

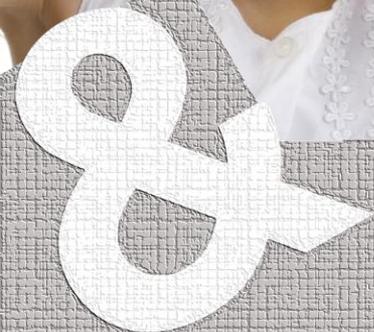


Il ruolo delle **DONNE**
nella crescita economica
fattore del territorio

RISULTATI DELLA RICERCA

Giovedì 9 giugno 2011 - ore 15.30

Sala Cavalcoli - Camera di Commercio, Ravenna



Camera di Commercio di Ravenna
Comitato di promozione dell'imprenditoria
con il contributo della Fondazione Cassa di Risparmio
di Ravenna

Andrea Zironi,
Studio Giaccardi & Associati

Lidia Marongiu,
G&M Network Srl

IERI

- **Questione femminile**
- **Pari opportunità**
- **Questione sociale**
- **Tutela minoranze**

OGGI

- **Opportunità di business**
- **Efficienza economica**
- **Maggiore redditività**
- **Bilinguismo di genere**



LA TEORIA WOMENOMICS

Il lavoro delle **donne** costituisce oggi uno dei più importanti fattori dello **sviluppo mondiale**

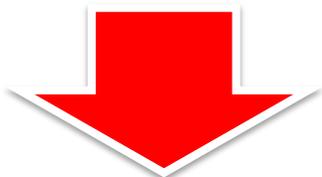




LA WOMENOMICS FUNZIONA ANCHE A RAVENNA?

FATTORE D Ravenna

È un progetto di ricerca per misurare come e in che misura il Fattore D, cioè la presenza e le competenze delle donne, influisce sulle performance delle imprese e quindi contribuisce allo sviluppo e alla crescita del territorio



Obiettivi

- Conoscere e misurare numeri, trend, performance e potenzialità dell'imprenditoria femminile della provincia di Ravenna
- Capire come e in che misura il Fattore D influisce nelle performance economiche delle imprese
- Far emergere proposte, idee, e progetti che possano essere applicate da imprese, istituzioni e associazioni per fare del Fattore D un asset strategico per la crescita del territorio





PIANO DELLE AZIONI



1. Analisi di scenario sul Fattore D (analisi statistica, benchmark, casi di successo internazionali)
2. Indagine sull'influenza del Fattore D nelle performance di un campione qualitativo di imprese società di capitali della Provincia di Ravenna
 - Analisi dei bilanci 2004-2009
 - Interviste di approfondimento
3. Focus group di progetto e orientamento per nuove politiche istituzionali, economiche e sociali
4. Apertura e gestione del Blog Fattore D a Ravenna



VI SVELIAMO SUBITO UN «**SEGRETO**»

La ricerca Fattore D
ha dimostrato che anche nella
provincia di Ravenna le
imprese femminili
ottengono risultati economici
migliori di quelle non
femminili.





ANALISI DI SCENARIO

PAROLE CHIAVE PER LA RICERCA

-  Fattore D
-  Womenomics
-  Imprese femminili
-  Talento femminile
-  Bilinguismo di genere
-  Donne che guidano imprese di successo
-  Donne motore dell'economia
-  Performance economiche imprese femminili
-  Gap di genere
-  Politiche europee per le donne
-  Il mercato è donna
-  Global Gender Gap Index

1

**IMPRENDITORIA FEMMINILE
IN PROVINCIA DI RAVENNA**

2

**LE DONNE NELLA PA DELLA
PROVINCIA DI RAVENNA**

3

LE RICERCHE SUL FATTORE D

4

**STATISTICHE E CONFRONTI
CON L'EUROPA**



ANALISI DI SCENARIO

> Imprenditoria femminile in provincia di Ravenna





Definizione di impresa femminile in Italia

L'Istat non ha una definizione precisa di impresa femminile



- Unioncamere è in Italia l'unica organizzazione che ha definito* e classificato la tipologia di “impresa femminile” ed è l'unica che fornisce statistiche fondate su dati “censuari” e non campionari avendo come fonte il Registro delle Imprese.

Si parla di impresa femminile quando la partecipazione femminile è superiore al 50%.

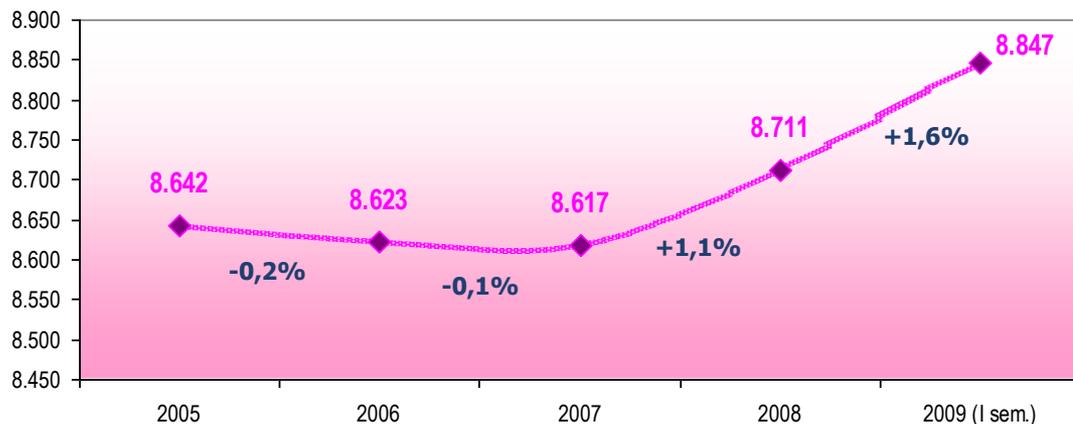
- **Abbiamo tre categorie di imprese femminili**
 - imprese femminili a **presenza maggioritaria** > soci e amministratori donne sono più del **50%**
 - imprese femminili con **forte presenza** > le donne soci e amministratori devono essere **almeno i 2/3**
 - le imprese femminili a **presenza esclusiva** > le ditte individuali e tutti quegli organismi in cui i soci e gli amministratori sono **al 100% donne**.



Imprese femminili a confronto con il totale delle imprese registrate in provincia di Ravenna

Trend 2005 - 2009 (I semestre)

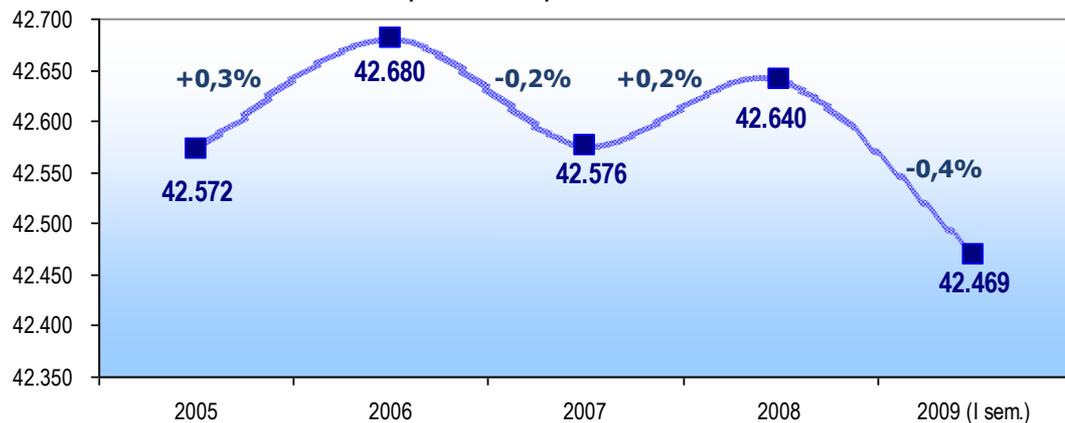
Trend imprese femminili in Provincia di Ravenna



+2,4% la crescita delle imprese femminili dal 2005 al 2009

- 0,3% il calo delle imprese totali nello stesso periodo

Trend Imprese totali in provincia di Ravenna



Tassi di femminilizzazione (percentuale di imprese femminili rispetto al totale)	
2005	20,3%
2006	20,2%
2007	20,2%
2008	20,4%
2009 (I sem)	20,8%

Ns elaborazioni su dati Camera di Commercio Ravenna, Comitato Imprenditoria Femminile, Unioncamere Emilia-Romagna, Unioncamere, Osservatorio imprenditoria Femminile

ATTENZIONE!

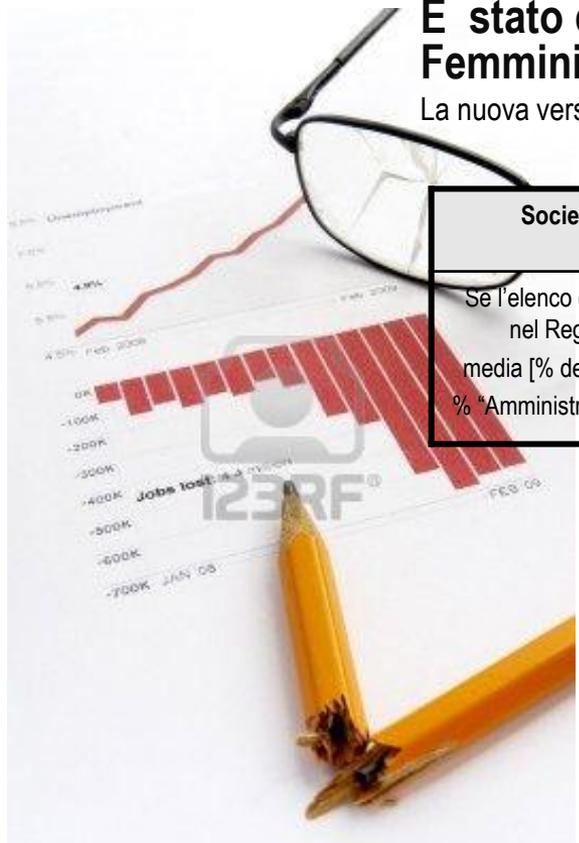
Le nuove statistiche sulle società di capitale dal 2009 sono cambiate quindi non è più possibile comparare i dati del 2010 con gli anni precedenti

Motivi:

- abolizione libro soci per le SRL e le SCARL
- Aggiornamento della classificazione delle attività economiche attraverso l'ATECO 2007

È stato cambiato l'algoritmo utilizzato dall'Osservatorio dell'Imprenditoria Femminile per attribuire lo status di impresa femminile.

La nuova versione dell'algoritmo utilizzata dall'Osservatorio Imprenditoria Femminile a partire dal 2009 è il seguente:

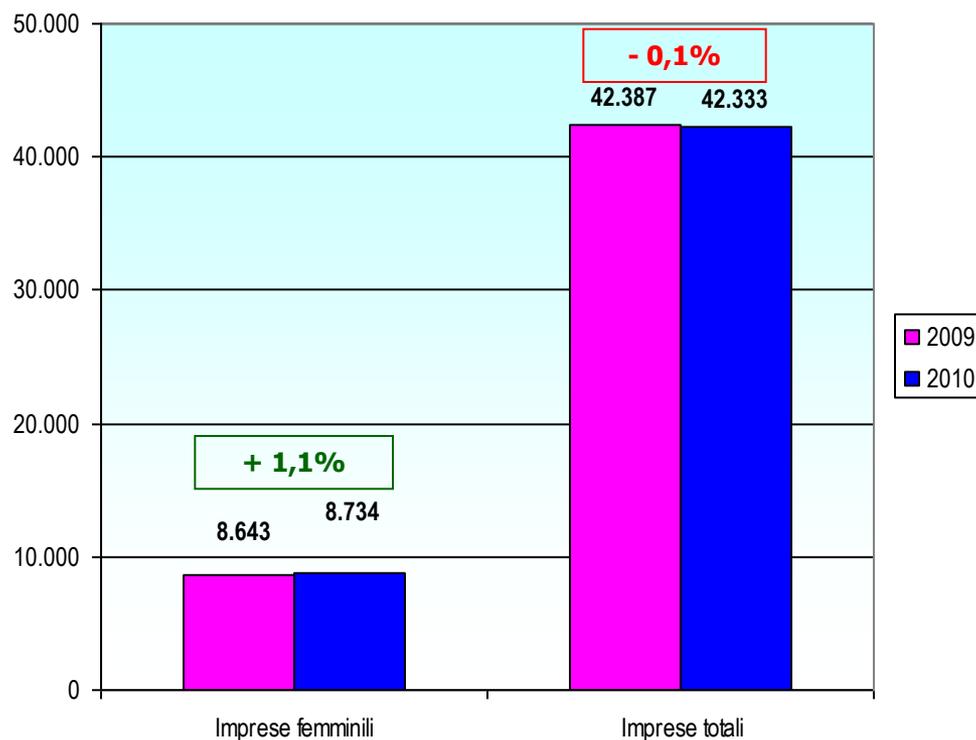


Società di capitali	Società di persone e cooperative	Ditte individuali	Altre forme giuridiche
Se l'elenco dei soci è presente nel Registro Imprese: media [% del capitale sociale + % "Amministratori"] > 50% donne	> 50% "Soci" donne	Titolare donna	> 50% "Amministratori" donne



Imprese femminili a confronto con il totale delle imprese registrate in provincia di Ravenna

Trend 2009 – 2010



8.734 imprese femminili
+1,1% rispetto al 2009

Tassi di femminilizzazione (percentuale di imprese femminili rispetto al totale)	
2009	20,4%
2010	20,6%

Ns elaborazioni su dati Registro delle imprese della Camera di commercio di Ravenna – Banca dati Stockview e Osservatorio Imprenditoria Femminile Unioncamere/Retecamere

Imprese femminili e totali registrate nelle province dell'Emilia-Romagna, 2009 e 2010

Valori assoluti, variazioni % e tassi di femminilizzazione

(Province ordinate in senso decrescente per tasso di femminilizzazione 2010)

Pos.	Provincia	Imprese femminili			Imprese totali			Tasso di femminilizzazione %	
		2009	2010	Var.%	2009	2010	Var.%	2009	2010
1	PIACENZA	6.957	6.991	0,5	31.768	31.796	0,1	21,9%	22,0%
2	RIMINI (*)	8.357	8.967	7,3	38.400	40.791	6,2	21,8%	22,0%
3	FERRARA	8.005	8.054	0,6	37.739	37.749	0,0	21,2%	21,3%
4	FORLI' - CESENA	9.432	9.521	0,9	44.801	44.791	0,0	21,1%	21,3%
5	BOLOGNA	20.269	20.511	1,2	97.360	97.509	0,2	20,8%	21,0%
6	RAVENNA	8.643	8.734	1,1	42.387	42.333	-0,1	20,4%	20,6%
7	MODENA	15.108	15.222	0,8	74.900	74.878	0,0	20,2%	20,3%
8	PARMA	9.220	9.331	1,2	47.344	47.506	0,3	19,5%	19,6%
9	REGGIO EMILIA	10.160	10.305	1,4	58.085	57.955	-0,2	17,5%	17,8%
	Totale EMILIA-ROMAGNA (*)	96.151	97.636	1,5	472.784	475.308	0,5	20,3%	20,5%
	Totale ITALIA	1.415.287	1.427.056	0,8	6.085.105	6.109.217	0,4	23,3%	23,4%

Ravenna è al **6° posto** tra le province dell'Emilia-Romagna per **tasso di femminilizzazione**



Graduatoria dei comuni della provincia di Ravenna per Tasso di Femminilizzazione 2010

	IMPRESE FEMMINILI	IMPRESE TOTALI	TASSO DI FEMMINILIZZAZIONE	Var. % 2010/09 Imprese Femminili	Var. % 2010/09 Imprese Totali
CERVIA	974	4.157	23,4%	0,8	-0,6
RAVENNA	3.563	16.217	22,0%	0,5	-0,1
BRISIGHELLA	195	953	20,5%	4,8	-1,2
SOLAROLO	92	456	20,2%	-3,2	-1,5
FAENZA	1.251	6.268	20,0%	1,7	1,0
ALFONSINE	245	1.278	19,2%	0,8	-0,1
CASOLA VALSENI	57	298	19,1%	5,6	-1,3
MASSA LOMBARDA	167	874	19,1%	3,7	1,7
FUSIGNANO	187	979	19,1%	1,1	-0,8
CASTEL BOLOGNESE	189	997	19,0%	5,6	1,4
LUGO	739	3.903	18,9%	0,1	-1,4
BAGNACAVALLLO	343	1.823	18,8%	2,4	-1,2
RIOLO TERME	107	569	18,8%	0,0	1,6
RUSSI	235	1.272	18,5%	2,2	1,6
CONSELICE	176	953	18,5%	1,7	-2,1
BAGNARA DI ROMAGNA	41	238	17,2%	2,5	-2,5
SANT'AGATA SUL SANTERNO	57	332	17,2%	0,0	2,5
COTIGNOLA	116	766	15,1%	-3,3	-1,0
Totale PROVINCIA DI RAVENNA	8.734	42.333	20,6%	1,1	-0,1

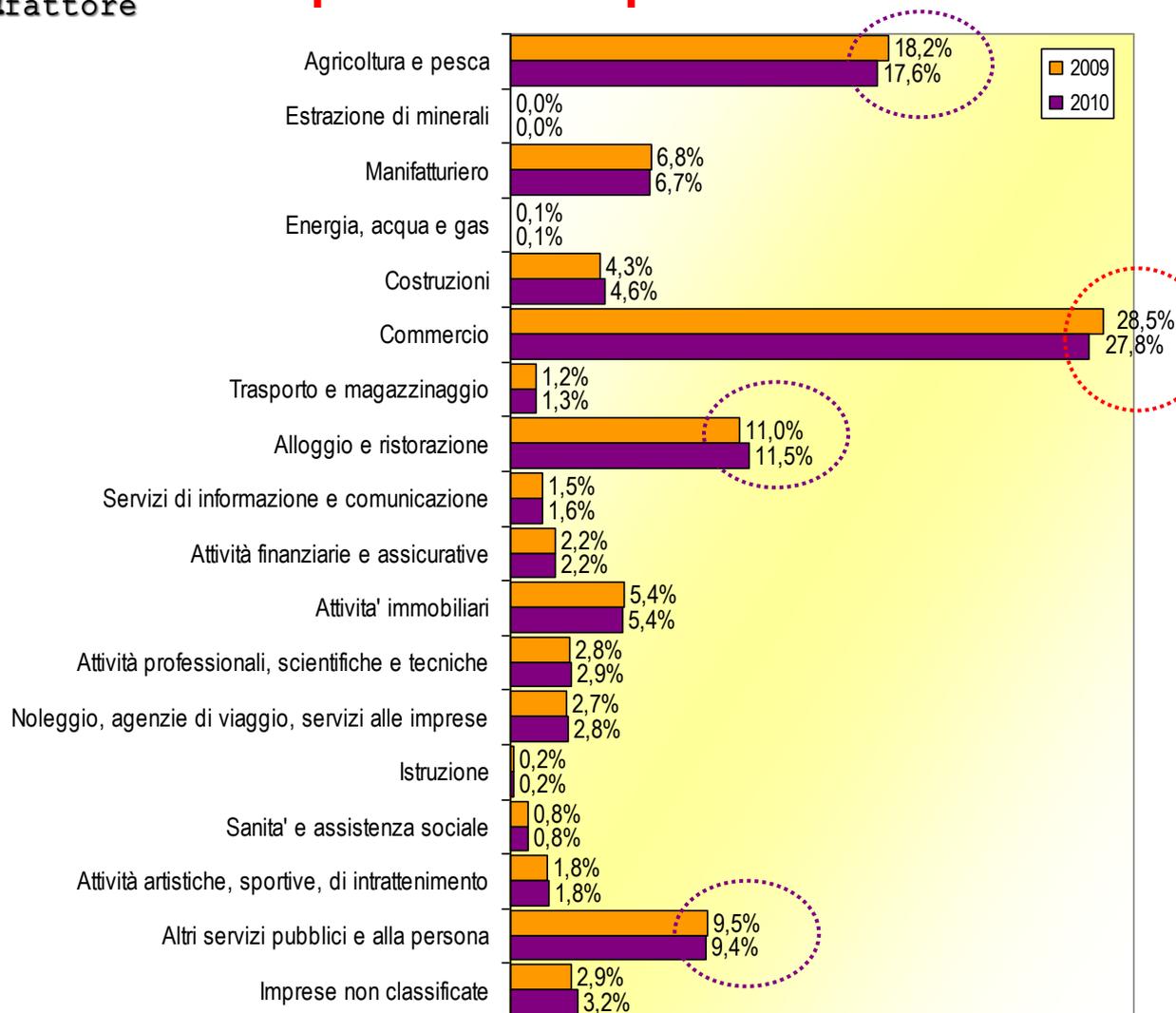
14 comuni su 18
imprese femminili
in aumento

In 12 comuni su 18
le imprese totali
calano



Imprese femminili della Provincia di Ravenna

Ripartizione % per settori di attività 2009 – 2010



Il settore con più imprese femminili?

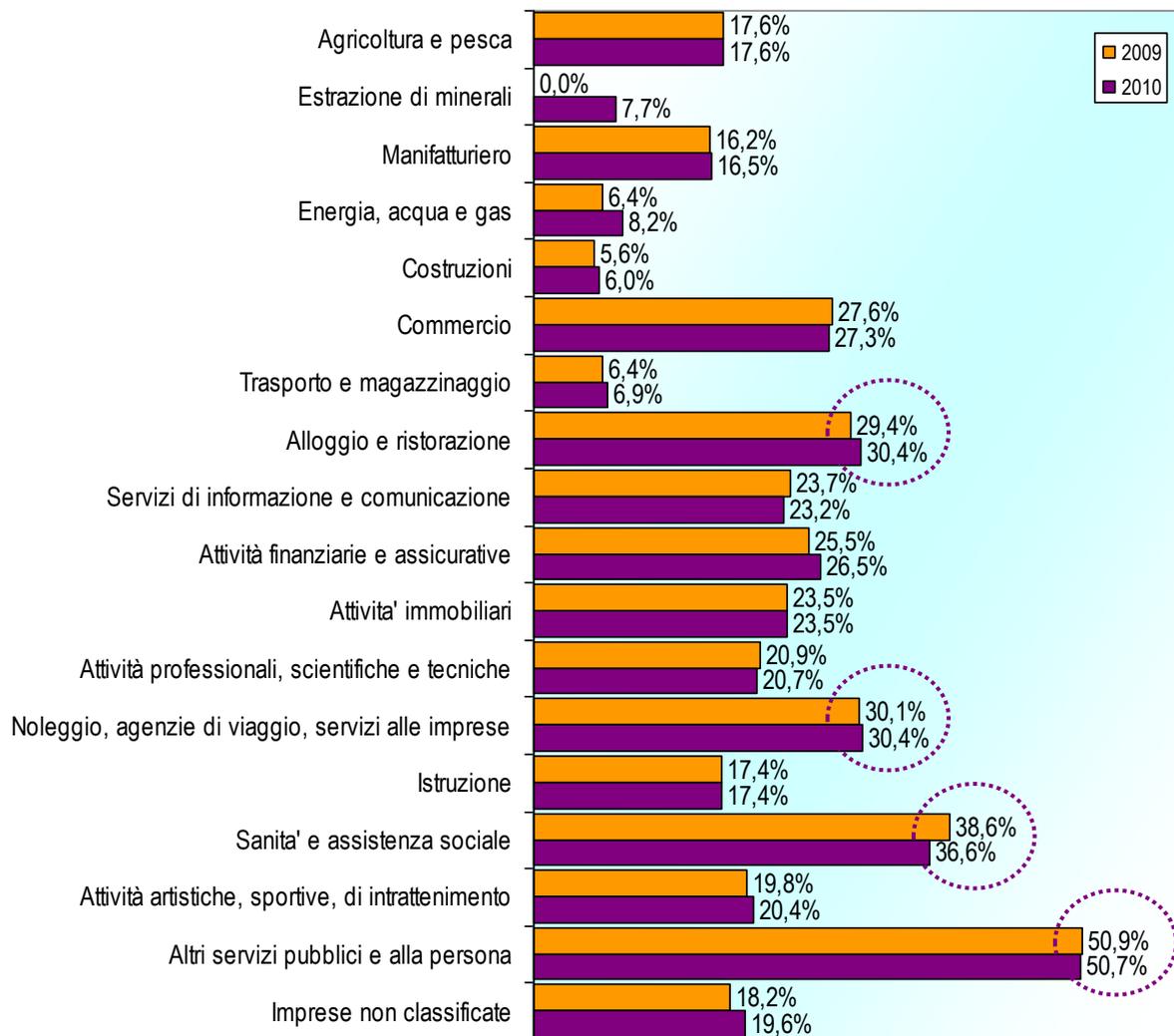
Commercio 27,8%

Chi cresce di più?

Costruzioni + 7,6%

Ns elaborazioni su dati Registro delle imprese della Camera di commercio di Ravenna – Banca dati Stockview e Osservatorio Imprenditoria Femminile Unioncamere/Retecamere

Tassi di femminilizzazione in provincia di Ravenna Per settori di attività 2009 – 2010



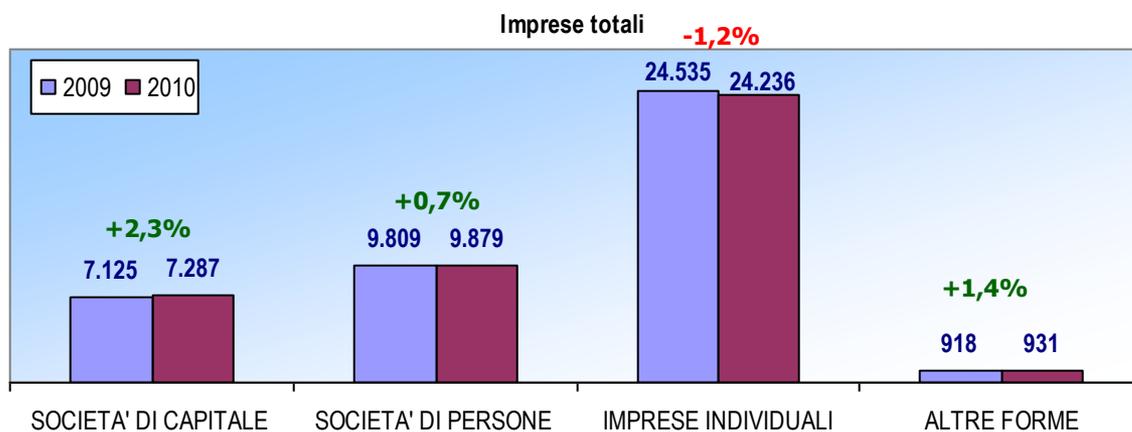
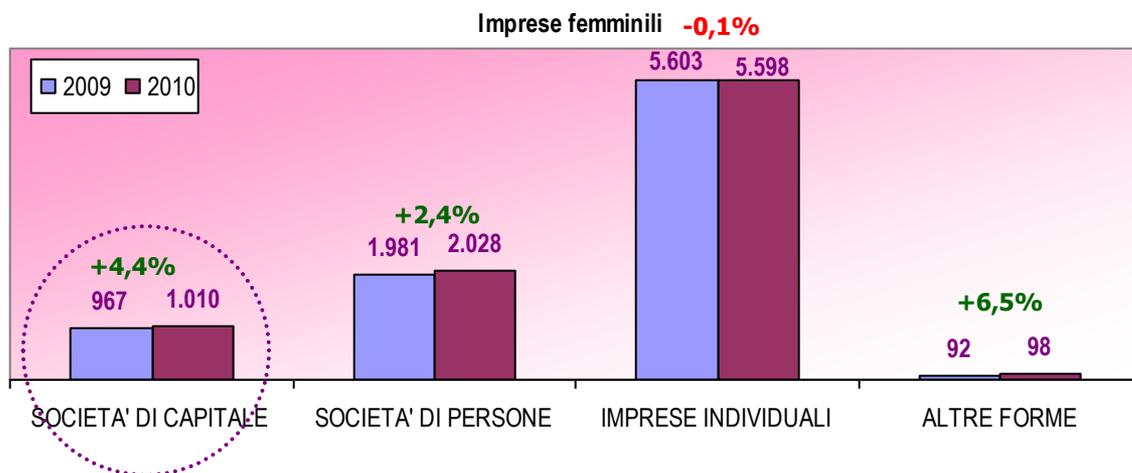
Tassi di femminilizzazione 2010 superiori al 30% in 4 settori:

- Servizi pubblici e alla persona (50,7%)
- Sanità e altri servizi (36,6%)
- Noleggio, agenzie di viaggio, servizi alle imprese (30,4%)
- Alloggio e ristorazione (30,4%)

Ns elaborazioni su dati Registro delle imprese della Camera di commercio di Ravenna – Banca dati Stockview e Osservatorio Imprenditoria Femminile Unioncamere/Retecamere

Imprese femminili a confronto con il totale delle imprese registrate in provincia di Ravenna

Ripartizione per forma giuridica 2009 – 2010



Tassi di femminilizzazione (percentuale di imprese femminili rispetto al totale)		
Tipologia	2009	2010
Società di capitali	13,6%	13,9%
Società di persone	20,2%	20,5%
Imprese individuali	22,8%	23,1%
Altre forme	10,0%	10,5%
Totale	20,4%	20,6%

Tassi di occupazione e disoccupazione femminile in provincia di Ravenna 2005-2009

Confronto con livello regionale, macro-territoriale, nazionale ed europeo

	Provincia di Ravenna	Emilia-Romagna	Nord-Est Italia	Italia	UE 15	UE 27
Tasso di occupazione femminile 2005	62%	60%	56,0%	45,3%	57,8%	56,3%
Tasso di occupazione femminile 2009	61,3%	61,5%	57,3%	46,4%	59,9%	58,6%
Tasso di occupazione totale 2005	68,3%	68,4%	66,0%	57,5%	65,4%	63,5%
Tasso di occupazione totale 2009	67,8%	68,5%	66,3%	57,5%	65,9%	64,6%
Tasso di disoccupazione femminile 2005	5,4%	5,3%	5,6%	10,1%	8,9%	9,6%
Tasso di disoccupazione femminile 2009	7,7%	5,5%	5,8%	9,3%	9,0%	8,9%
Tasso di disoccupazione totale 2005	4,2%	3,8%	4,0%	7,7%	8,2%	8,9%
Tasso di disoccupazione totale 2009	5,3%	4,8%	4,7%	7,8%	9,1%	8,9%

Ns elaborazioni su dati Istat ed Eurostat

ANALISI DI SCENARIO

> Quadro di sintesi delle ricerche sul Fattore D





La convenienza economica del FATTORE D

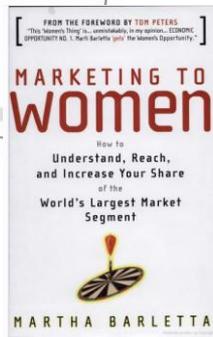
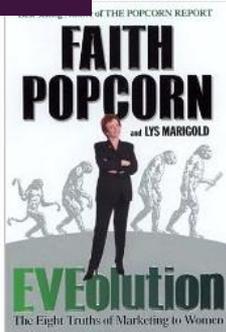
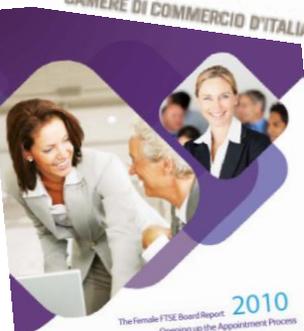
Una **effettiva eguaglianza sul mercato del lavoro** dei due generi (parità di livelli occupazionali, parità di salario e stessa percentuale di contratti part time) **porterebbe una crescita media del PIL degli Stati membri del 27%**

Ricerca presidenza svedese , 2009





Studi e ricerche analizzate

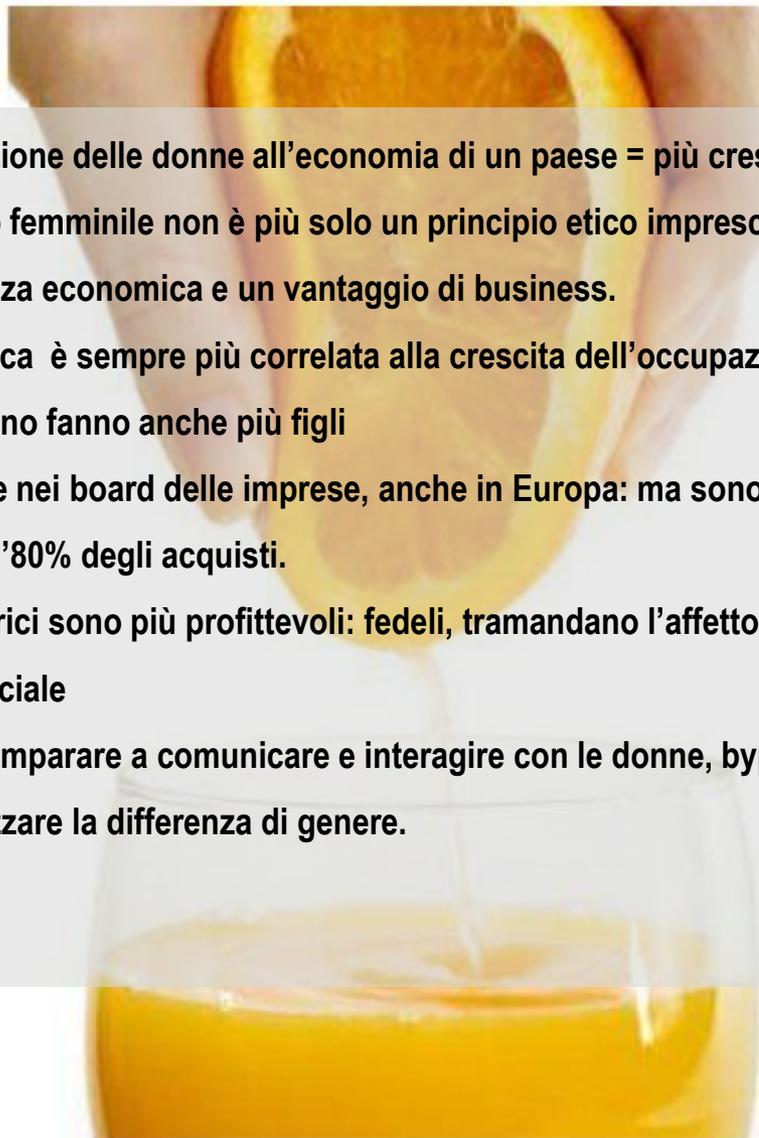


- ❑ Ricerca “Womenomics” della Goldman Sachs (2005)
- ❑ Articolo dell’Economist “Una guida alla Womenomics. Il futuro dell’economia mondiale è sempre più nelle mani delle donne” (2006)
- ❑ Libro “Rivoluzione Womenomics - Perché le donne sono il motore dell’economia” (2010)
- ❑ Ricerca “Imprese ‘in rosa’: le piccole soffrono nel 2009, ma tengono più degli uomini” (2010)
- ❑ Ricerca “Le donne al comando della Imprese: il fattore D” (2010)
- ❑ Ricerca “Girl Power: female Participation in Top Management and Firm Performance” (2008)
- ❑ Ricerca “EPWN Board Women Monitor” (2010)
- ❑ Ricerca “The Female FTSE Board Report 2010” (2010)
- ❑ Libro “Il Fattore D, perché il lavoro delle donne farà crescere l’Italia” (2009)
- ❑ Libro “Donne in attesa, l’Italia delle disparità di genere” (2010)
- ❑ Libro “Eveolution: le otto verità del marketing al femminile”
- ❑ Libro “Rivoluzione Womenomics - Perché le donne sono il motore dell’economia”, capitolo 3 (2010)
- ❑ Libro “Marketing to women” (2003)

8 ISTRUZIONI PREZIOSE DA TENERE A MENTE



-  **Maggiore partecipazione delle donne all'economia di un paese = più crescita economica**
-  **Valorizzare il talento femminile non è più solo un principio etico imprescindibile, ma è oramai anche una questione di efficienza economica e un vantaggio di business.**
-  **La crescita economica è sempre più correlata alla crescita dell'occupazione femminile**
-  **Le donne che lavorano fanno anche più figli**
-  **Aumentano le donne nei board delle imprese, anche in Europa: ma sono sempre una minoranza.**
-  **Le donne decidono l'80% degli acquisti.**
-  **Le donne consumatrici sono più profittevoli: fedeli, tramandano l'affetto per il brand di madre in figlia e nella propria rete sociale**
-  **Le imprese devono imparare a comunicare e interagire con le donne, bypassare stereotipi e comportamenti 'al maschile', valorizzare la differenza di genere.**



ANALISI DI SCENARIO

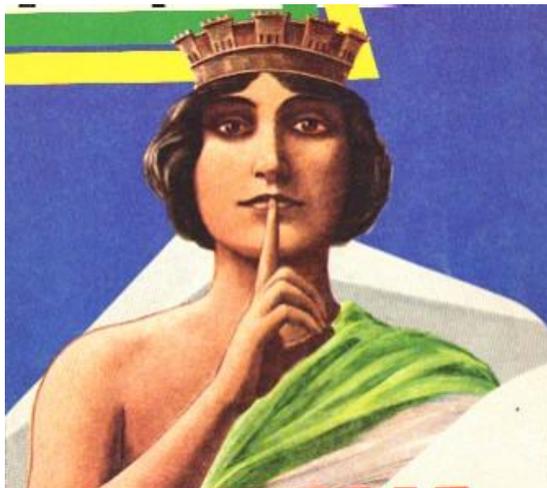
> Il Fattore D: confronti con l'Europa



I «numeri» delle donne in Italia, il 51,4% della popolazione

46,2% delle donne tra i 15 e i 64 anni lavora

- siamo al penultimo posto in Europa (media 58,6% UE)
- 56,5% media nelle regioni del Nord
- 52% nel Centro
- 30,6% nel Sud
- 27,1% delle donne abbandona il lavoro dopo la maternità.
- 12% delle donne è occupato con un contratto atipico contro il 7,6% degli uomini



Su 100 laureati, 60 sono donne

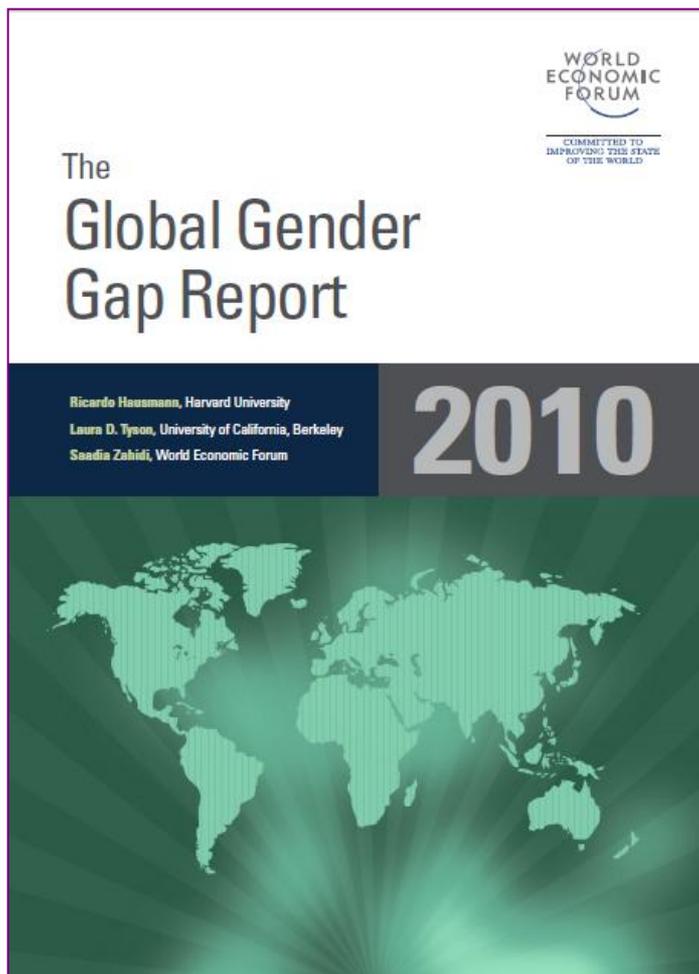
Ma a un anno dalla laurea (dati Alma Laurea):

- 32,4% delle donne ha un lavoro stabile
- 45,1% degli uomini ha un lavoro stabile
- 49,3% delle femmine ha un lavoro atipico
- 37,1% dei maschi ha un lavoro atipico
- 984 euro mensili il guadagno di una donna
- 1263 euro mensili il guadagno di un uomo

A cinque anni dalla laurea

- 78,4% delle donne lavora
- 86% degli uomini lavora

Il ranking dell'Italia nel Gender Gap Index 2010



Il divario di genere in termini di opportunità?

Italia al 74esimo posto su 134 Paesi

I Paesi del Nord Europa si posizionano ai vertici: Islanda (1°), Norvegia (2°), Finlandia (3°) e Svezia (4°) continuando a dimostrare una forte sensibilità e attenzione verso la parità di genere

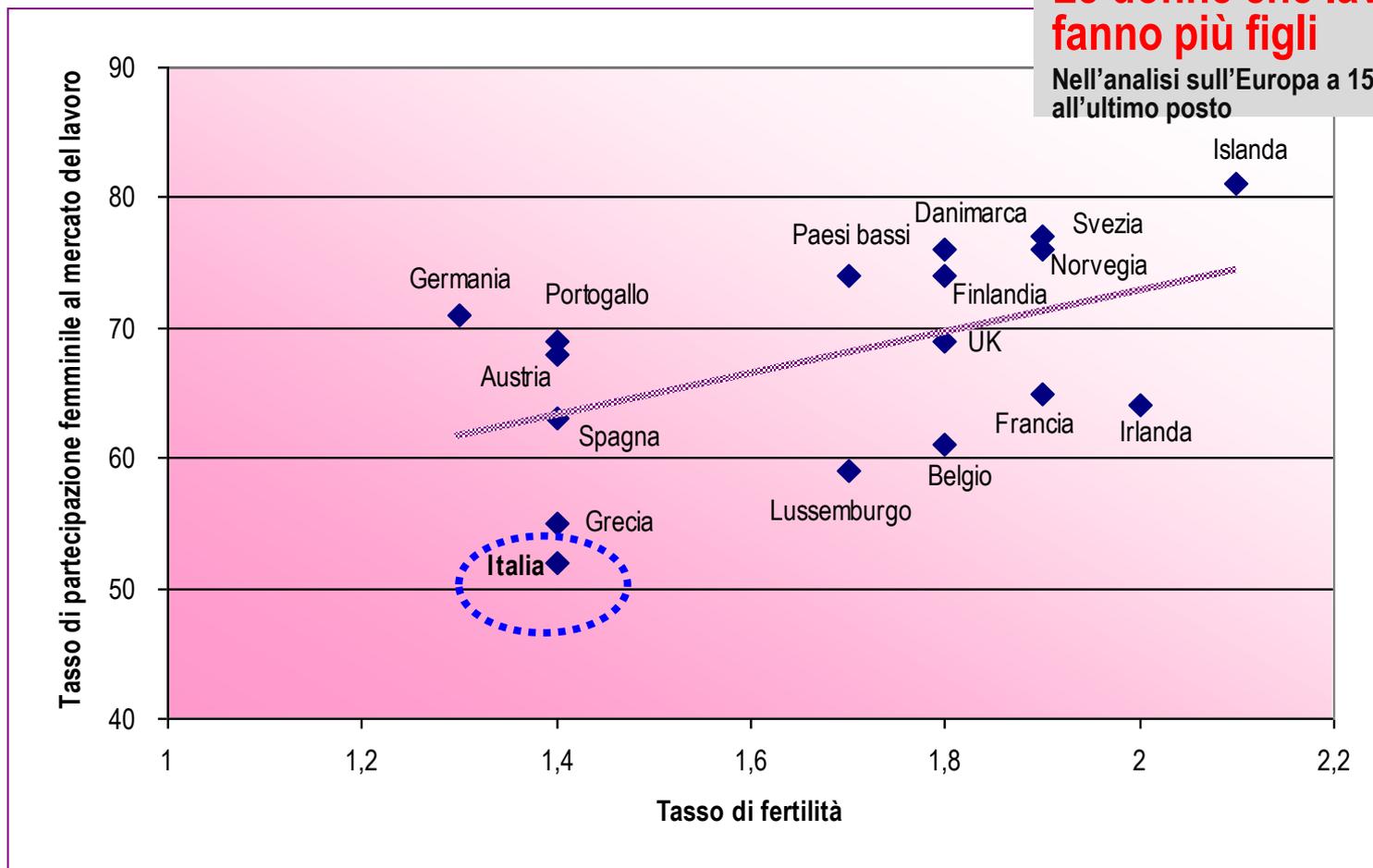
Rank 2010	Paese	Punteggio*	Rank 2009
1	Islanda	85%	1
2	Norvegia	84%	2
3	Finlandia	82.6%	3
4	Svezia	80.2%	4
5	N. Zelanda	78.1%	5
6	Irlanda	77.7%	8
7	Danimarca	77.2%	7
8	Lesotho	76.8%	10
9	Filippine	76.5%	9
10	Svizzera	75.6%	13
...
73	Rep. Dominicana	67.7%	67
74	Italia	67.6%	72
75	Gambia	67,2%	75
...
134	Yemen	46%	134

Statistiche – Italia a confronto con l’Europa dei 15*

Correlazione tra partecipazione femminile al mercato del lavoro e tasso di fertilità

Le donne che lavorano fanno più figli

Nell’analisi sull’Europa a 15 l’Italia è all’ultimo posto

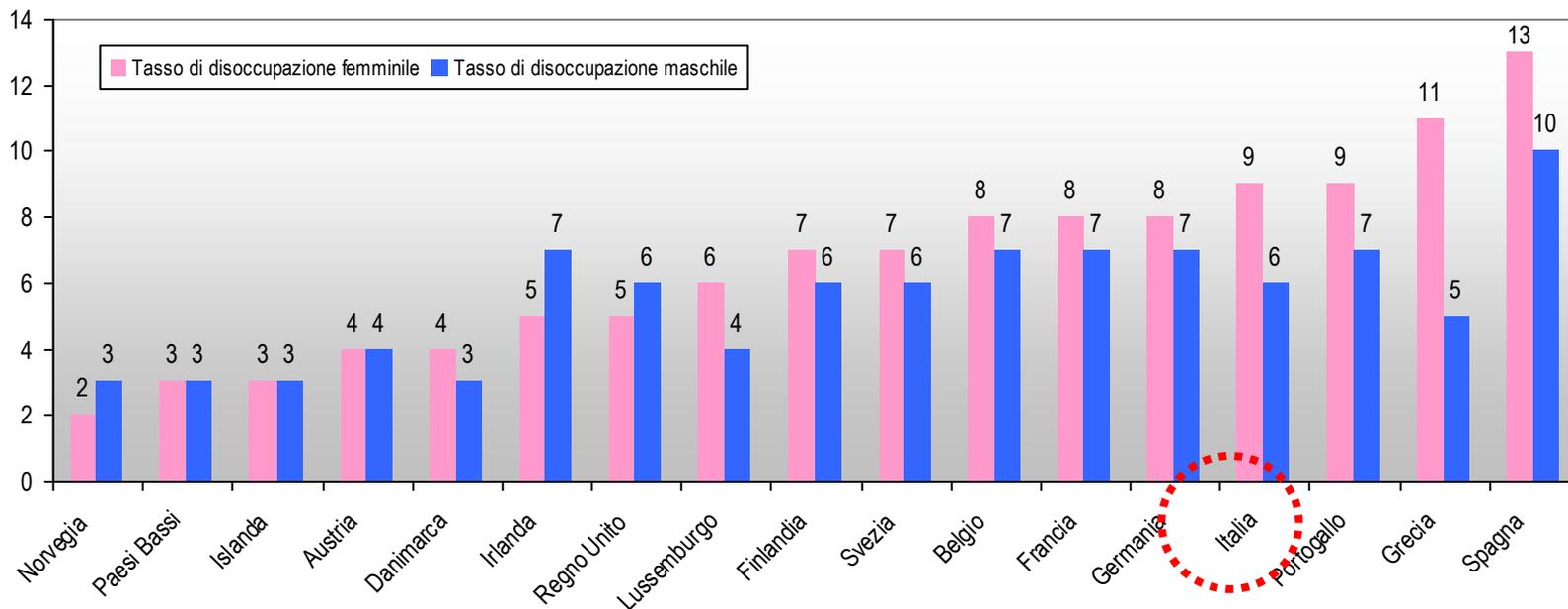


Ns. Elaborazioni su fonte "Rapporto Gender Gap Index 2010" del World Economic Forum

*NB. Per queste statistiche, oltre ai 15 paesi storici dell’UE abbiamo voluto aggiungere, in considerazione delle loro elevate performance su questi temi, anche altri due paesi europei, Islanda e Norvegia

Statistiche – Italia a confronto con l’Europa dei 15

Tasso di disoccupazione femminile



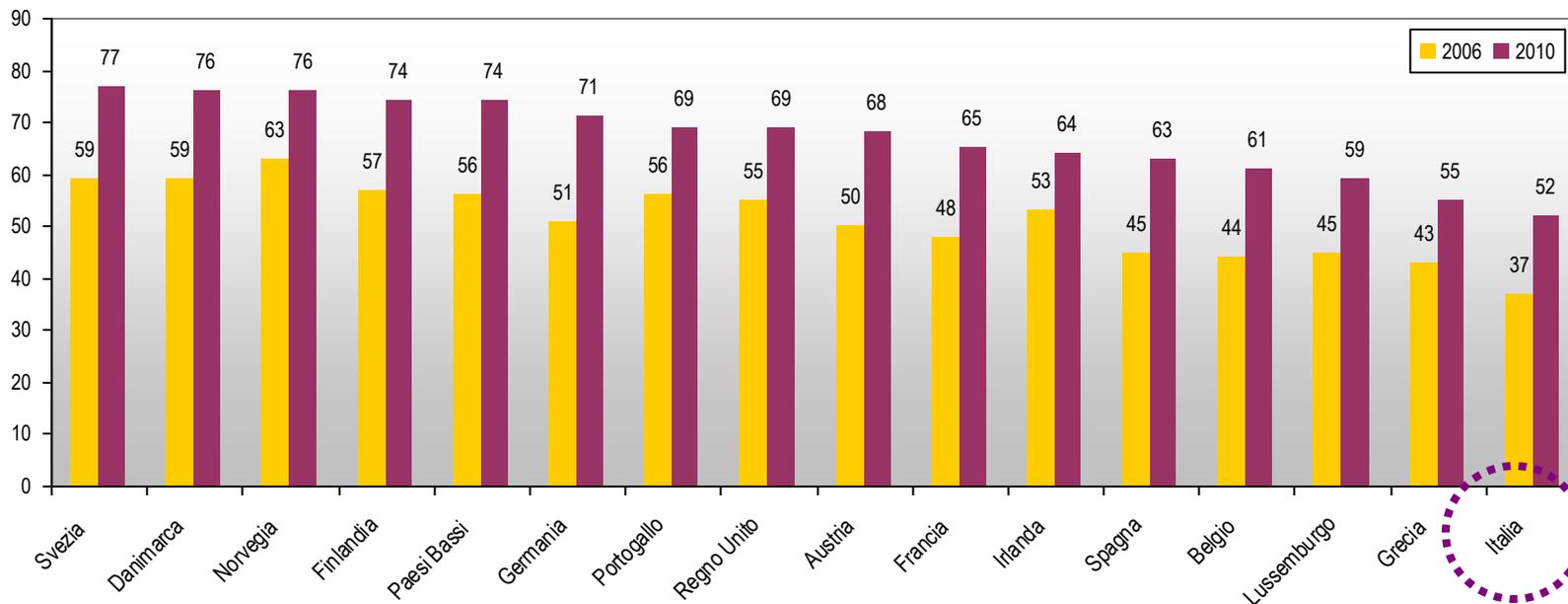
Ns. Elaborazioni su fonte “Rapporto Gender Gap Index 2010” del World Economic Forum

Italia al quart’ultimo posto. Fanno peggio solo Grecia, Spagna e Portogallo

- In Norvegia, Irlanda e Regno Unito il tasso di disoccupazione femminile è inferiore a quello maschile

Statistiche – Italia a confronto con l’Europa dei 15

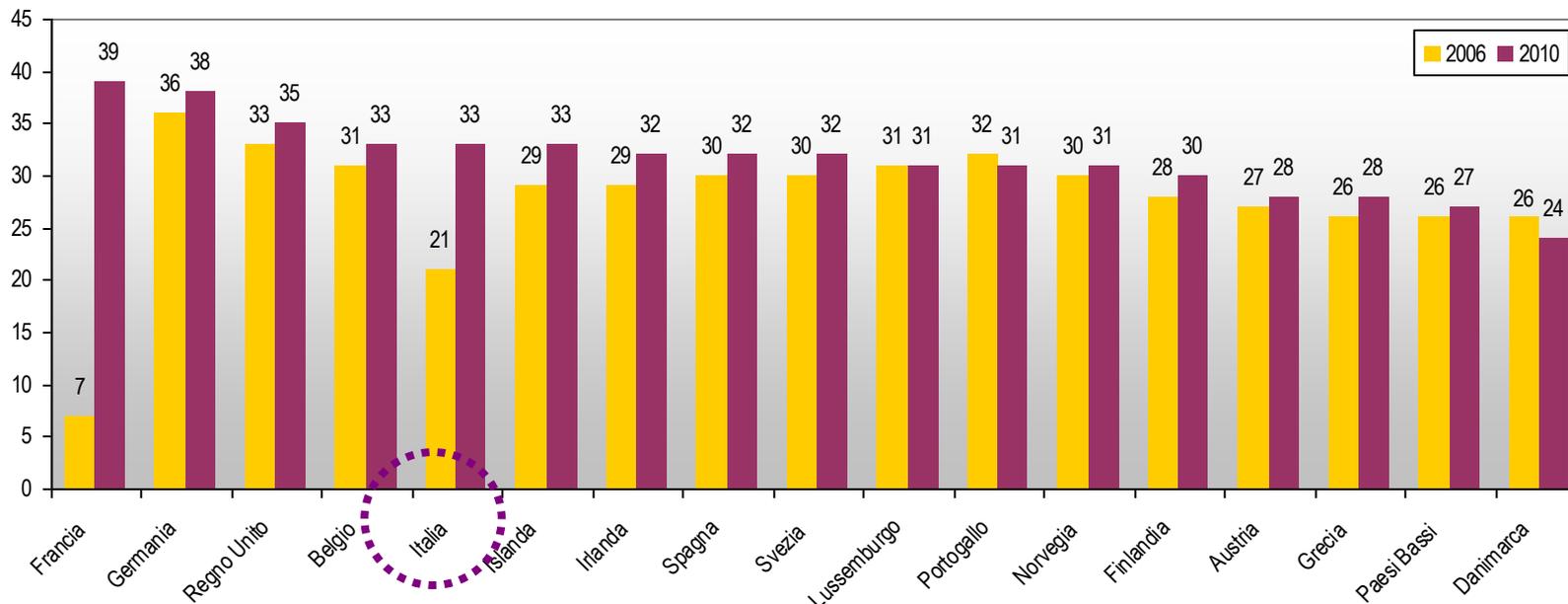
% di donne che partecipano al mercato del lavoro – 2006 e 2010



Ns. Elaborazioni su fonte “Rapporto Gender Gap Index 2010” del World Economic Forum

Italia è ultima

Statistiche – Italia a confronto con l’Europa dei 15 % di donne nei ruoli dirigenziali (legislatori, alti funzionari, manager), confronto 2006 e 2010

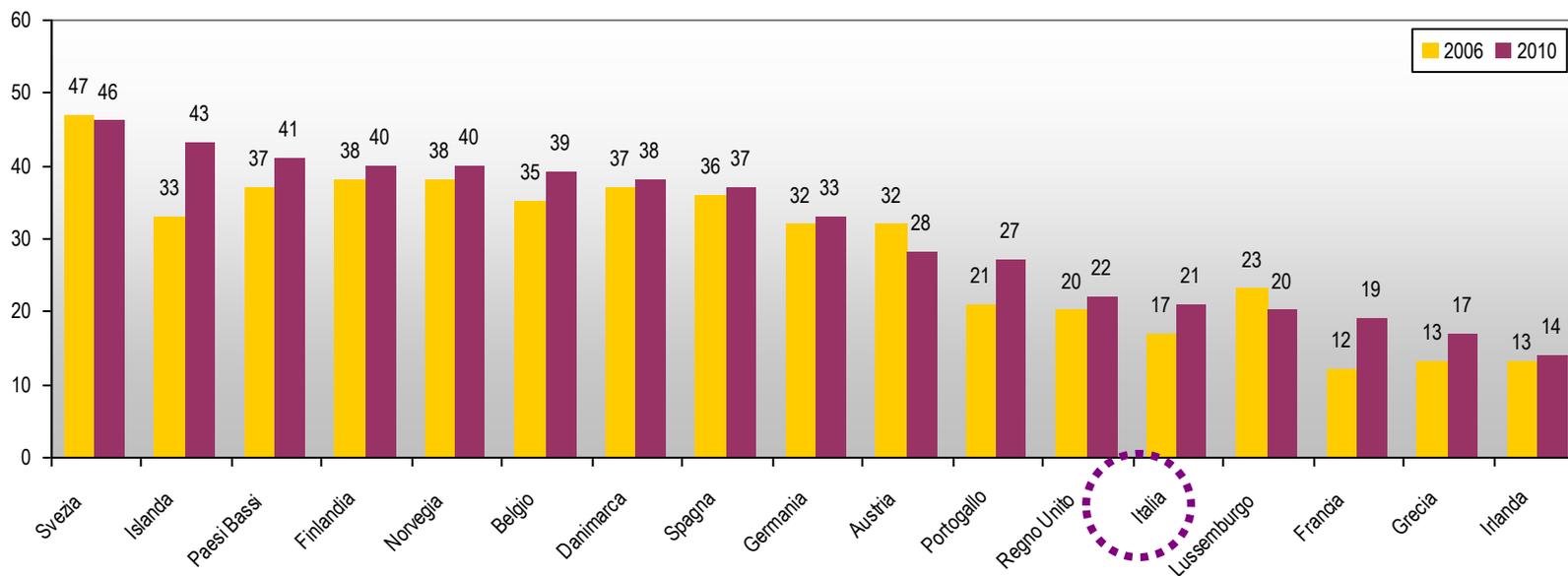


Ns. Elaborazioni su fonte “Rapporto Gender Gap Index 2010” del World Economic Forum

**Italia al 5 posto con il 33% dei ruoli dirigenziali coperti da donne
In 4 anni ha registrato il miglior tasso di crescita passando dal 21 al 33%**

Statistiche – Italia a confronto con l’Europa dei 15

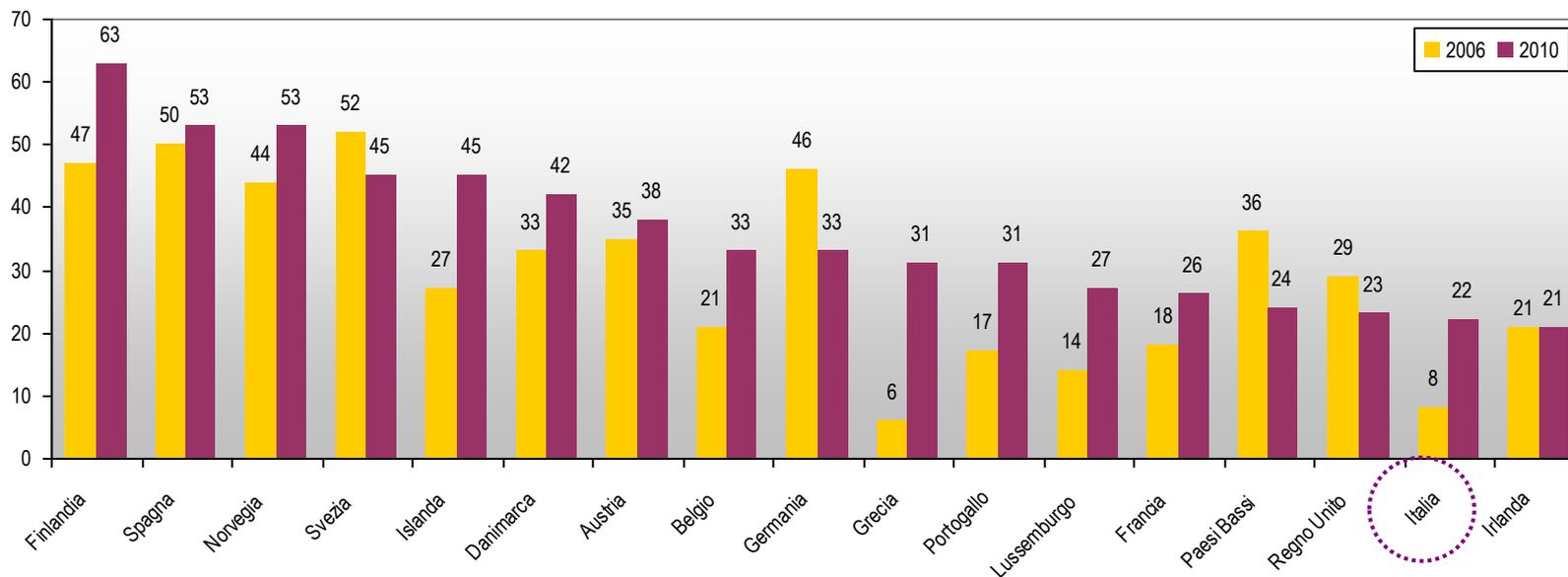
% di donne in Parlamento – 2006 e 2010



Ns. Elaborazioni su fonte “Rapporto Gender Gap Index 2010” del World Economic Forum

In Italia solo un quinto dei parlamentari è donna: 21% nel 2010.

Statistiche – Italia a confronto con l’Europa dei 15 % di donne in posizioni ministeriali – 2006 e 2010

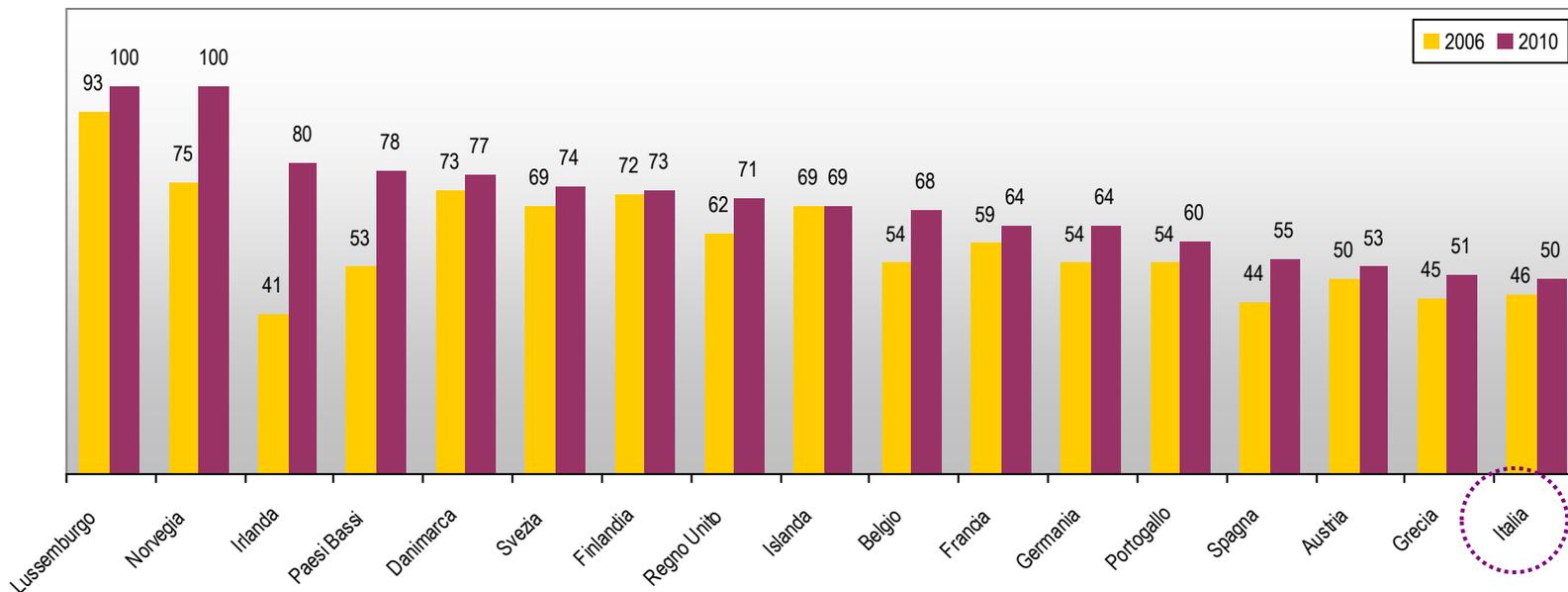


Ns. Elaborazioni su fonte “Rapporto Gender Gap Index 2010” del World Economic Forum

**Italia al penultimo posto con il 22%. Fa peggio solo l’Irlanda
Finlandia Norvegia e Spagna hanno una percentuale di donne superiore a quella degli uomini**

Statistiche – Italia a confronto con l’Europa dei 15

Rapporto % tra reddito medio femminile e maschile – 2006 e 2010



Ns. Elaborazioni su fonte “Rapporto Gender Gap Index 2010” del World Economic Forum

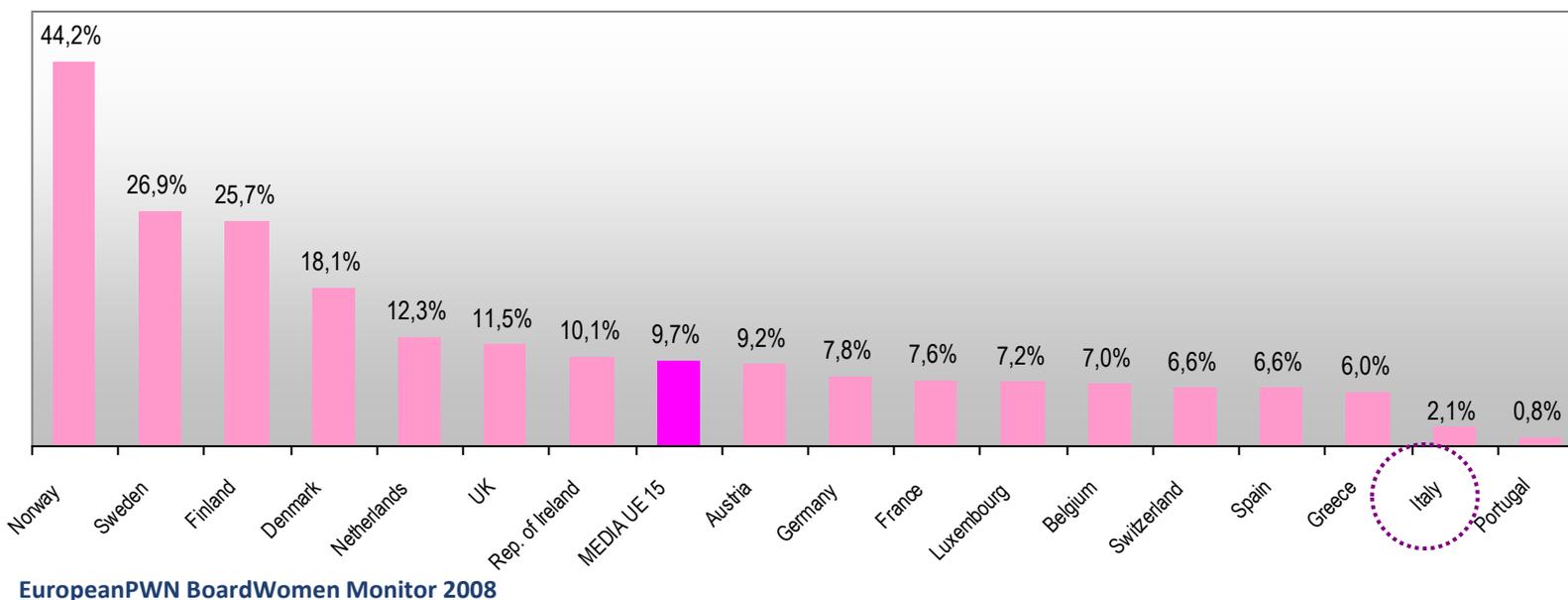
Italia è ultima: i valori medi dei redditi percepiti delle donne sono la metà di quelli maschili

Solo Norvegia e Lussemburgo mantengono la parità di reddito tra uomini e donne



Statistiche – Italia a confronto con l'Europa dei 15

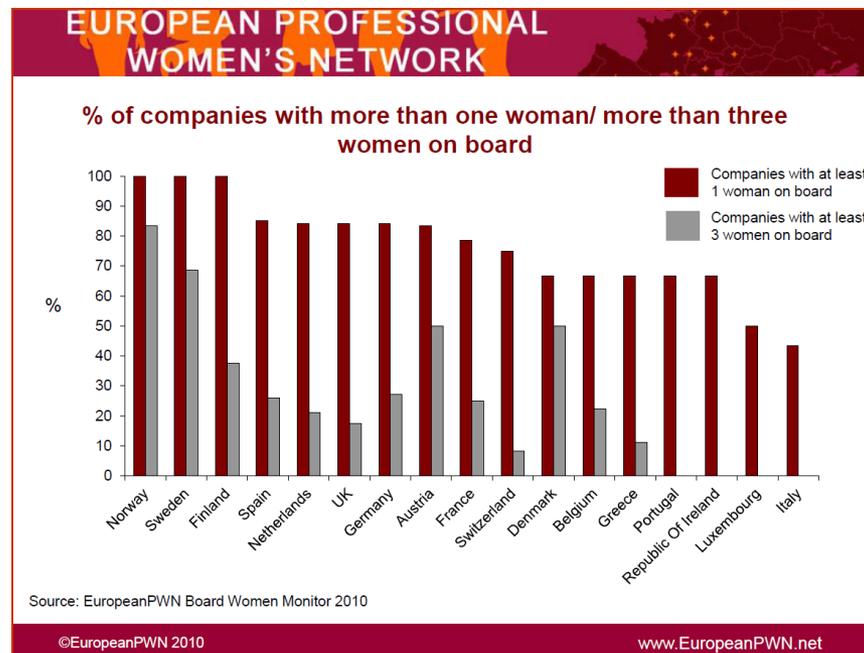
% di donne presenti nei board (Consigli di Amministrazione) delle società europee con capitalizzazione azionaria superiore a 1 milione di sterline



Italia penultima per numero di donne che compongono i Consigli di Amministrazione delle maggiori società per capitalizzazione in Europa.

Quadro delle principali leggi per favorire la cooptazione di donne nei CDA

Paese	Provvedimento
Norvegia	Quote Rosa del 40% nei CdA composti da oltre 9 membri. Sanzione: scioglimento della società.
Spagna	Raccomandazione che si pone l'obiettivo di raggiungere il 40% della presenza femminile nelle imprese maggiori entro il 2015. Nessuna sanzione, ma è previsto un trattamento di favore per le società che vi aderiscono.
Francia	Legge entrata in vigore nel 2010: fissa entro il 2016 il raggiungimento del 40% delle quote rosa nei CdA nelle prime 120 imprese del Paese. Sanzione non prevista: le società devono fornire una spiegazione sulle motivazioni.
Italia	Proposta di Legge Golfo Mosca: 1/3 dei posti nei consigli di amministrazione delle società quotate e a partecipazione pubblica oltre che nei collegi sindacali. La legge è stata approvata dalla Camera dei Deputati il 3 Dicembre 2010. (http://rassegna.governo.it/testo.asp?d=53440777)
Finlandia, Olanda, Svezia, Germania, Belgio, Uk	Codici di corporate governance.
Olanda	Codici di corporate governance, proposta di una quota legislativa.



% di compagnie con più di una donna/più di tre donne nei board

Compagnie con almeno 1 donna nel board



Compagnie con almeno 3 donne nel board





ANALISI DEI BILANCI

> Campione di 120 imprese della provincia di Ravenna



Metodologia della ricerca



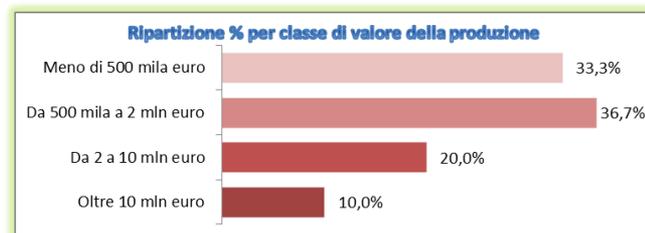
- Piano della ricerca e definizione dei criteri di selezione del campione e delle voci di bilancio da analizzare
- Analisi e normalizzazione della banca dati fornita dalla Camera di Commercio di Ravenna con le 7.287 società di capitali registrate nella Provincia al IV trimestre 2010
- Selezione di un **campione qualitativo** di 120 società di capitali della provincia di Ravenna, di cui 60 femminili
- Per ciascuna azienda estrazione dei bilanci civilistici (annualità 2004-2009) dal Registro delle Imprese della Camera di Commercio*
- Progetto e realizzazione banca-dati e inputazione delle voci di bilancio
- Normalizzazione dei dati, riclassificazioni ed elaborazioni
- Realizzazione tabelle, grafici e quadri di sintesi
- Redazione rapporto di ricerca

* Si ringrazia la Camera di Commercio di Ravenna per il supporto e la collaborazione

Composizione del campione qualitativo



10 aziende (di cui 5 femminili)
per 12 macro-settori di attività rappresentativi
dell'intero sistema economico provinciale



**70% del campione è composto da
micro imprese (meno di 2 mln di euro
di valore della produzione)**

Criteri di selezione → imprese femminili

- Scelta preferenziale per le imprese femminili “esclusive”, in secondo ordine “forti”, in terzo “maggioritarie”

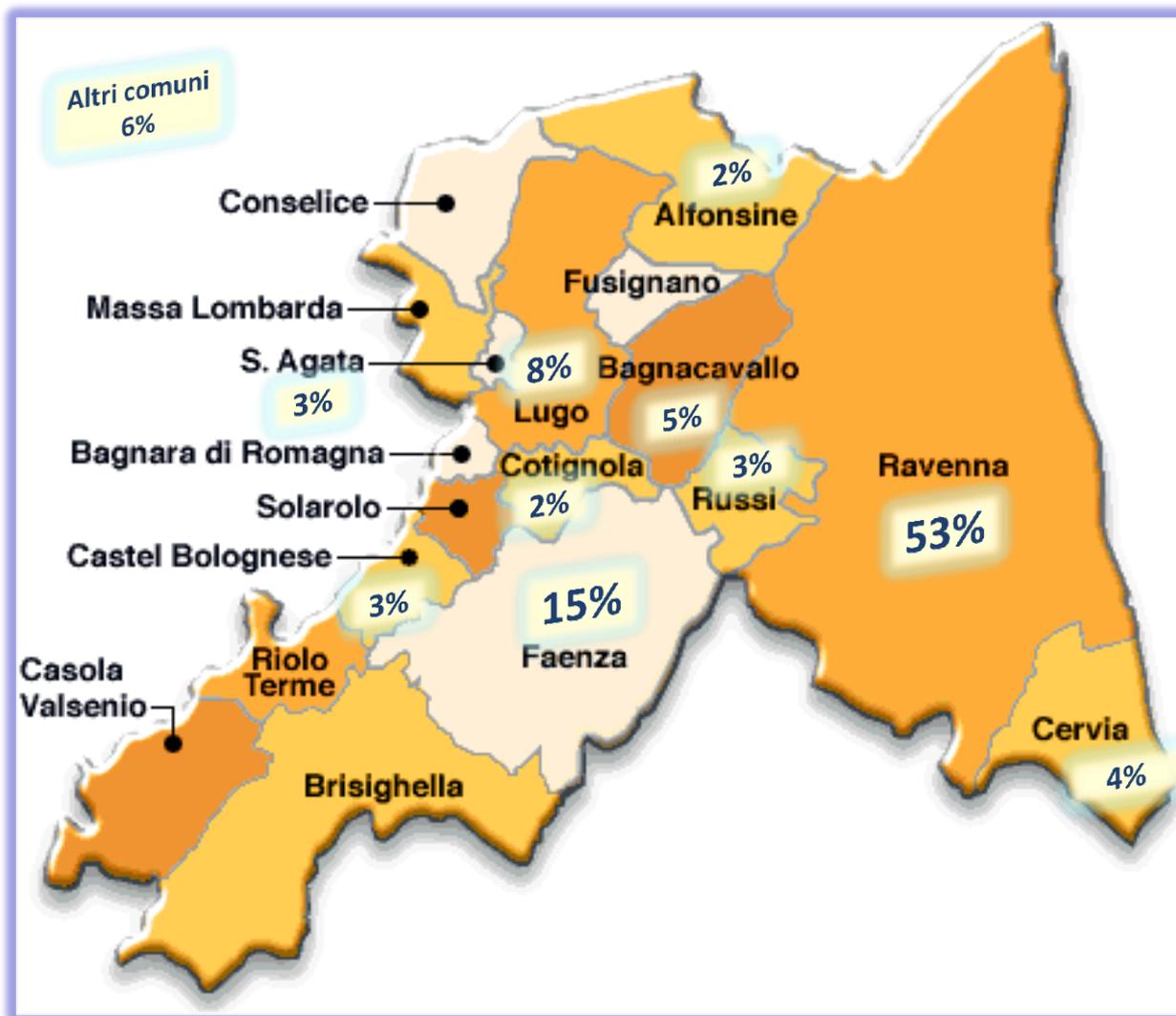
Criteri di selezione → imprese non femminili

- Selezione di imprese simili a quelle femminili già selezionate, per quanto riguarda tipologia di attività economica, valore della produzione, capitale sociale, numero di addetti.

OBIETTIVO

misurare in modo scientificamente corretto l'influenza del Fattore D nei comportamenti, performance e risultati di business dell'azienda

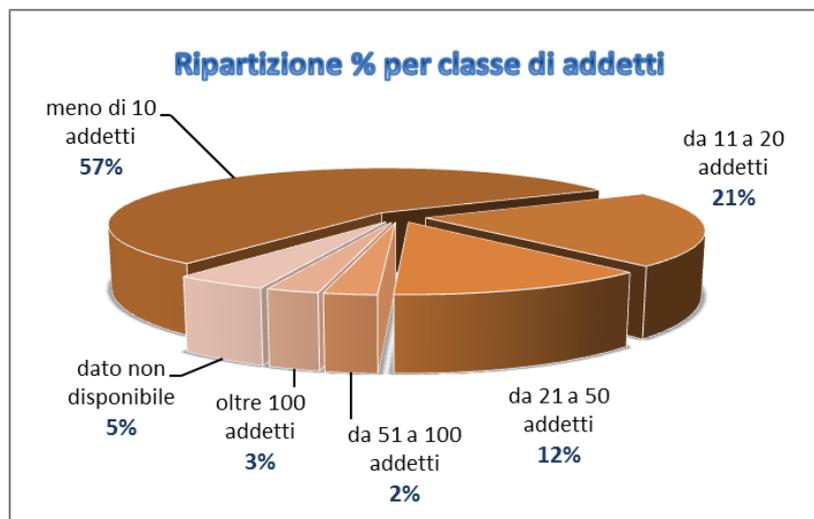
Analisi qualitativa delle 120 imprese SEDE LEGALE



Analisi qualitativa delle 120 imprese ALTRE CARATTERISTICHE

Addetti (fonte: banca dati camerale)

1.796 in totale, 15 in media



- **Anno di inizio attività**

- 34% dopo il 2000
- 34% negli anni '90
- 22% negli anni '80
- 8% negli anni '70
- 2% negli anni '60

- **Forma giuridica**

- 82,5% Srl
- 12,5% Srl con socio unico
- 5% SpA

- **Capitale sociale**

- 7% oltre 1 milione di euro
- 5% da 500 mila a 1 milione
- 13% da 100 mila a 500 mila
- 15% da 50 mila a 100 mila
- 17,5% da 20 mila a 50 mila
- 42% meno di 20 mila



Che cosa abbiamo analizzato

720 bilanci dal 2004 al 2009, **10** variabili, **13** indicatori

- Fatturato
- Costi del personale
- Valore aggiunto
- Reddito operativo
- Risultato ante imposte
- Immobilizzazioni immateriali
- Immobilizzazioni materiali
- ROI (Return on Investment)
- ROE (Return on Equity)
- LEVERAGE (Rapporto di indebitamento)

L'analisi è condotta facendo ricorso al calcolo dei valori medi* per ciascuna annualità rispetto a:

- tipologia d'impresa
(2 classi, femminile/non femminile)
- valore della produzione (4 classi)
- macro – attività (12 classi)

120 imprese



= imprese
femminili (IF)



= imprese non
femminili (NF)

Finalità → Scoprire se e in quale misura le imprese femminili sono più performanti, in quali settori di attività e per quali classi di valore della produzione



Quadro sinottico 1

Risultati per tipologia d'impresa

LEGENDA:

 = valori più elevati per le IF rispetto alle NF

 = valori più che doppi per le IF rispetto alle NF

 = valori più elevati per le NF rispetto alle IF

 = valori più che doppi per le NF rispetto alle IF

Fatturato Variazione media annua	+ 3,7%	- 1,4%	
Costi del personale Variazione media annua	+ 9,1%	+ 4%	
Valore aggiunto Variazione media annua	+ 7,8%	+ 3,4%	
Reddito operativo Rapporto % rispetto al valore della produzione	5,8%	3,8%	
Imprese con valore positivo	84,4%	80,7%	
Risultato ante imposte Media annua su valore della produzione	4%	1,5%	
Imprese in utile	83,4%	77%	
Immobilizzazioni materiali Variazione media annua	+ 17%	+ 19%	

Immobilizzazioni immateriali Variazione media annua	+ 24%	- 1,2%	
Rapporto % rispetto al totale delle immobilizzazioni	14,1%	13,2%	
ROI (Return On Investment) Valore medio annuo	6%	6,4%	
ROE (Return On Equity) Valore medio annuo	10,7%	10,4%	
Leverage (rapporto di indebitamento)* Valore medio annuo	11,3	11,7	

* In questo caso un valore più basso è migliore rispetto al più alto

Per le imprese femminili risultati e performance migliori rispetto a quelle maschili per 11 voci su 13

In 5 casi la differenza è più che doppia.



Quadro sinottico 2

Risultati per classe di valore della produzione

LEGENDA:

= valori più elevati per le IF rispetto alle NF

= valori più che doppi per le IF rispetto alle NF

= valori più elevati per le NF rispetto alle IF

= valori più che doppi per le NF rispetto alle IF

	> 10 mln €	2-10 mln €	0,5-2 mln €	<0,5 mln €
Fatturato Variazione media annua				
Costi del personale Variazione media annua				
Valore aggiunto Variazione media annua				
Reddito operativo Rapporto % rispetto al valore della produzione				
Imprese con valore positivo				
Risultato ante imposte Media annua su valore della produzione				
Imprese in utile				
Immobilizzazioni materiali Variazione media annua				

	> 10 mln €	2-10 mln €	0,5-2 mln €	<0,5 mln €
Immobilizzazioni immateriali Variazione media annua				
Rapporto % rispetto al totale delle immobilizzazioni				
ROI (Return On Investment) Valore medio annuo				
ROE (Return On Equity) Valore medio annuo				
Leverage (rapp. di indebitamento) Valore medio annuo				

Risultati molto positivi per le IF con valore della produzione < 2 mln di euro, con valori superiori in 11 casi su 13 sia nella fascia '0,5-2 mln' che in quella '<0,5 mln'

Risultati significativi per le IF anche nelle altre due fasce, con valori più elevati:

- in 7 casi su 13 nella classe '2-10 mln'
- in 4 casi nella classe '>10 mln'



Quadro sinottico 3

Risultati per settore di attività

LEGENDA:

= valori più elevati per le IF rispetto alle NF

= valori più elevati per le NF rispetto alle IF

= valori più che doppi per le IF rispetto alle NF

= valori più che doppi per le NF rispetto alle IF

	Agricoltura	Alloggio, ristorazione	Attività artistiche e sportive	Attività finanz., ass. e imm.	Attività manifatturiere	Attività prof., scient. e tecn.	Commercio	Costruzioni	Noleggio, Adv, serv. a imprese	Sanità, assistenza, serv. persona	Servizi ICT	Trasporto, magazzino
Fatturato - Variazione media annua												
Costi del personale - Variazione media annua												
Valore aggiunto - Variazione media annua												
Reddito operativo - Rapporto % rispetto al valore della produzione - Imprese con valore positivo												
Risultato ante imposte - Media annua su valore della produzione - Imprese in utile												
Immobilizzazioni materiali - Variazione media annua												
Immobilizzazioni immateriali - Variazione media annua - Rapporto % rispetto a tot. Immob.												
ROI (Return On Investment) - valore medio annuo												
ROE (Return On Equity) - valore medio annuo												
Leverage (rapp. di indebitamento) - valore medio annuo												

Agricoltura
Alloggio, ristorazione
Attività artistiche e sportive
Attività finanz., ass. e imm.
Attività manifatturiere
Attività prof., scient. e tecn.
Commercio
Costruzioni
Noleggio, Adv, serv. a imprese
Sanità, assistenza, serv. persona
Servizi ICT
Trasporto, magazzino

Imprese femminili al TOP in 7 settori su 12, in particolare in alcuni ritenuti «maschili» come:

- Costruzioni (valori superiori in 12 indicatori su 13);
- Attività finanziarie, assicurative e immobiliari (in 11)
- Trasporti e magazzino (in 10).

INTERVISTE DI APPROFONDIMENTO

> Campione di 120 imprese della provincia di Ravenna



IL QUESTIONARIO



1

L'INTERVISTATO E L'AZIENDA

2

**LEADERSHIP E
DIRIGENZA NELLE AZIENDE**

3

**DIPENDENTI E
COLLABORATORI**

4

**L'AZIENDA
DURANTE LA CRISI ECONOMICA**

5

**POLITICHE DI CONCILIAZIONE
FAMIGLIA-LAVORO
E PARI OPPORTUNITA'**

Aziende che hanno aderito all'intervista

Nel complesso hanno aderito 80 imprese su 120 (67%), di cui:

42 (SU 60) **IMPRESE FEMMINILI** - **38** (SU 60) **NON FEMMINILI**

70% di adesione

63% di adesione



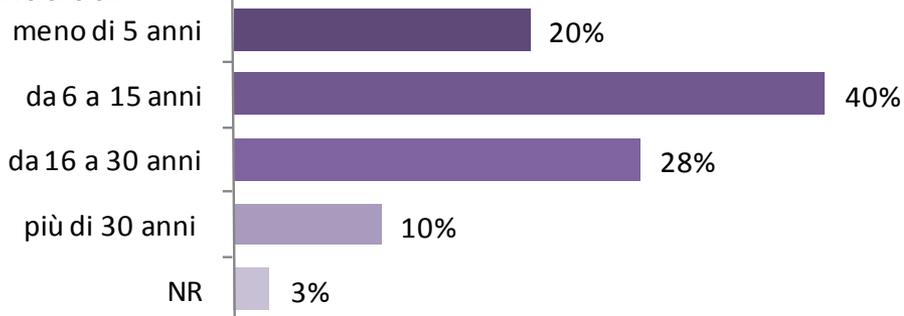
Gli intervistati



46 DONNE (58%) - 34 UOMINI (42%)

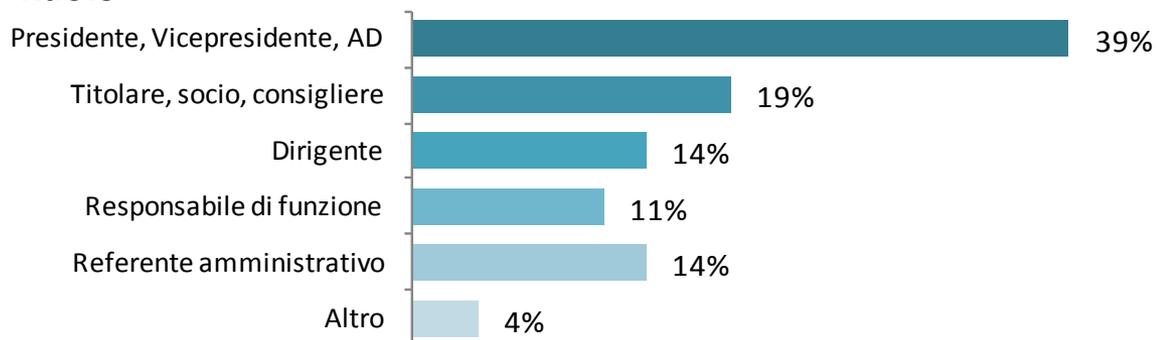


In azienda da:



- **78% degli intervistati lavora in azienda da più di 6 anni**

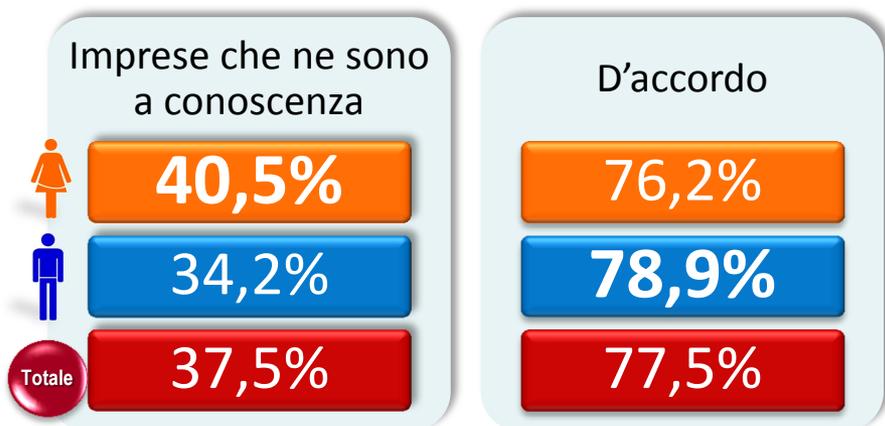
Ruolo



- **L'83 % occupa ruoli di vertice o dirigenziali**



Studi internazionali dimostrano che “le imprese con leadership femminile ottengono risultati economici migliori”: Lo sapevate? Siete d'accordo?



Avivah Wittenberg-Cox
CEO of the consultancy
20-first, one of the
world's leading gender
consultancies.

Sì, è vero, perché le donne ...

- “... sono più organizzate e precise, concrete e produttive, lavorano in modo più analitico, sono più ordinate”
- “... vedono da molte angolazioni diverse, sanno fare più cose allo stesso tempo, sono più flessibili ed elastiche, più duttili e disponibili ai cambiamenti”
- “... hanno una maggiore attitudine alla dirigenza”
- “... ci mettono più impegno e grinta, sono più tenaci e aggressive, sono più intraprendenti”

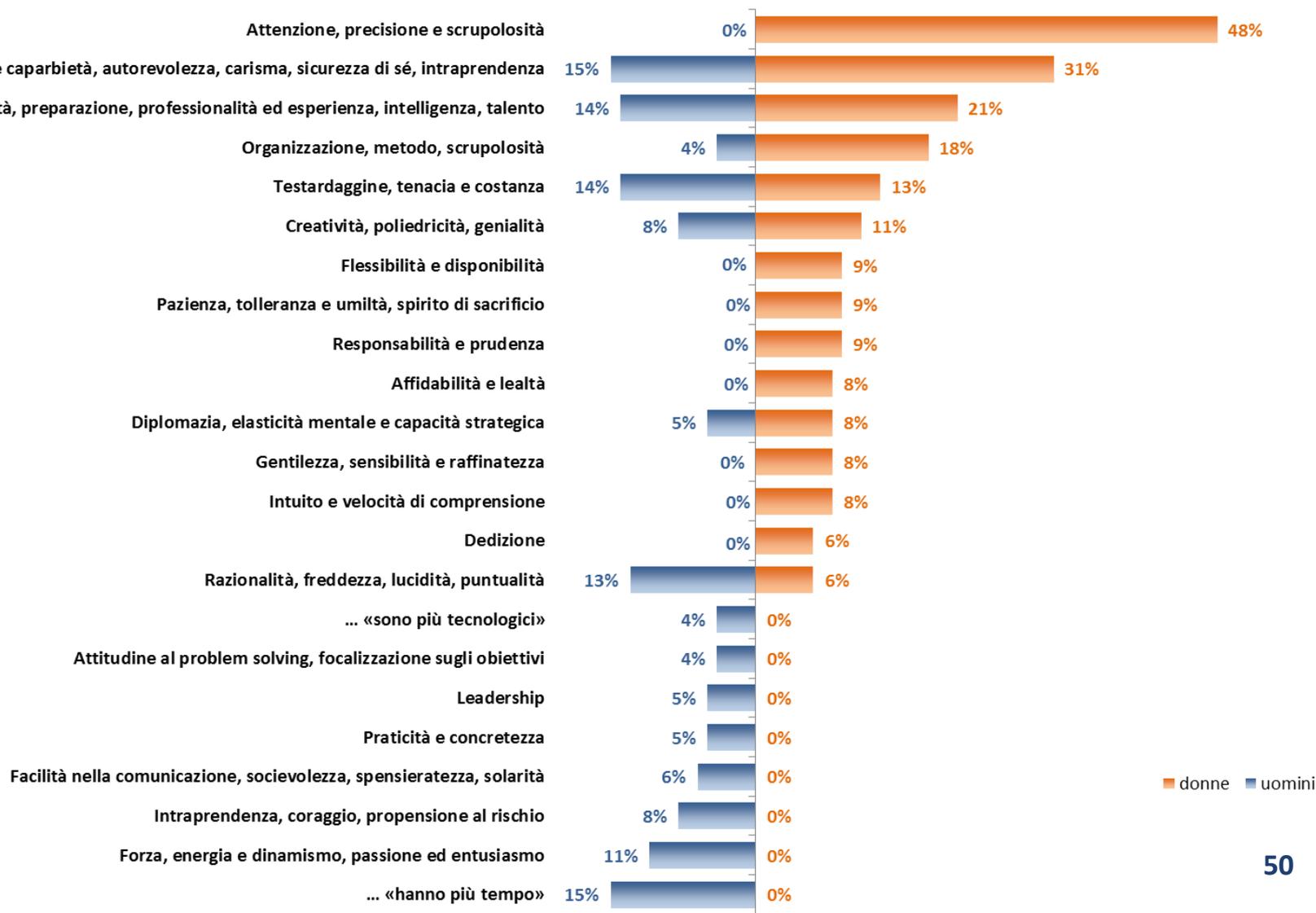
A livello dirigenziale quali sono le caratteristiche che contraddistinguono uomini e donne?



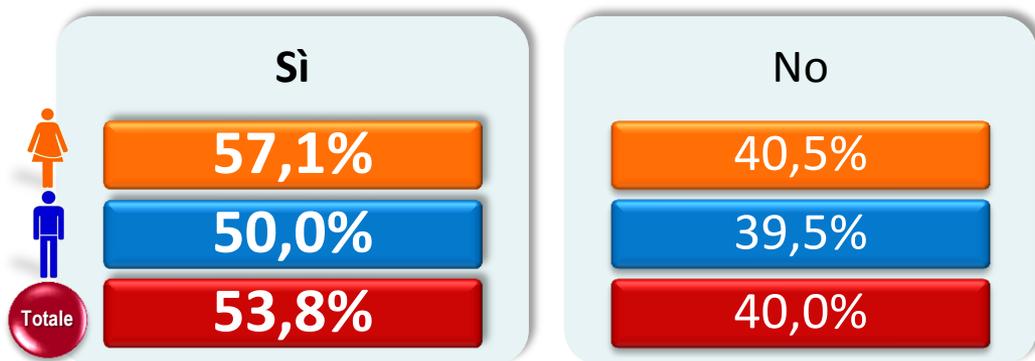
The Difference Between Women & Men



A livello dirigenziale quali sono le caratteristiche che contraddistinguono uomini e donne?



Nel territorio le donne hanno maggiori difficoltà (rispetto agli uomini) nella loro carriera professionale?

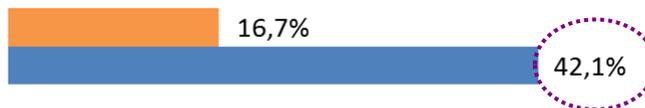


Perché ...

Mentalità maschilista e cultura Romagnola: "l'uomo è il capo", "l'uomo tende a scegliere l'uomo", "la donna è la segretaria"



Pochi servizi per agevolare la maternità e favorire la conciliazione famiglia-lavoro



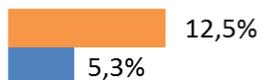
Difficoltà di avanzamento in termini di stipendio e carriera: "la donna deve dimostrare di più"



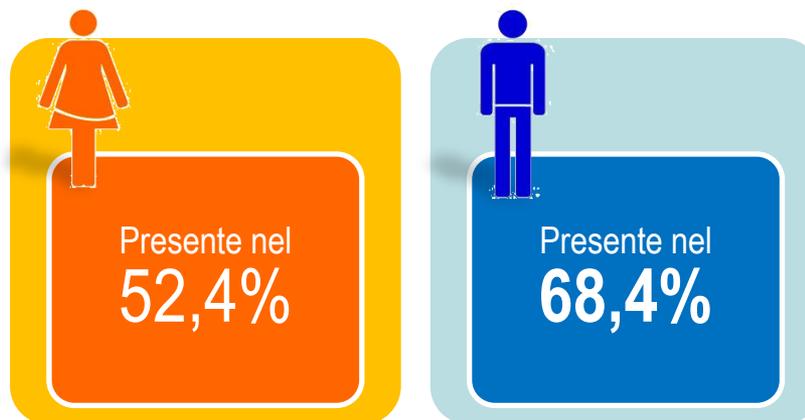
"esistono ancora differenze di genere", "sei più ascoltata se vai in banca accompagnata da un uomo"



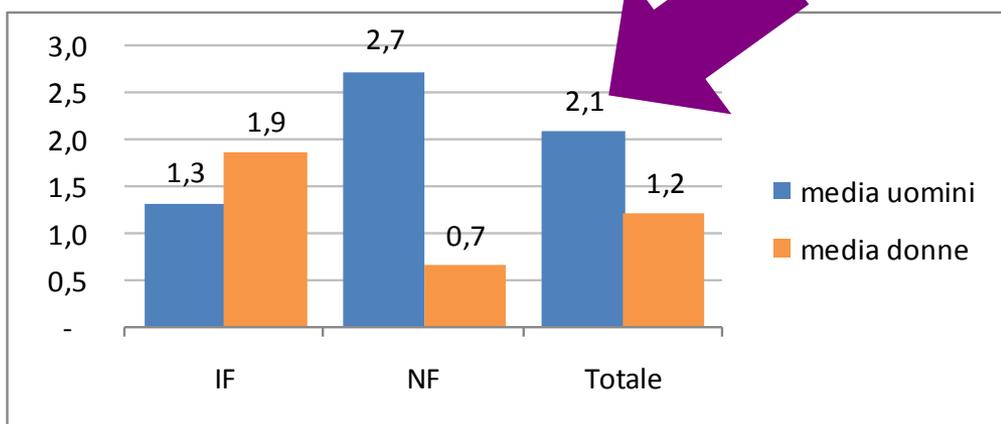
"il nostro lavoro non è sicuro per una donna", "le donne non hanno la carriera come priorità"



C'è il Consiglio d'Amministrazione? Come è composto?

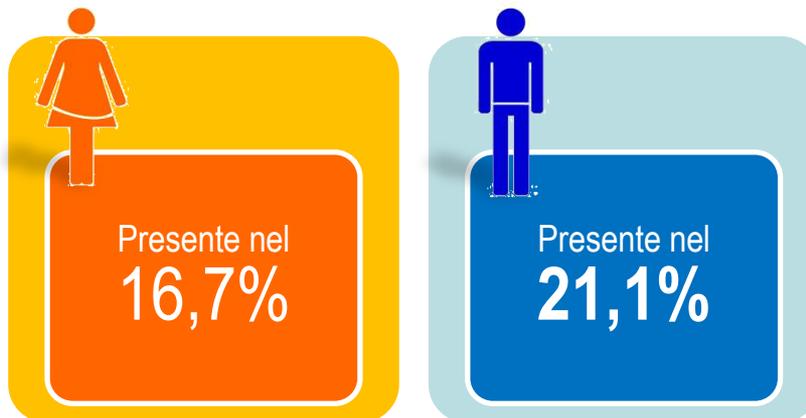


Composizione media di un CdA

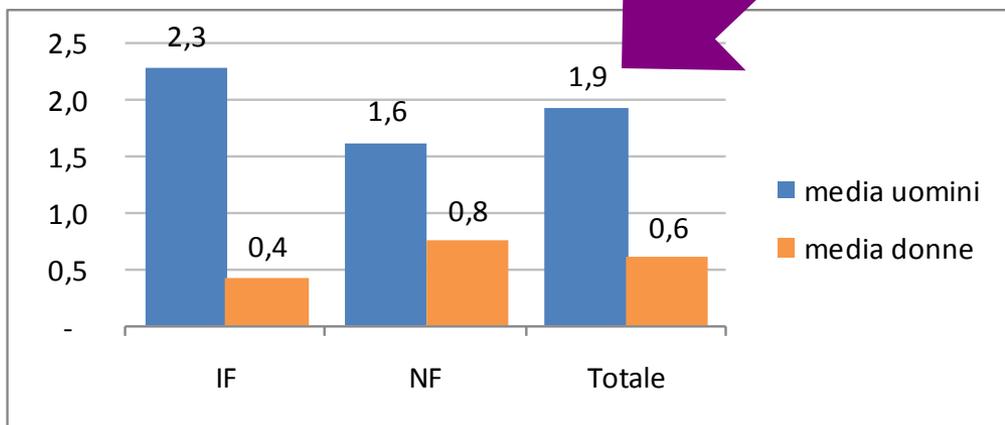


In media gli uomini sono
circa il doppio delle donne

C'è il Collegio dei revisori? Come è composto?

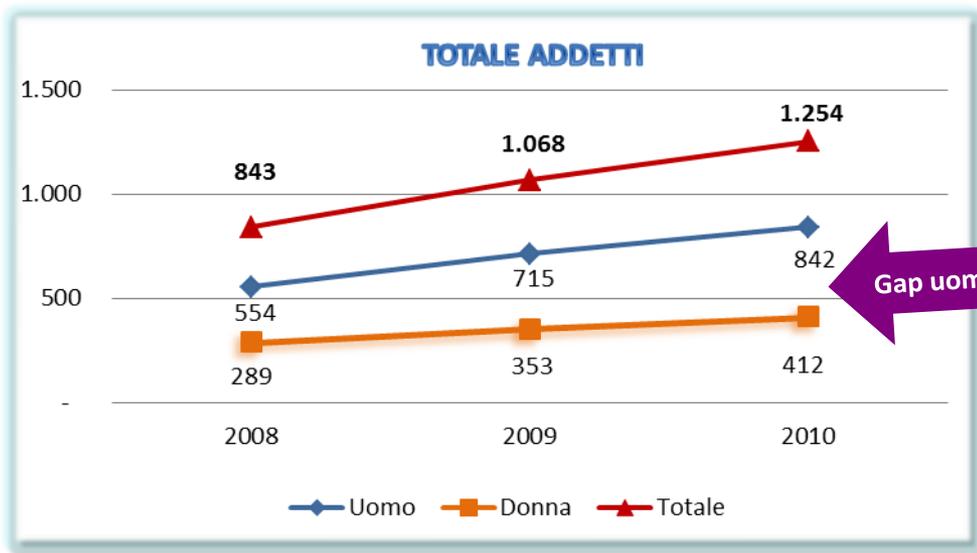


Composizione media



**In media il rapporto
donne-uomini
è di 1 a 3**

Qual è stato l'andamento degli addetti nel triennio 2008 – 2010?

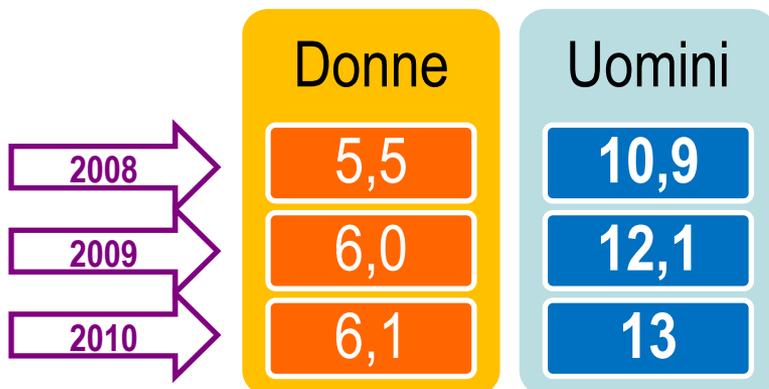


Gli uomini sono oltre 2/3 del totale

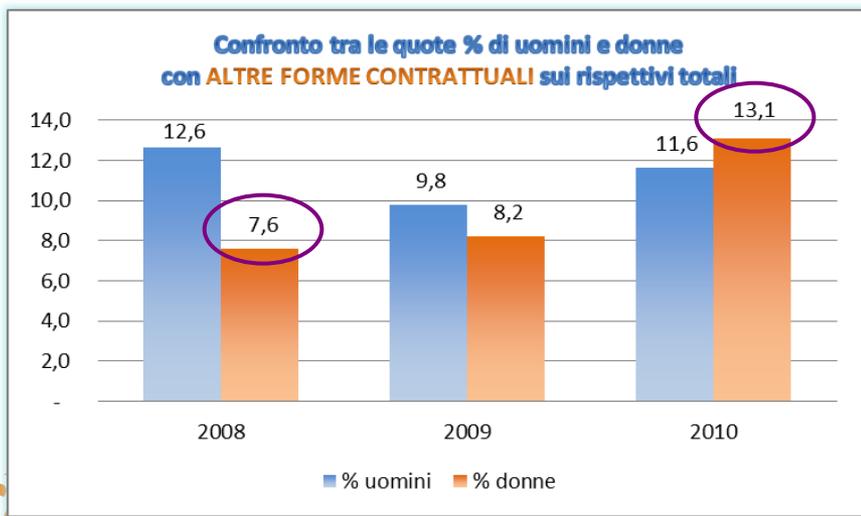
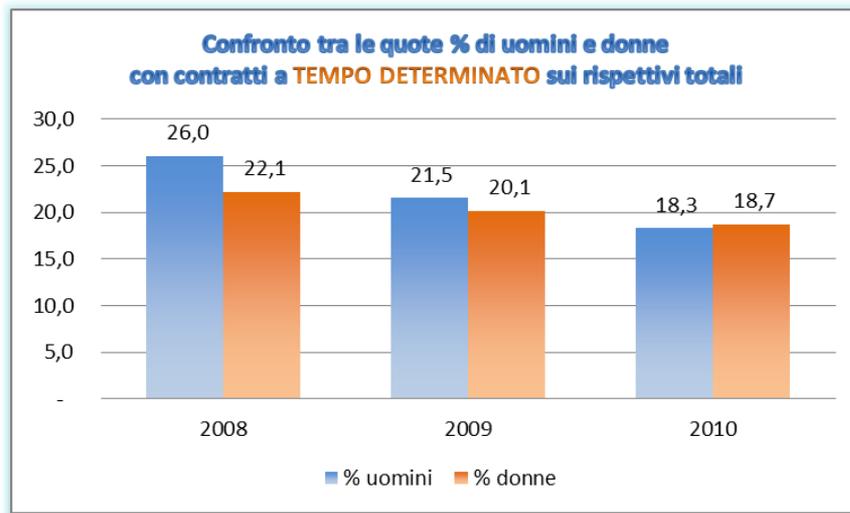
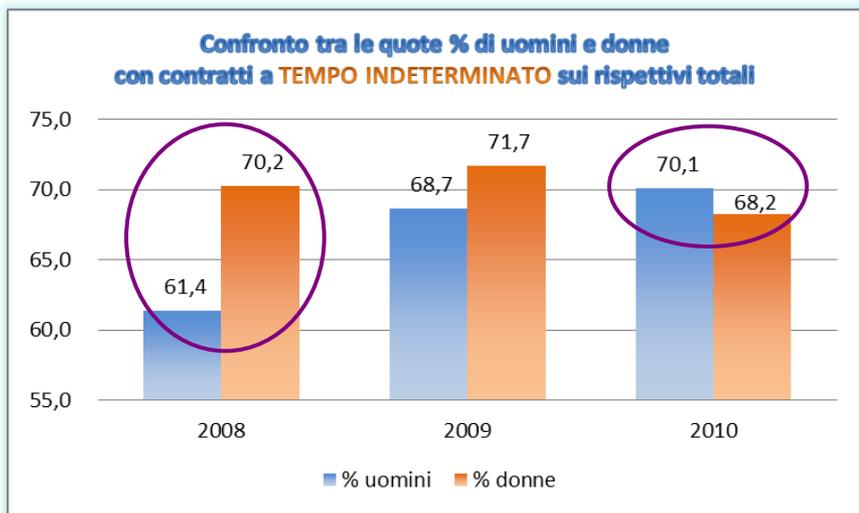
- + 52% PER GLI UOMINI
- + 43% PER LE DONNE

In media nel 2010 ogni tre dipendenti **1 è donna e 2 sono uomini**

MEDIA DEGLI ADDETTI PER AZIENDA



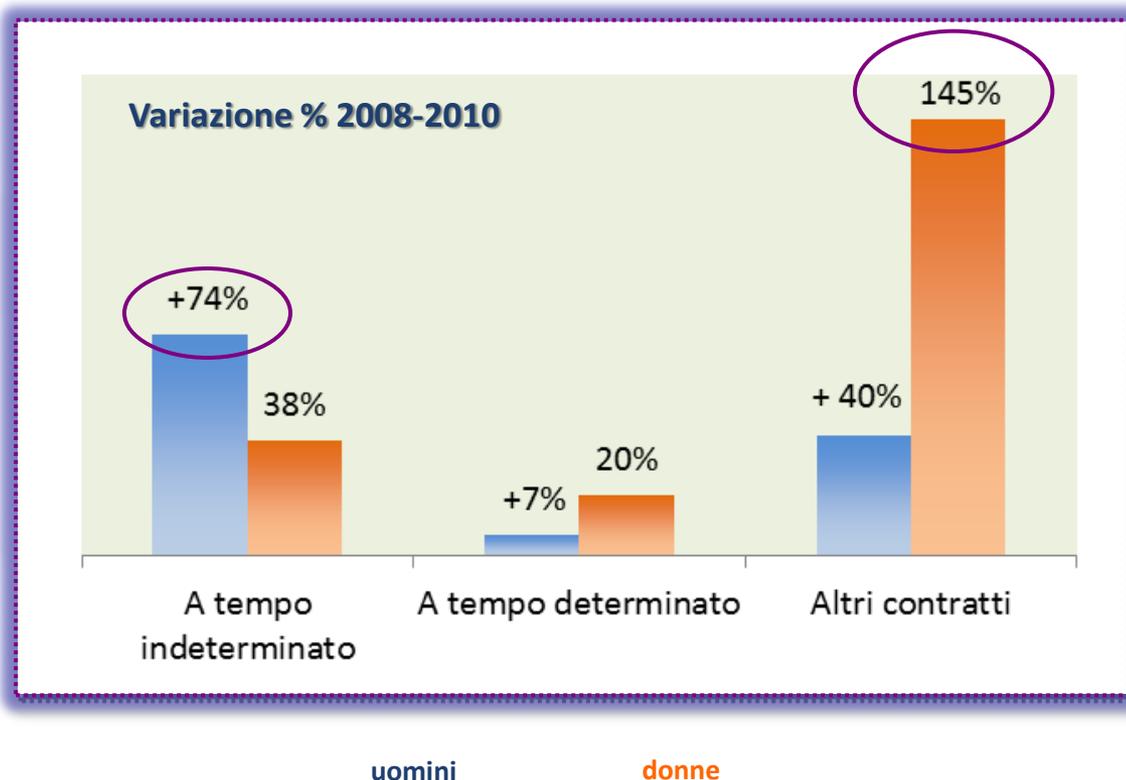
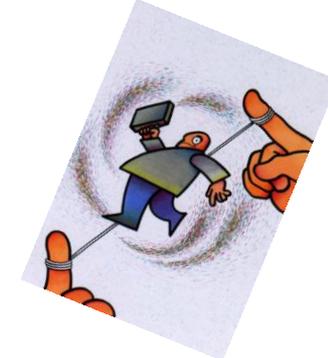
Come si sono modificate le tipologie di contratto per gli addetti nel triennio 2008-2010? (a)



Per le donne in calo i contratti a tempo indeterminato

«Raddoppiano» gli atipici

Come si sono modificate le tipologie di contratto per gli addetti nel triennio 2008-2010? (b)

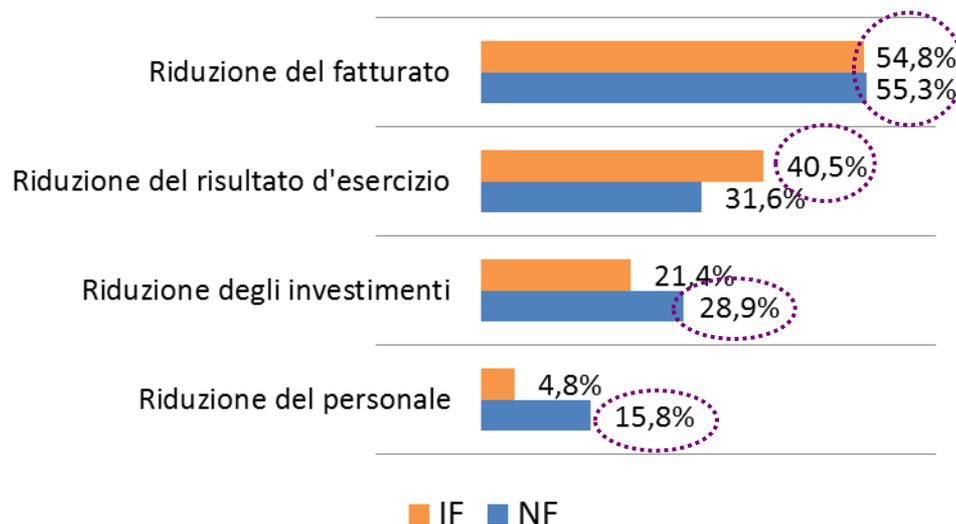
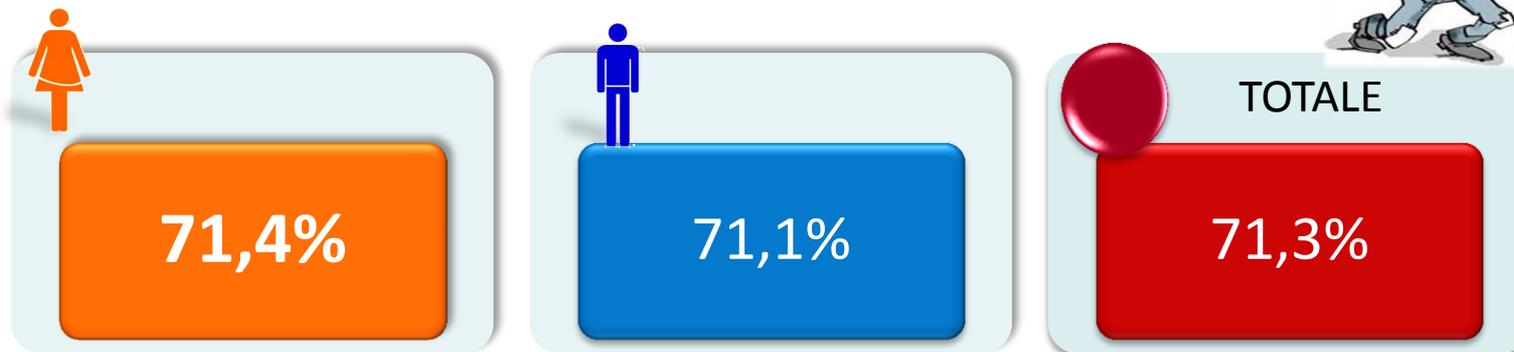


Il numero di **uomini** con contratto a **tempo indeterminato** cresce ad tasso doppio rispetto alle donne (+74% contro + 38%)

+ 145% le forme contrattuali atipiche per le donne contro il + 40% dei colleghi uomini

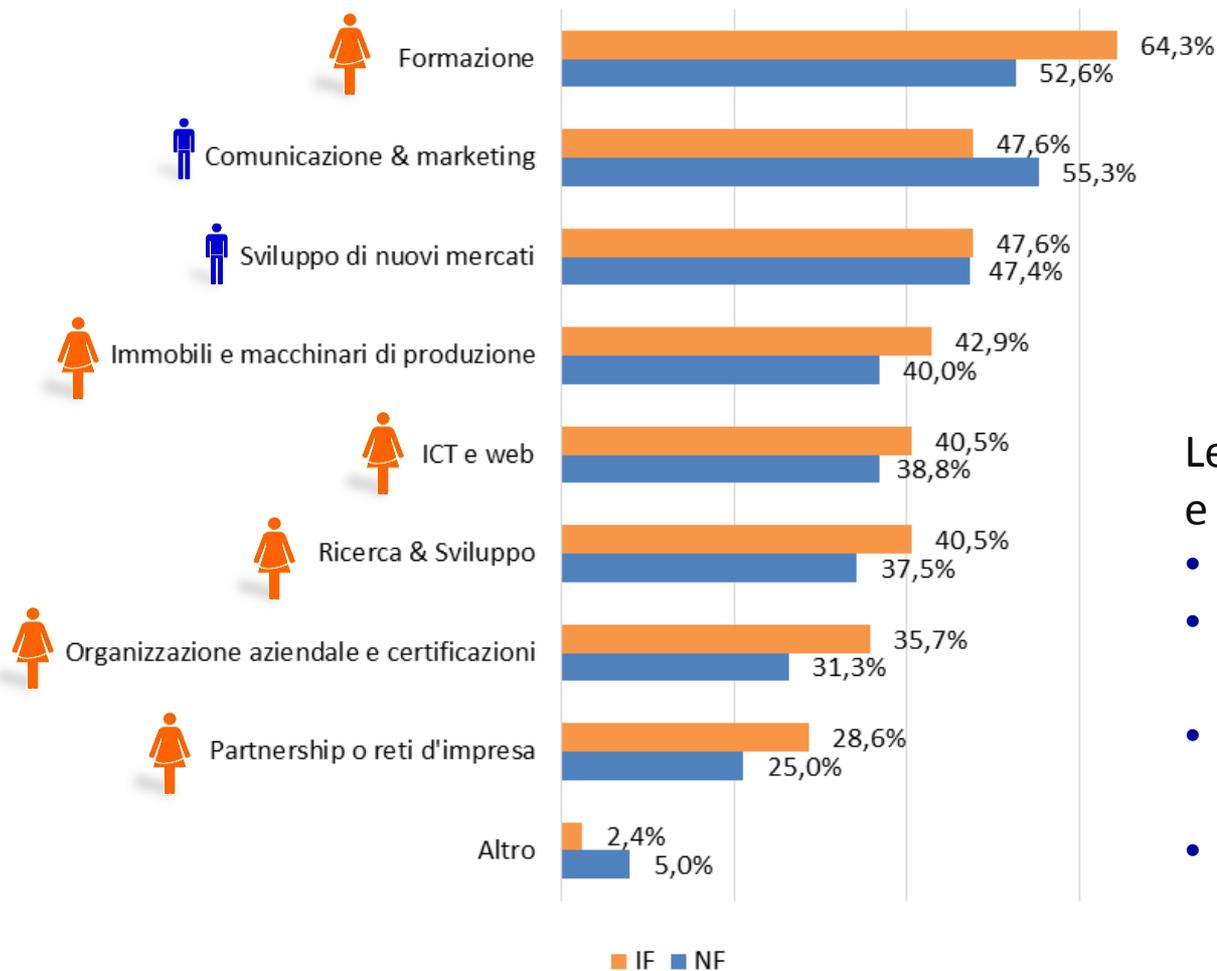


Quante aziende hanno risentito della crisi tra il 2008 e il 2010? Con quali effetti?





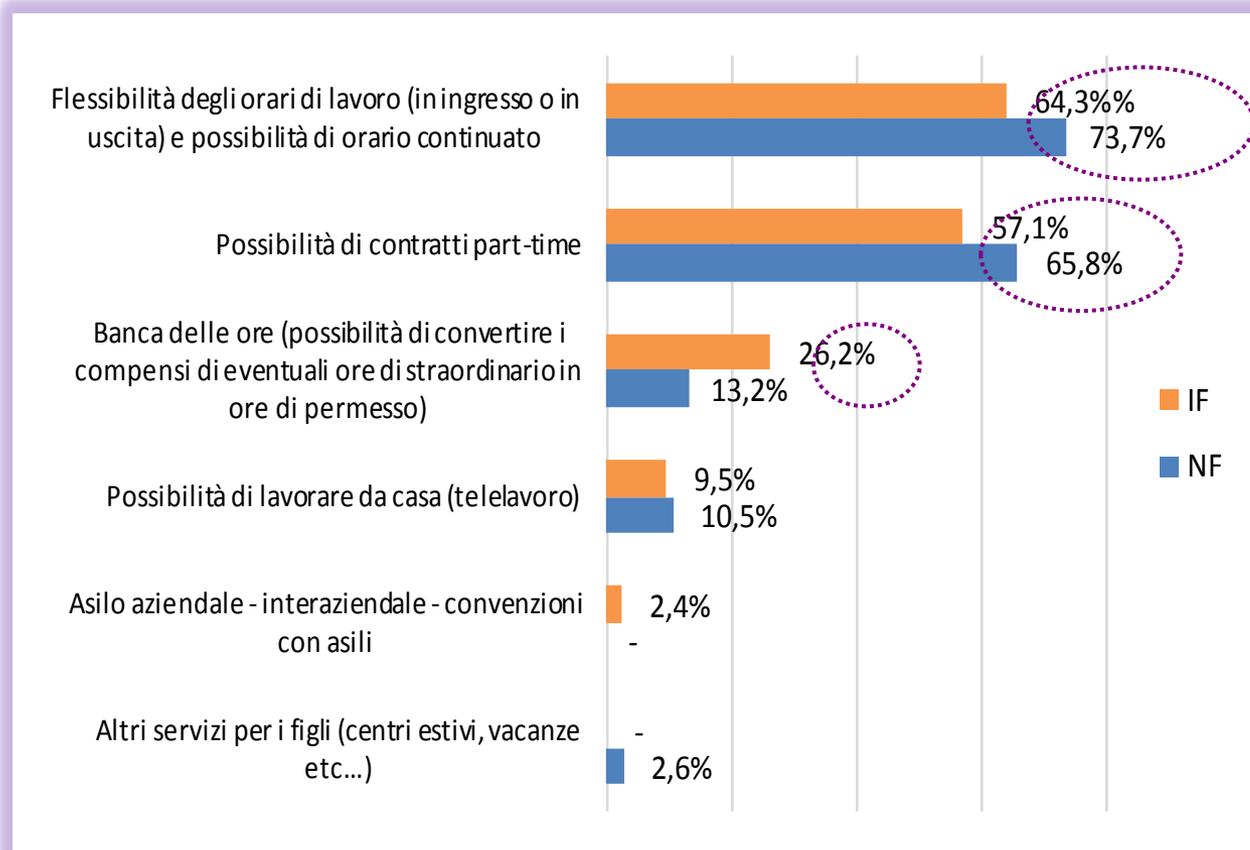
Quali investimenti pensa di realizzare nel 2011-2012 per superare la crisi?



Le differenze maggiori tra IF e NF si riscontrano per

- Formazione (+ 12%)
- Organizzazione aziendale e certificazioni (+ 4%)
- Partnership o reti d'impresa (+ 3,5%)
- Ricerca & Sviluppo (+ 3%)

Quali politiche di conciliazione vita-lavoro ha realizzato l'impresa?

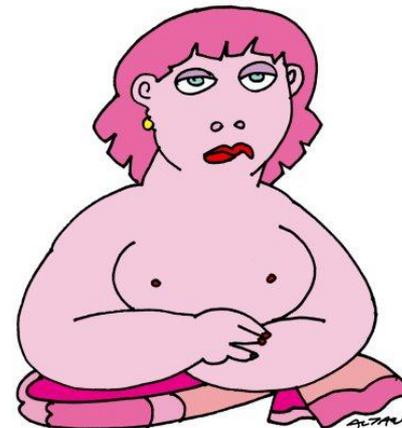


Sono soprattutto le donne dipendenti a chiedere l'attuazione di politiche di conciliazione vita-lavoro
In 1/3 dei casi la richiesta proviene direttamente dal management.

Avete adottato misure specifiche per favorire le pari opportunità tra uomini e donne?

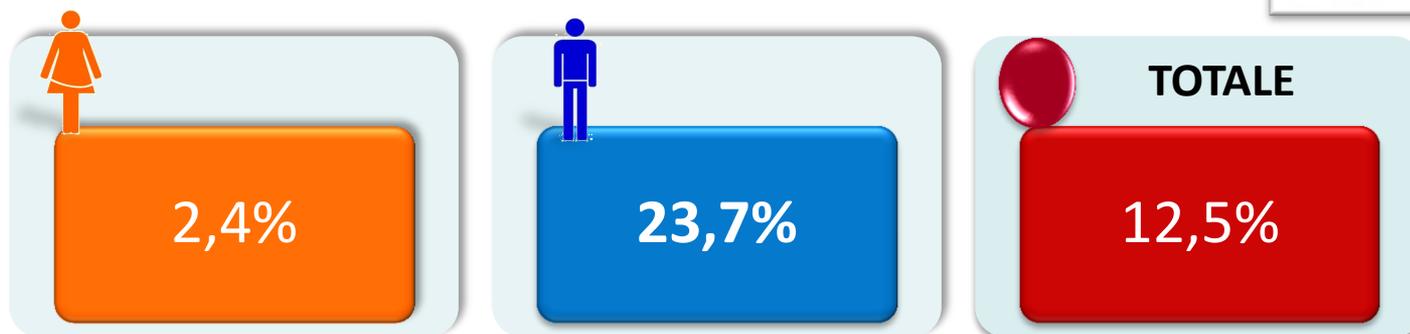


NON VORREI AVER COMMESSO
UN'IMPRUDENZA,
A NASCERE DONNA.



L'87,5% delle aziende intervistate non ha mai adottato misure specifiche per sostenere le pari opportunità

Avete realizzato iniziative di marketing e comunicazione orientate a una clientela femminile?



Alcune motivazioni sui NO ...

- *Il nostro settore (i nostri prodotti-servizi) si rivolgono solo a uomini oppure a uomini e donne senza distinzioni: "non abbiamo (o non saprei) identificare una clientela specificatamente femminile", "le donne non sono il nostro target", "la tipologia di mercati a cui si rivolge l'azienda non permette iniziative di questo tipo»*
- *Non riteniamo necessario svolgere iniziative di marketing dedicate specificatamente alle donne, non ne abbiamo il tempo, non è di nostra competenza*

Eppure ... il 53% delle imprese intervistate (soprattutto quelle femminili, con il 62%) sa che le donne decidono l'80% dei consumi!

Come valuta la proposta di legge che dal 2015 obbligherà le aziende quotate in borsa a riservare nei CdA almeno il 30% dei posti al genere meno rappresentato?

67% delle IF e 68% delle NF è d'accordo, per queste ragioni:

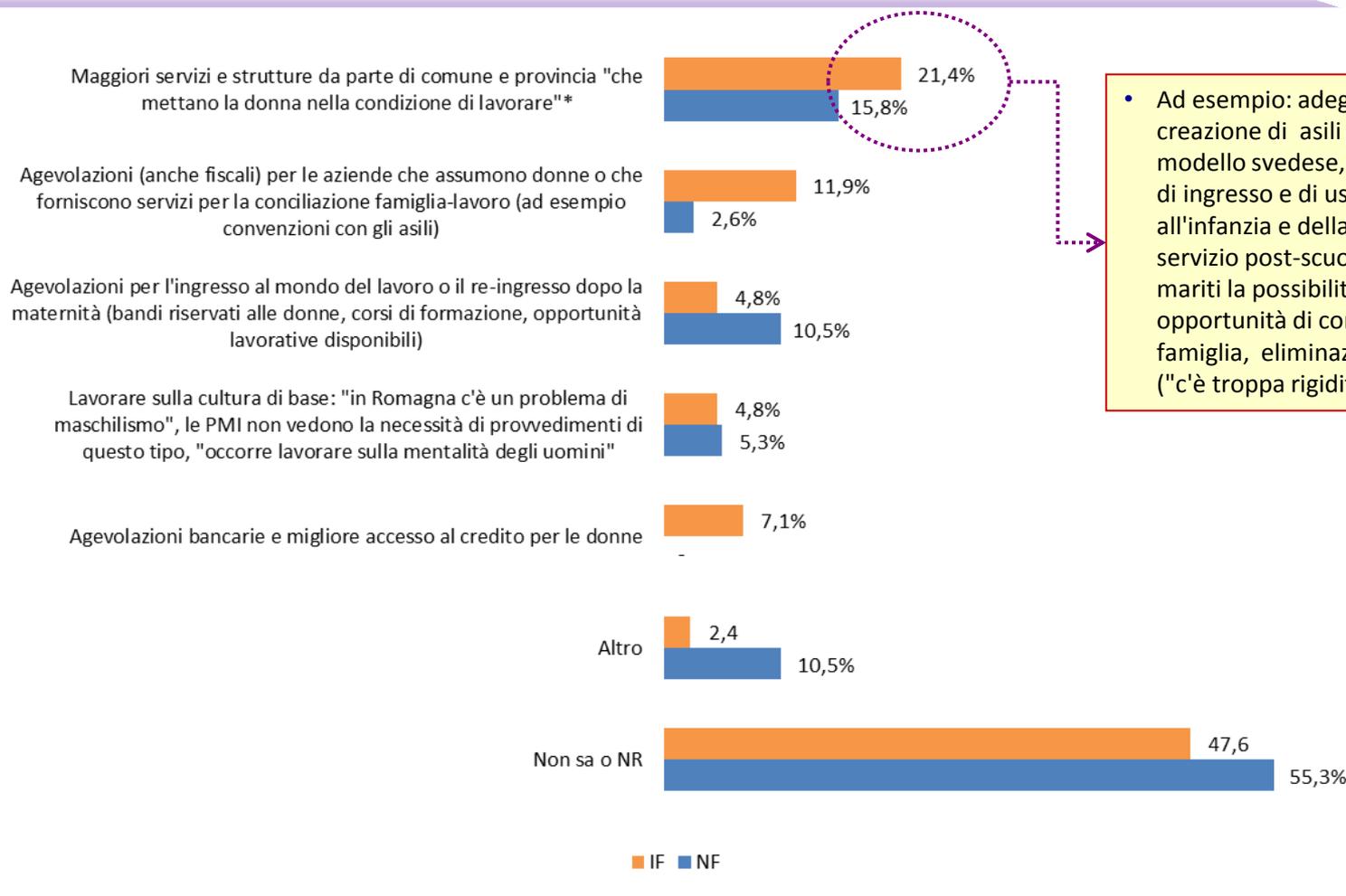
- **Pari opportunità**
 - "bisogna dare più opportunità alle donne, il nostro mondo è troppo vecchio e ci sono troppi uomini",
 - "è utile per combattere la diffusa mentalità maschilista",
 - "l'importante è che la quota sia paritaria per uomini e donne"
- **Capacità**
 - "le donne hanno grandi capacità",
 - "le donne sono competenti e all'avanguardia",
 - "l'esperienza femminile è l'altro lato della società",
 - "le donne possono svolgere un ruolo fondamentale nella gestione della società"
- **Estrema ratio:**
 - "è l'unico modo per forzare un po' la cosa",
 - "è una corsia obbligatoria",
 - "altrimenti alle donne non viene dato potere"

26% delle IF e 29% delle NF NON è d'accordo perché:

- "è una questione di merito e non di sesso",
- "si entra nel cda per merito e non per legge"
- "obbligare è quasi offensivo per le donne "
- "vorrei che le donne entrassero nei cda senza vincoli",
- "obbligare è sbagliato"
- "se lo possono conquistare da sole",
- "se le donne non avanzano di carriera è colpa loro"



Quali provvedimenti ritiene necessari per valorizzare il talento femminile (domanda a risposta aperta)



- Ad esempio: adeguato numero di asili o creazione di asili interaziendali su modello svedese, flessibilità negli orari di ingresso e di uscita dei servizi all'infanzia e della scuola primaria, servizio post-scuola, condividere con i mariti la possibilità di accedere a opportunità di conciliazione lavoro-famiglia, eliminazione della burocrazia ("c'è troppa rigidità")



I NODI DA SCIogliere

> per sostenere il Fattore D e rimettere in moto la crescita



	Europa	Italia	Ravenna / E-R
FATTORE D HA EFFETTI ECONOMICI	<ul style="list-style-type: none"> più donne nell'economia = più crescita, economica e sociale LEGGI NAZIONALI PER SOSTENRE LE START-UP FEMMINILI 	<ul style="list-style-type: none"> più donne nei CDA = 'minore rischiosità', più ricavi, più profitti, migliore resistenza alla crisi 23,4% il tasso di femminilizzazione, Le imprese femminili aumentano Tassi di femminilizzazione sopra la media in molte regioni del SUD 	<ul style="list-style-type: none"> imprese femminili con risultati migliori in 11 voci di bilancio su 13) 20,6% il tasso di femminilizzazione, più basso rispetto a media nazionale tassi di crescita positivi, più elevati, in controtendenza rispetto alle imprese totali
DONNE E LAVORO	<ul style="list-style-type: none"> 60% tasso occupazione 9% tasso disoccupazione Islanda, Norvegia, Finlandia e Svezia nei primi 4 posti del Gender Gap Index 2010 	<ul style="list-style-type: none"> 46% tasso occupazione 9% tasso disoccupazione 74 posizione (su 134) nel Gender Gap Index 2010, come il Gambia Italia agli ultimi posti in Europa Le donne laureate guadagnano il 30% in meno degli uomini Più contratti atipici, meno a tempo indeterminato 	<ul style="list-style-type: none"> 61% tasso occupazione 8% tasso disoccupazione <p>Eppure</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 sola donna ogni 3 dipendenti Le donne occupate crescono meno Contratti atipici: + 145% donne, + 40% uomini Contratti a tempo indeterminato: + 38% donne, + 74% uomini
LEADERSHIP FEMMINILE	<ul style="list-style-type: none"> Donne sempre di più nei board delle imprese, anche in settori «maschili» Lo stile manageriale 'al femminile' migliora le performance aziendali Quote rosa già applicate o in corso di applicazione 	<ul style="list-style-type: none"> LEGGE PER LE QUOTE DI GENERE IN CORSO DI APPROVAZIONE meno del 15% di donne nei CdA delle imprese più grandi Tra gli ultimi in Europa anche nelle istituzioni pubbliche 	<p>In un campione bilanciato (50% IF):</p> <ul style="list-style-type: none"> nei CdA 1 donna ogni 2 uomini nei collegi dei revisori 1 donna ogni 3 uomini Il 60% dei presidenti, dei DG e di altre posizioni dirigenziali è uomo
POLICY E SERVIZI	<ul style="list-style-type: none"> Molti paesi (in primis gli scandinavi), all'avanguardia su politiche di conciliazione famiglia-lavoro Molti interventi per sostenere imprenditoria, lavoro femminile e quote di genere 	<ul style="list-style-type: none"> Provvedimenti per la conciliazione famiglia-lavoro meno incisivi Proposta di legge per quote di genere nei CdA Nessuna proposta per il livello politico e istituzionale 	<p>Le imprese chiedono:</p> <ul style="list-style-type: none"> maggiori servizi (più asili, più flessibilità, servizi post-scuola, etc.) agevolazioni per chi assume donne e realizza servizi e politiche per a conciliazione <p>Il 50% non sa indicare alcun provvedimento</p>
CULTURA E BILINGUISMO DI GENERE	<ul style="list-style-type: none"> Le donne decidono l'80% degli acquisti Sono un target più profittevole Il 70% delle start-up è avviato da donne 	<ul style="list-style-type: none"> 73 medie imprese in Italia hanno adottato la Carta per le Pari opportunità (a carattere volontario) 	<ul style="list-style-type: none"> Le aziende chiedono il superamento di una mentalità stereotipata e maschilista Per il 54% le donne hanno maggiori difficoltà degli uomini, ma solo il 13% però ha adottato misure specifiche per le pari opportunità o per il mercato femminile



UN GRAZIE SPECIALE

**alle donne che fanno impresa e in particolare a
quelle che hanno creduto e credono nella
VALORIZZAZIONE DEL FATTORE D**



Team del progetto **Fattore D** Ravenna

- *Iniziativa promossa e diretta da*
 - **COMITATO PER L'IMPRENDITORIA FEMMINILE** della Camera di Commercio di Ravenna
- *Coordinamento e supervisione*
 - Paola Morigi, Segretario Generale Camera di Commercio di Ravenna
 - Fabiola Licastro, segreteria tecnica del COMITATO PER L'IMPRENDITORIA FEMMINILE e Responsabile del Servizio Statistica, Prezzi, Protesti, Brevetti e Marchi della Camera di Commercio di Ravenna
- *Ideazione, sviluppo e realizzazione del progetto a cura di G&M Network Srl in collaborazione con Studio Giaccardi & Associati*
 - capo progetto: Lidia Marongiu
 - capo analista: Andrea Zironi
 - ricercatori: Marco Gambi (analisi di desk, dei bilanci e interviste), Stefania Deiana (analisi di desk), Michela Parziale (progetto strumenti, interviste ed elaborazioni), Daniela Verlicchi (analisi di desk e dei bilanci), Andrea Zironi (progetto strumenti, elaborazioni e redazione rapporti)
 - Gestione e redazione blog: Chiara Scattone
 - Sviluppo web <http://ravenna.fattoredonna.it/>: Vito Lioce
- *Con il sostegno della Fondazione Cassa di Risparmio di Ravenna*



➤ Grazie dell'attenzione

Fattore D è un prodotto originale di
G&M Network Srl in collaborazione con
Studio Giaccardi & Associati – Consulenti di Direzione
© All Rights Reserved, Ravenna 16-05-2011

www.gemnetwork.it
www.giaccardiassociati.it



Camera di commercio di Ravenna
Comitato di promozione dell'imprenditoria
con il contributo della Fondazione Cassa di Risparmio di Ravenna

