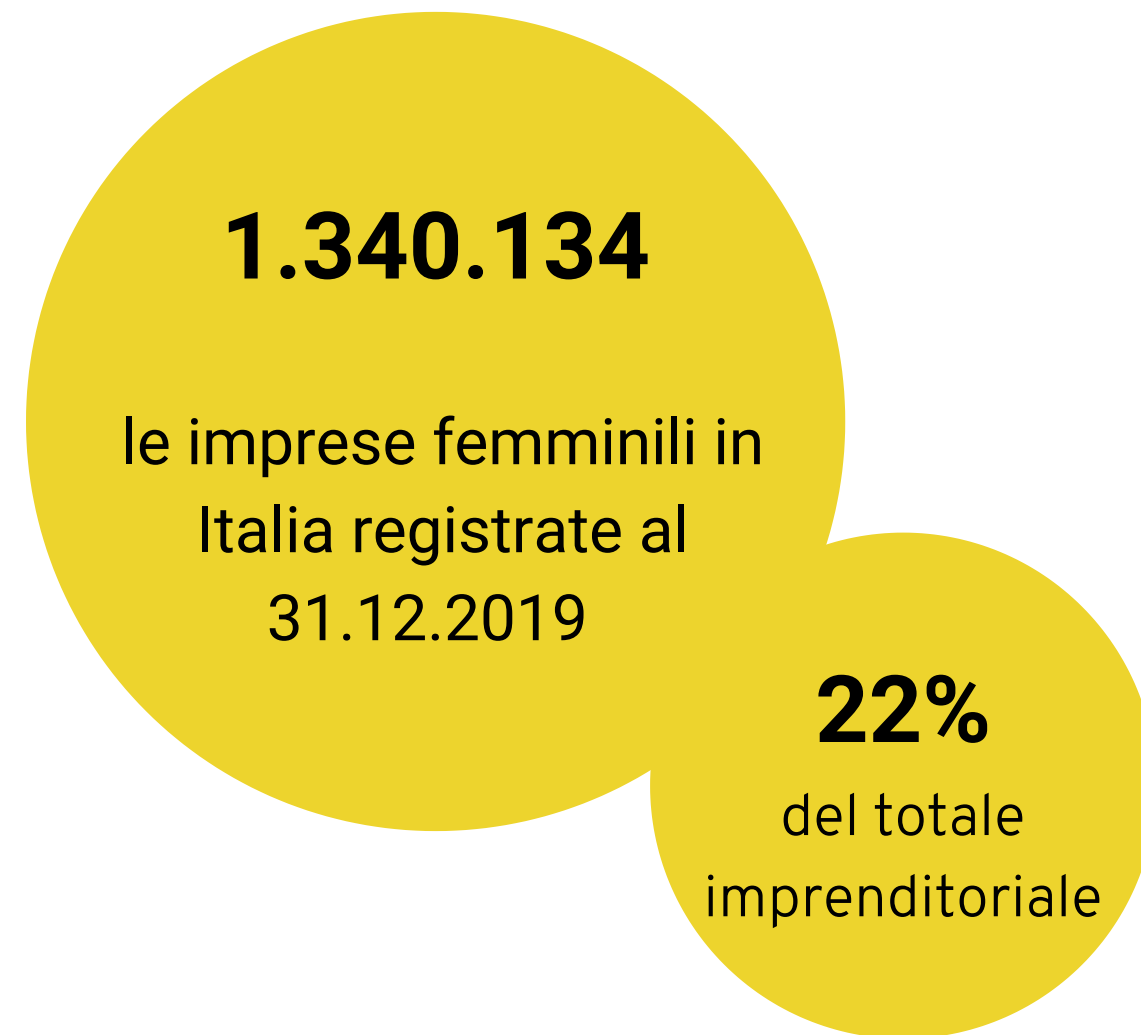


SI.CAMERA



LE CARATTERISTICHE DELLE IMPRESE FEMMINILI IN ITALIA

Le caratteristiche delle imprese femminili in Italia



Imprese femminili vs Imprese maschili

Le imprese femminili sono*:

- più concentrate nei **servizi**: **66,2%** (886.931) vs 55,4%;
- più piccole di dimensione: **micro** imprese **96,5%** (1.293.795) vs 94,5%
- più **ditte individuali**: **62,3%** (835.570) vs 48,7%
- più nel **Mezzogiorno**: **36,3%** (486.594) vs 32,9%
- più **giovani** secondo l'età dei titolari (under 35): **12,0%** (161.101) vs 8,4%

Gli anni Pre-Covid: imprese femminili in crescita

Negli ultimi 5 anni, dal 2014 al 2019, le imprese femminili sono aumentate maggiormente rispetto a quelle maschili: **+2,9%** vs +0,3%. Basti pensare che in valori assoluti l'aumento delle imprese femminili è stato più del triplo rispetto a quello delle imprese maschili: **+38.080** vs +12.704. In pratica, le imprese femminili hanno contribuito a ben il **75%** dell'incremento complessivo di tutte le imprese in Italia che è stato pari a +50.784.

Nei settori

Netta crescita nei servizi (+4,0%; +34 mila), più marcata di quella delle imprese maschili (+2,9%), al cui interno spiccano le crescite non solo in **Istruzione e Sanità e assistenza sociale**, ma anche in **Knowledge-intensive services** (attività professionali e scientifiche, Informatica e telecomunicazioni), **Turismo&Cultura** e **Wellness**.

Nei territori

Le imprese femminili sono aumentate soprattutto nel **Lazio per il Centro, Campania e Calabria per il Mezzogiorno, e Trentino-A.A. e Lombardia per il Nord**.

Dimensione societaria

L'aumento delle **società di capitali** è stato più marcato per le imprese femminili rispetto a quelle maschili (+28,1% vs +16,7%).

PRVDENTIA



L'IMPATTO DELLA CRISI DA COVID-19

L'impatto del Covid-19 sulla demografia di impresa

Cosa è cambiato nel secondo trimestre 2020 rispetto al secondo trimestre 2019?

Differenze di genere sulla caduta delle iscrizioni

Le iscrizioni delle imprese femminili si sono ridotte maggiormente rispetto a quelle delle imprese maschili (-42,3% vs -35,2%; media generale -37,1%)

-10.678 iscrizioni femminili

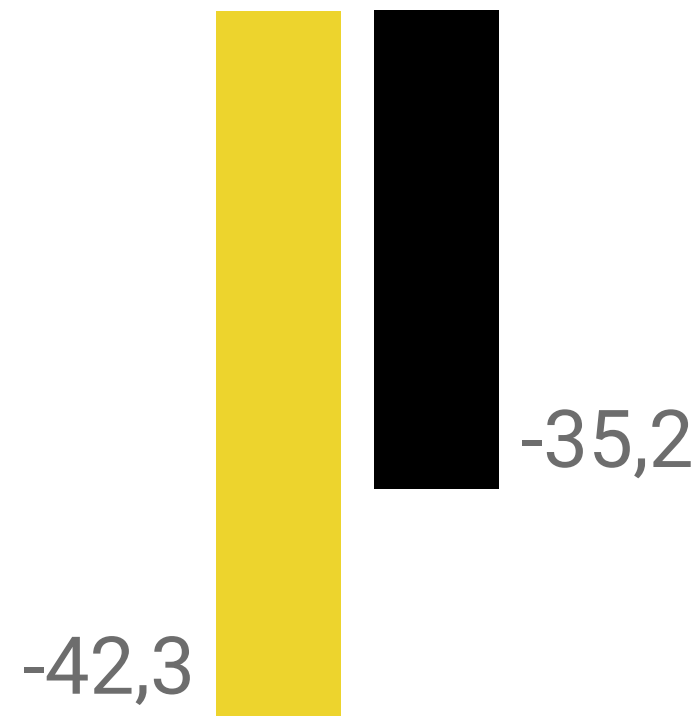
Commercio al dettaglio (-1.206), Ristorazione (-871), Commercio all'ingrosso (-585), altre attività di servizi per la persona (-550) i settori con le maggiori riduzioni assolute di iscrizioni femminili

Indifferenza di genere riguardo alle cessazioni effettive

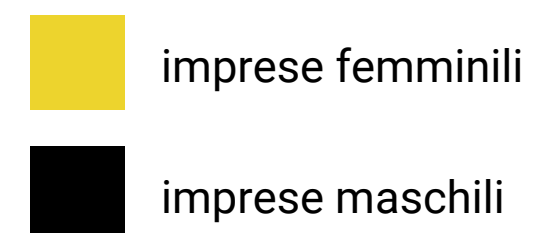
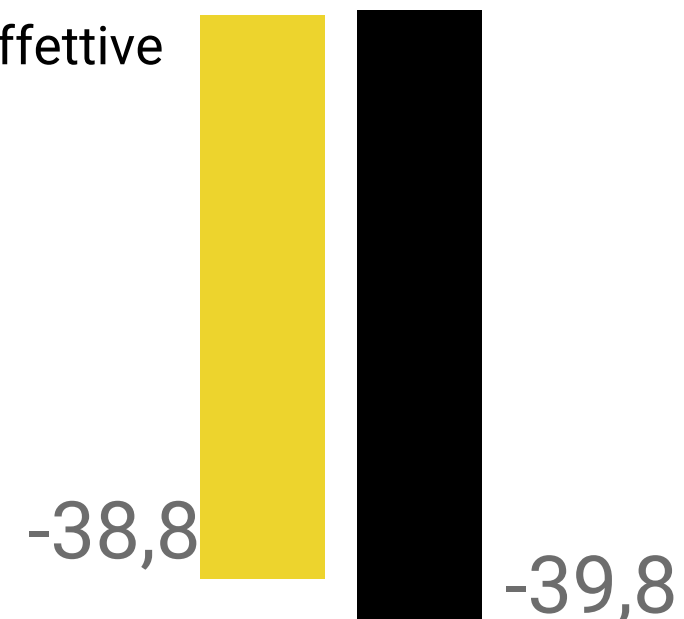
Le cessazioni delle imprese femminili hanno segnato un calo sostanzialmente in linea con quello rilevato per le imprese maschili (-38,8% vs -39,8%)

Variation % delle iscrizioni e delle cessazioni nel II trimestre 2020 rispetto al II trimestre 2019

iscrizioni



cessazioni effettive



L'impatto del Covid-19 sulla natalità imprenditoriale

Nelle regioni del Centro-Nord ci sono le più forti riduzioni del numero di iscrizioni delle imprese femminili... esiste non solo un effetto incertezza che riguarda l'intero paese ma anche uno specifico effetto territoriale Covid.

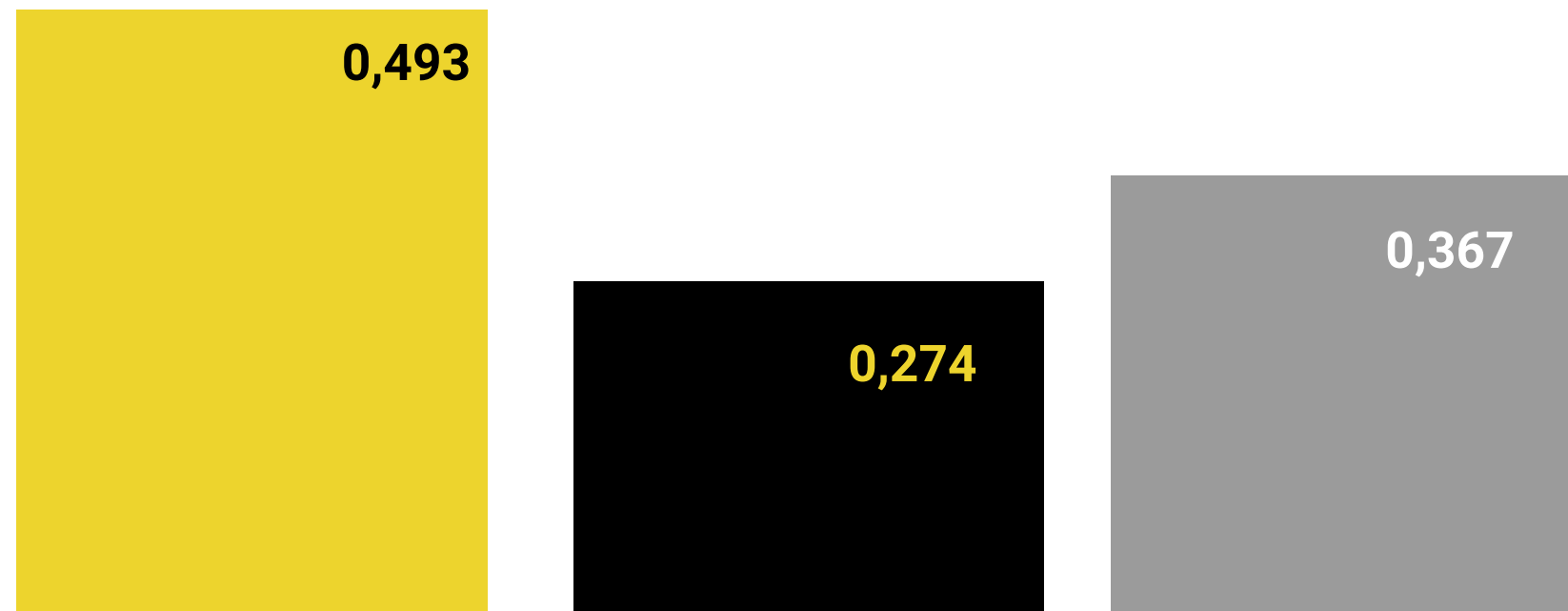
Variation % delle iscrizioni nel II trimestre 2020 rispetto al II trimestre 2019



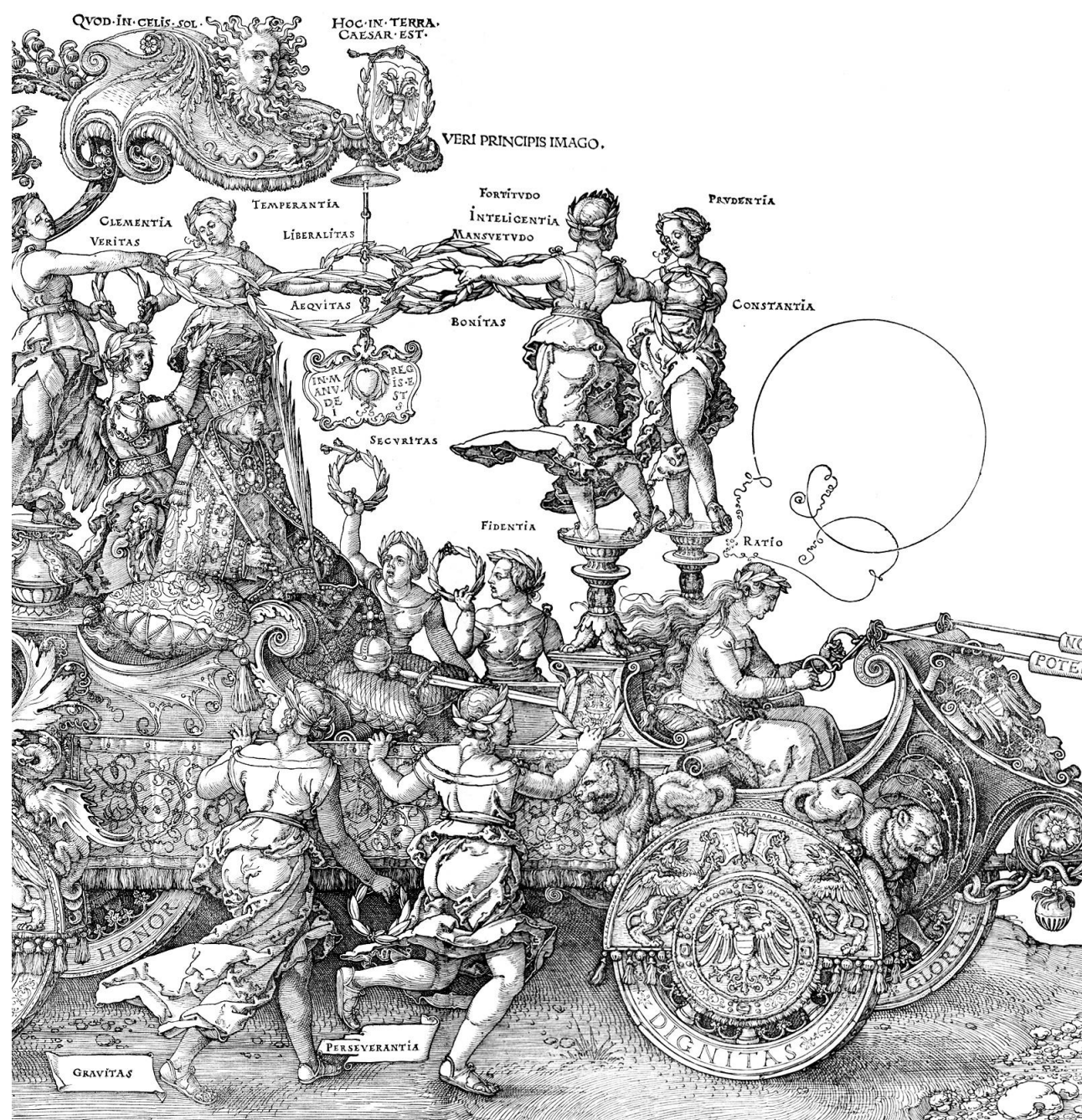
Covid-19 e professioni a rischio contagio

Donne nelle professioni più esposte a rischio contagio: secondo elaborazioni sui dati Istat 2019, il livello di rischiosità delle professioni che svolgono le donne è superiore a quello degli uomini.

Valori medi di rischiosità per genere (max rischiosità=1)



femmine maschi totale occupati



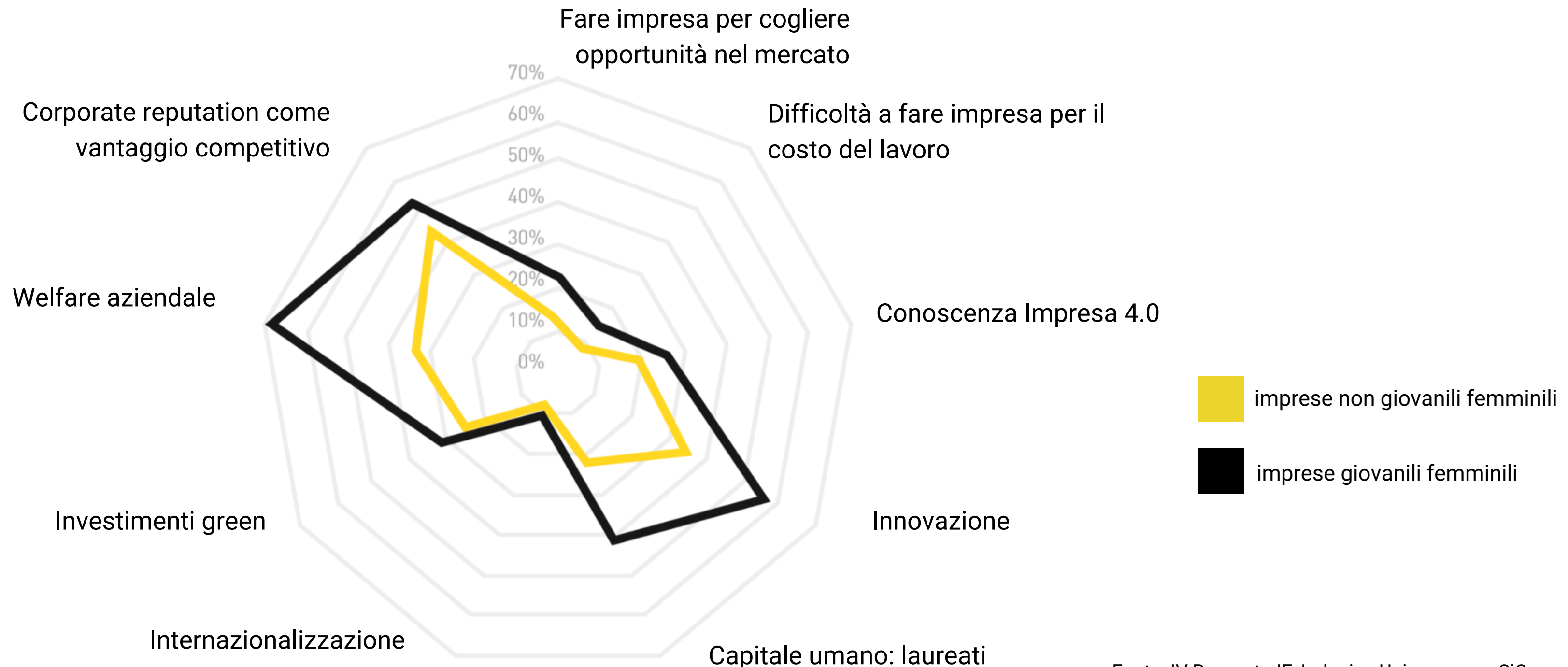
L'INDAGINE UNIONCAMERE

Per conoscere i comportamenti delle imprese da molteplici punti di vista (motivazioni che hanno generato l'avventura imprenditoriale, performance economiche, sostenibilità, innovazione, digitalizzazione, internazionalizzazione, ecc.) Unioncamere ha svolto un'indagine a fine 2019 su un campione statisticamente rappresentativo di 1.000 imprese femminili e 1.000 imprese maschili, appartenenti a tutti i settori di attività economica.

L'effetto generazione nella eterogeneità delle imprese femminili

Per studiare l'effetto genere diventa essenziale tenere conto anche della forte eterogeneità presente all'interno dell'imprenditoria femminile, di cui il fattore generazionale rappresenta un emblematico esempio, perché le imprese femminili giovanili si comportano in modo diverso rispetto a quelle sempre femminili ma non giovanili.

Per questo si studia l'effetto genere dentro le imprese giovanili depurandolo così dall'effetto generazione.

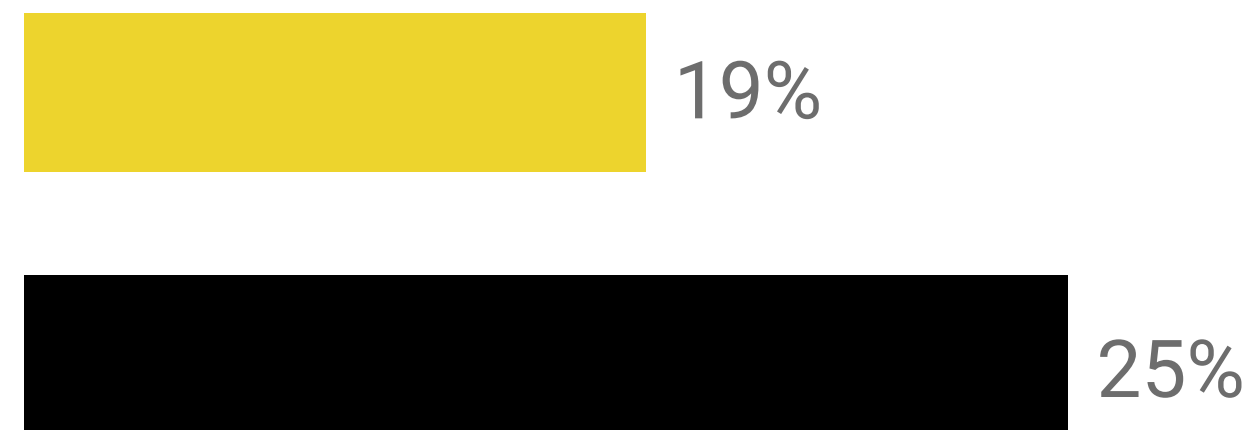


Transizione "digitale": il gap rosa e la scarsa conoscenza

Minore digitalizzazione...: le imprese femminili sono meno propense ad implementare le misure di Impresa 4.0 rispetto a quelle maschili (19% vs 25% tra quelle che conoscono Impresa 4.0)

... vuoi anche per una scarsa conoscenza...: solo il 27% delle imprese femminili conosce Impresa 4.0 vs il 29% di quelle maschili

Quote di imprese che hanno adottato o stanno pianificando di adottare tecnologie 4.0 sul totale imprese che conoscono Impresa 4.0



 imprese giovanili femminili  imprese giovanili maschili

Transizione "verde": il vantaggio rosa guidato più dall'etica che dalla competitività

Più green...: le imprese femminili sono più propense ad investire nel green consapevoli della sua importanza alla luce dei rischi legati al cambiamento climatico (31% vs 26%)

scarsa consapevolezza sui vantaggi competitivi della green economy: solo il 4% delle imprese femminili investe nel green vedendone un vantaggio competitivo

Quote % di imprese che hanno realizzato investimenti green perchè ritengono che il cambiamento climatico è un rischio per l'azienda e la società



Welfare aziendale: l'esempio delle imprese rosa

Più smart working: le imprese femminili offrono maggiormente possibilità di smart working ai propri dipendenti (50% vs 43%)

Più welfare aziendale...: le imprese femminili hanno adottato maggiormente iniziative volte a sostenere la salute e il benessere dei propri dipendenti (72% vs 67%)

... anche nei prossimi tre anni: le imprese femminili sono più propense a sviluppare attività di welfare aziendale (69% vs 60%)

Quote % di imprese che nei prossimi tre anni svilupperanno attività di welfare aziendale



 imprese giovanili femminili  imprese giovanili maschili

Credito: scoraggiamento e credit crunch

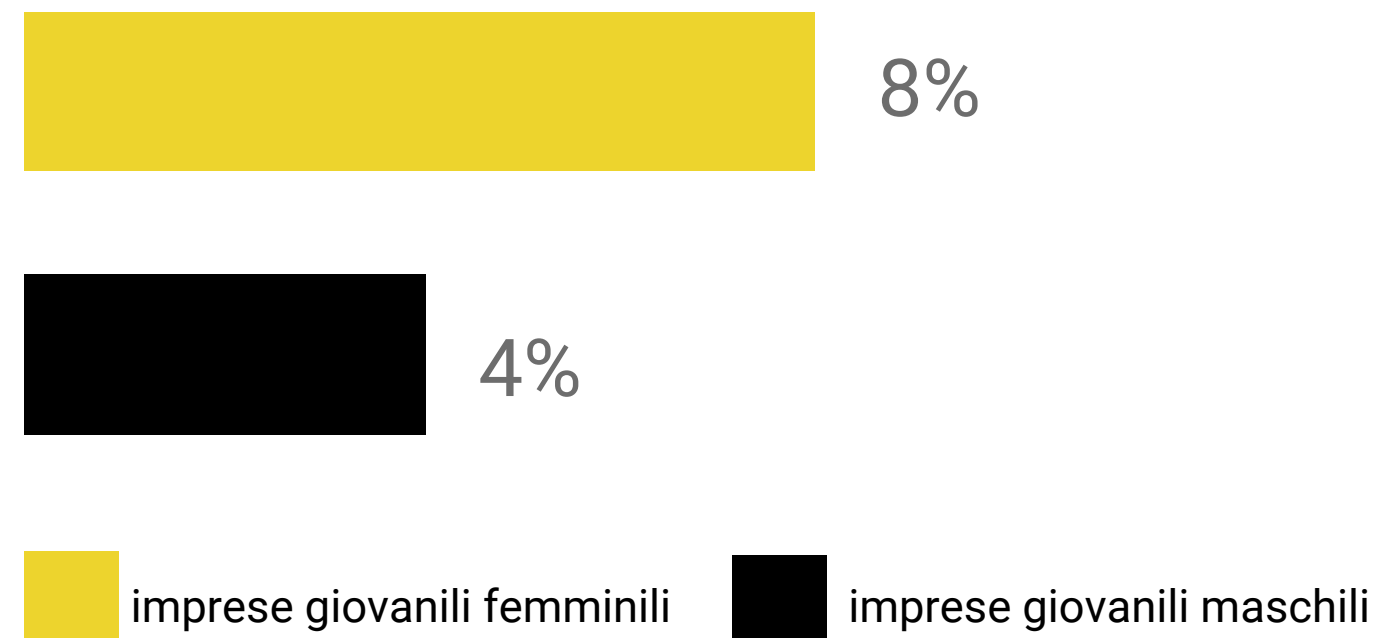
L'autofinanziamento prevale: il 46% delle imprese femminili dichiara il capitale proprio/familiare come la fonte di finanziamento

Scarso ricorso al credito bancario...: solo il 20% delle imprese femminili dichiara di ricorrere molto al credito bancario

... vuoi anche per scoraggiamento...: le imprese femminili dichiarano maggiormente di non fare ricorso al credito bancario aspettandosi un rifiuto (8% vs 4%)

... oltre al credit crunch: tra le imprese che hanno richiesto credito, nel caso delle imprese femminili è maggiore la percentuale in cui il credito erogato non è stato adeguato oppure la richiesta non è stata accolta (8% vs 4%).

Quote % di imprese che dichiara di non fare ricorso al credito bancario aspettandosi un rifiuto



Credito: cosa chiedono le banche alle imprese in rosa

Solidità finanziaria, garanzie reali e crescita economica: i primi tre requisiti più richiesti dalle banche per la concessione del credito alle imprese femminili, graduatoria simile per le imprese maschili.

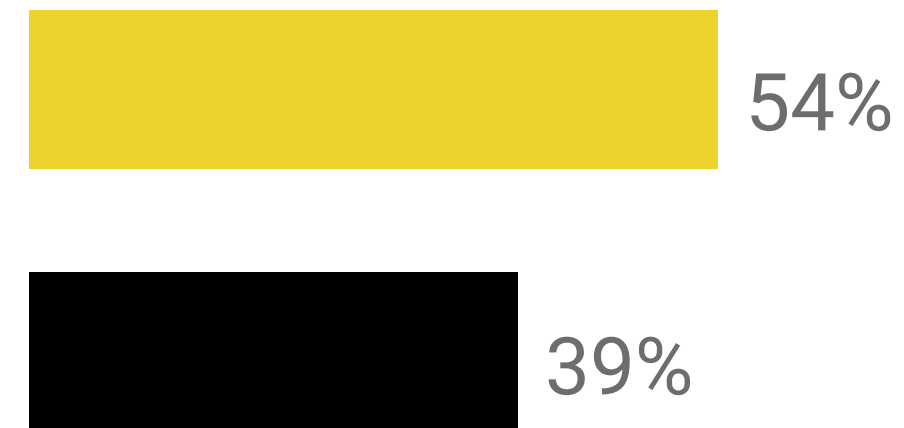
Più richiesta della **crescita economica**: le imprese femminili dichiarano maggiormente che le banche chiedono la crescita economica come requisito per la concessione del credito (63% vs 55%).

Più richiesta di **garanzie di terzi**: le imprese femminili dichiarano maggiormente la richiesta di garanzie di terzi per la concessione del credito (54% vs 39%).

Quote % di imprese che dichiara crescita economica come uno dei requisiti per la concessione del credito*



Quote % di imprese che dichiara garanzie di terzi come uno dei requisiti per la concessione del credito*



 imprese giovanili femminili  imprese giovanili maschili

* Quota sul totale delle imprese che ha fatto richiesta di credito



IL POTENZIALE ROSA

Le donne nelle società: una crescente presenza

PROPRIETÀ

- **2,6 milioni** cariche di proprietà (titolari, soci e soci di capitale) detenute da donne, pari al 30,9% del totale*
- **maggiore crescita** (periodo 2014-19) delle cariche di proprietà femminili rispetto a quelle maschili: +3,4% (quasi +86 mila) vs 3,0%

MANAGEMENT

- **1 milione** di cariche di management detenute da donne, pari 24,1% del totale*
- **maggiore crescita** (periodo 2014-2019) delle cariche di management detenute da donne rispetto a quelle maschili: +7,2% (quasi +73 mila) vs +3,5%

Variazione % di cariche di **proprietà** di impresa 2014-2019



Variazione % di cariche di **management** di impresa 2014-2019



■ imprese femminili

■ imprese maschili

■ totale

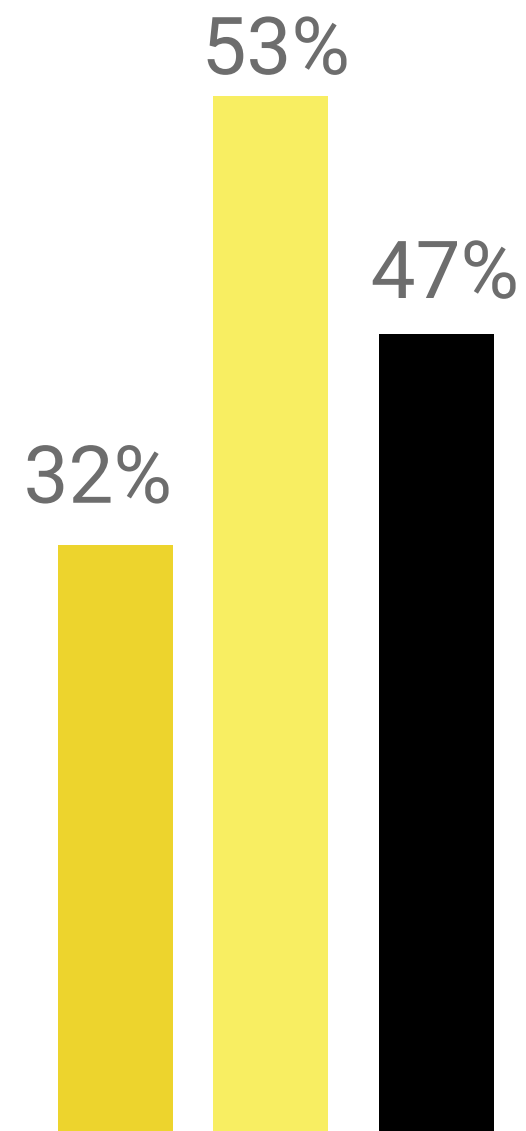
* Al netto delle cariche detenute da soggetti giuridici

Le donne nelle società: la forza del mix

Tra le imprese con forma societaria quelle più competitive (innovazione e internazionalizzazione) sono le imprese che hanno un assetto societario con presenza sia maschile che femminile, con le donne in forte/maggioritaria presenza (maggiore del 50%).

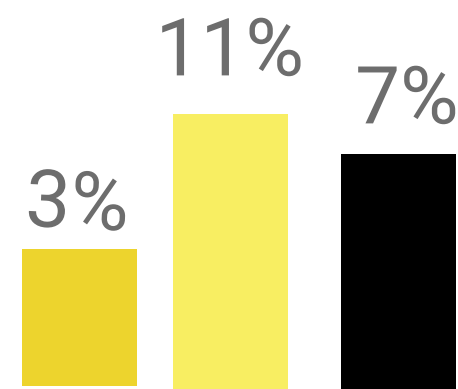
Innovazione

% di imprese che hanno fatto innovazione



Internazionalizzazione

% di imprese che esportano



Imprese femminili: un potenziale ancora inespresso su cui puntare per il rilancio

Imprese giovanili femminili vs Imprese giovanili maschili

più spinta a fare impresa per valorizzare le competenze ed esperienze professionali: 24% vs 21% (% imprese guidate dalla voglia di valorizzare le competenze ed esperienze professionali)

più imprese con laureati: 41% vs 38% (% imprese con occupati laureati)

più relazionalità: 3,81 vs 3,58 (numero medio di stakeholder con i quali un'impresa intrattiene rapporti)

meno innovazione: 56% vs 59% (% imprese che hanno fatto innovazione)

meno investimenti in tecnologie digitali Impresa 4.0: 19% vs 25% (% imprese che hanno adottato o stanno pianificando di adottare tecnologie 4.0 sul totale delle imprese che conoscono Impresa 4.0)

meno internazionalizzate: 9% vs 13% (% imprese che operano all'interno delle Catene globali del valore)