

INTESA  **SANPAOLO**

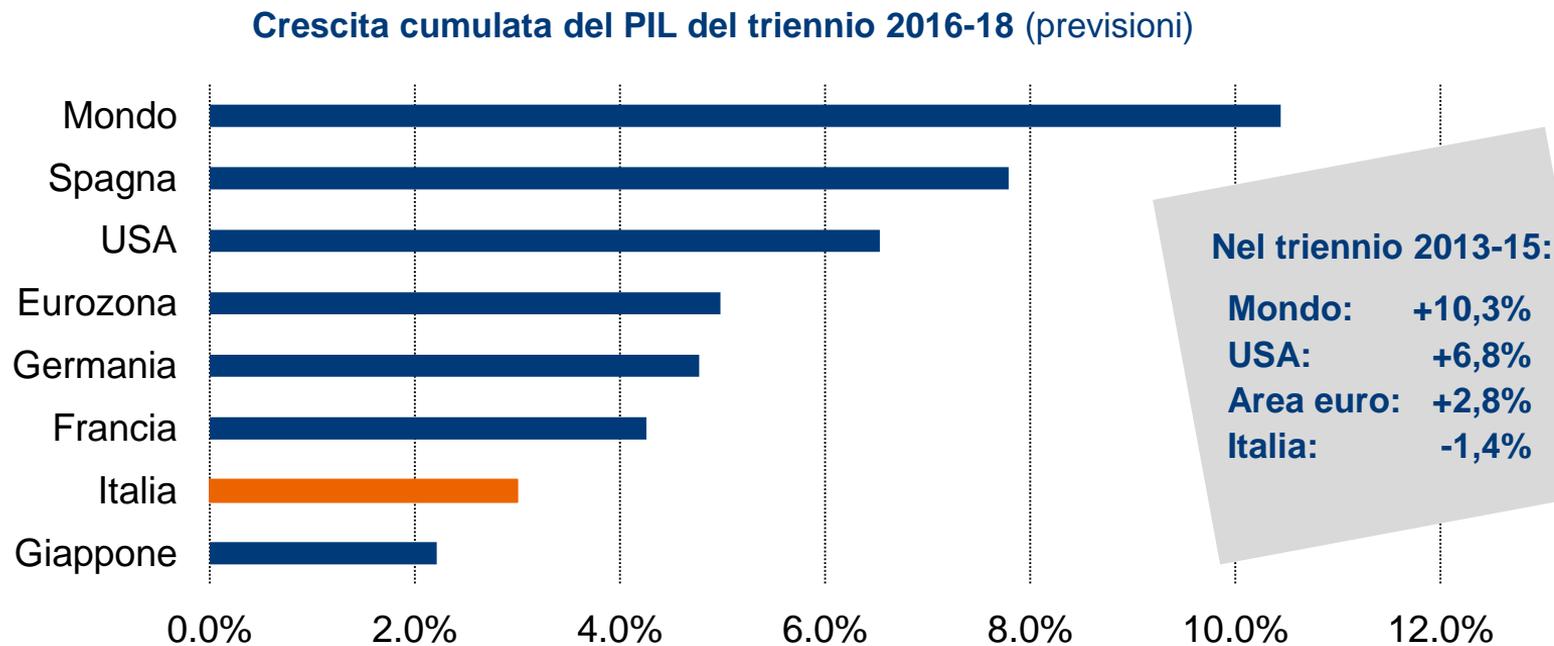
Women Value Company 2017

Nuove energie per l'economia italiana

Gregorio De Felice

Milano, 4 maggio 2017

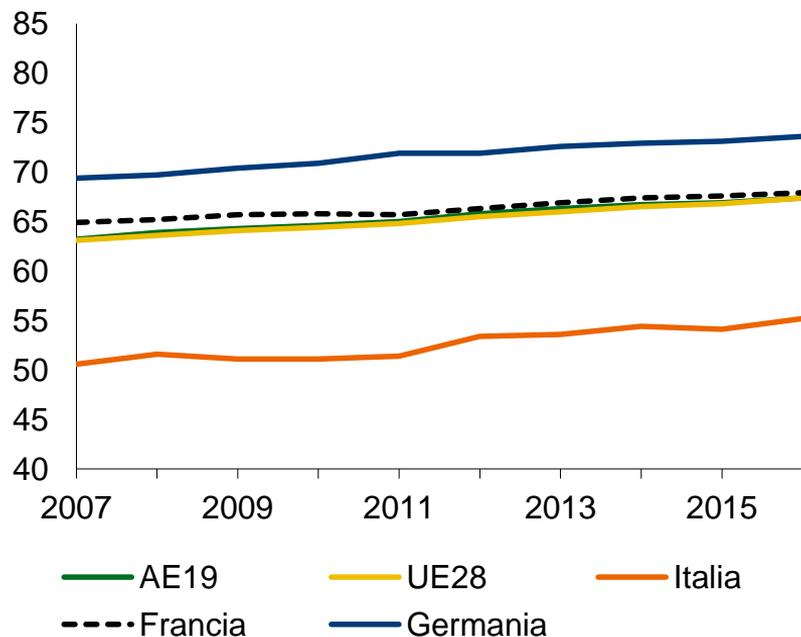
Italia in ripresa, ma ancora in ritardo nel confronto internazionale



Fonte: FMI, World Economic Outlook database e Intesa Sanpaolo

Una maggiore partecipazione femminile per aumentare la crescita

Tasso di partecipazione femminile
(popolazione attiva in % della popolazione totale)

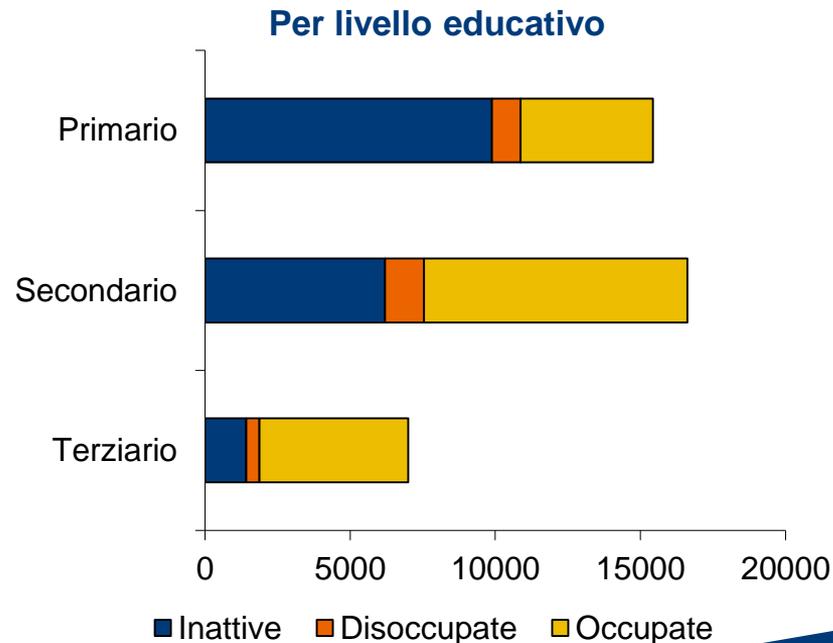
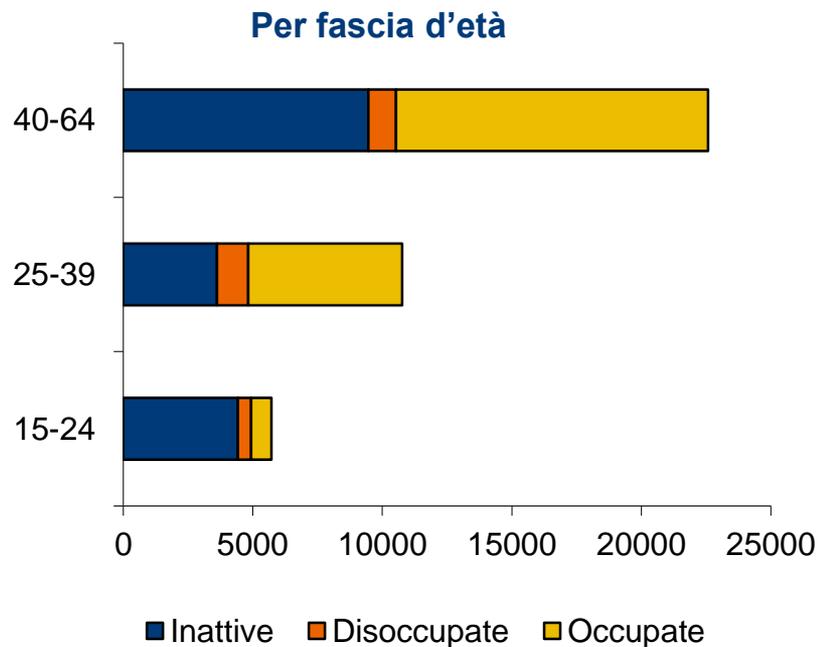


Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Eurostat

- In Italia il **tasso di attività femminile è al 55,2%, tra i più bassi d'Europa**: dopo di noi solo Macedonia e Turchia.
- Un aumento del tasso di partecipazione femminile al 60% comporterebbe, quasi «meccanicamente» **un aumento del PIL fino al 7 per cento** (secondo stime Banca d'Italia).
- L'aumento della partecipazione femminile appare ancora più importante alla luce dei **processi di invecchiamento** della forza lavoro del paese.

Un ampio bacino di capitale umano inespresso

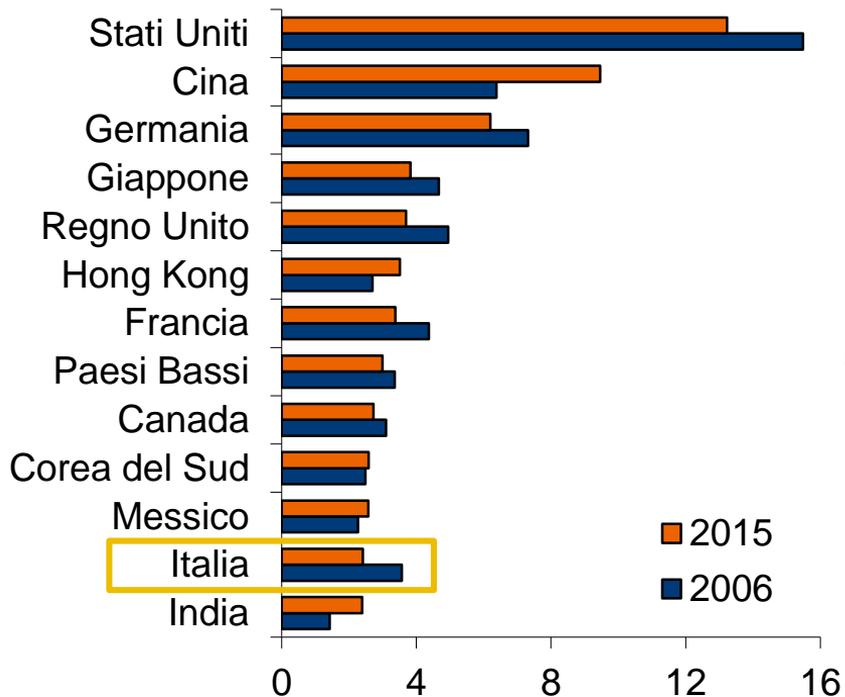
Popolazione femminile italiana in età lavorativa nel 2016
(15-64 anni, migliaia)



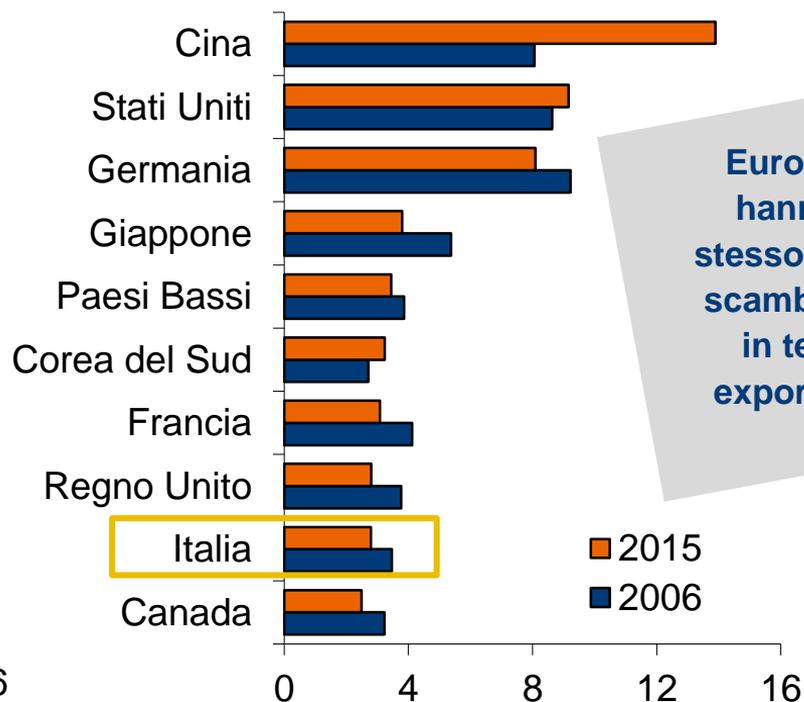
Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Eurostat

Nuovi competitor e nuovi mercati per le nostre imprese

Quota di import dei primi 13 paesi importatori (%)



Quota di mercato dei primi 10 paesi esportatori (%)



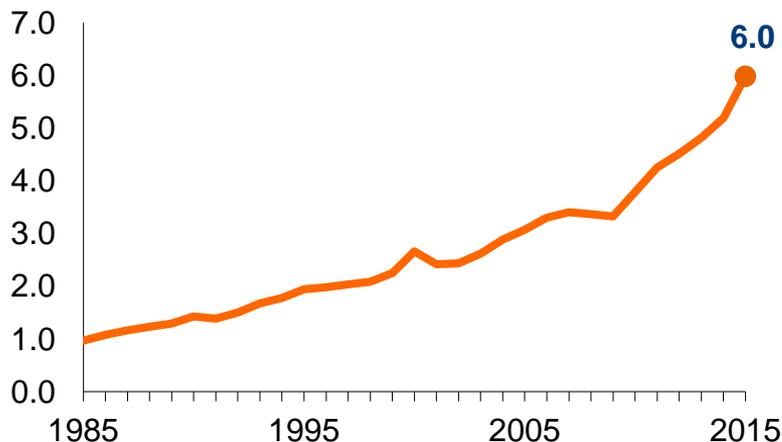
Europa e Asia hanno ora lo stesso peso sugli scambi mondiali in termini di export e import

Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati ISTAT-ICE

Innovazione e comunicazione fattori chiave

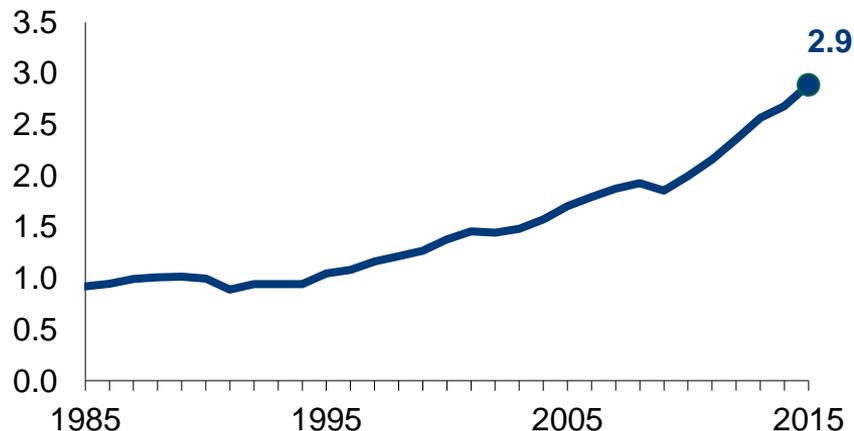
- E' cresciuto il **ritmo dell'innovazione tecnologica** a livello mondiale con effetti pervasivi su tutti i comparti.

Le domande mondiali di brand: milioni



Fonte: WIPO

Le domande mondiali di brevetto: milioni

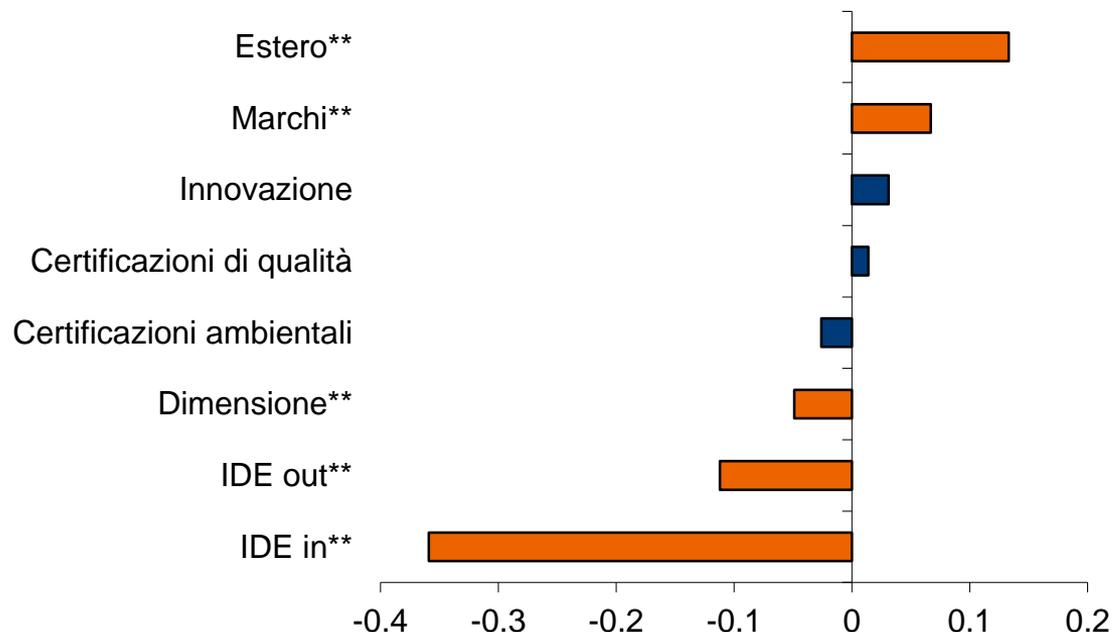


- E' aumentata, inoltre, la possibilità di appropriarsi dei risultati dei propri sforzi innovativi e di **marketing** su scala globale, come mostra il boom di domande per marchi registrati.

Imprese femminili più dotate di strategie *non price*

Il profilo strategico delle imprese manifatturiere a conduzione femminile

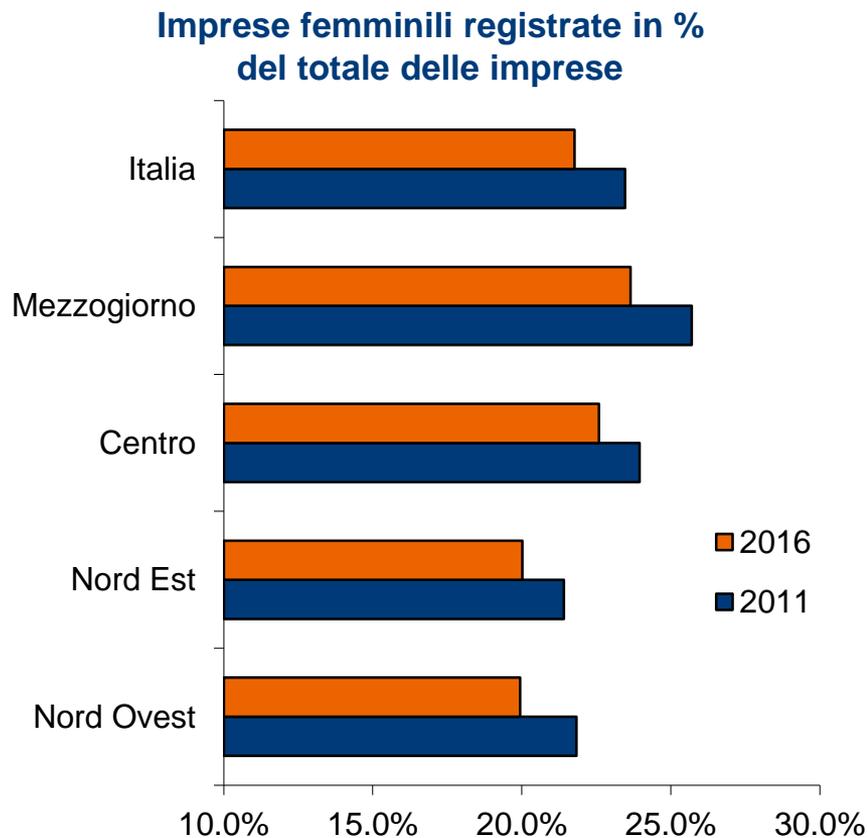
(Coefficienti dell'analisi probit, stima della probabilità di essere una impresa femminile)



- Le imprese a conduzione femminile mostrano una **maggiore propensione a servire i mercati esteri** (51% di esportatori contro il 45%) e una **maggiore attenzione all'attività di marketing** (52% vs 46%) e, nel caso delle grandi imprese, **all'innovazione tecnologica** (44% di imprese con brevetto vs 37%).

Nota: (**) Significativi al 5%; sono omessi i risultati relativi ai settori e alla localizzazione geografica presenti nella stima. Fonte: I. Sangalli e S. Trenti (2015) «Imprese femminili: strategie competitive differenziali di performance nel manifatturiero italiano. Quali evidenze da un'analisi di matching», Collana Ricerche, Intesa Sanpaolo

Imprese femminili ancora in minoranza (e in diminuzione) ⁷

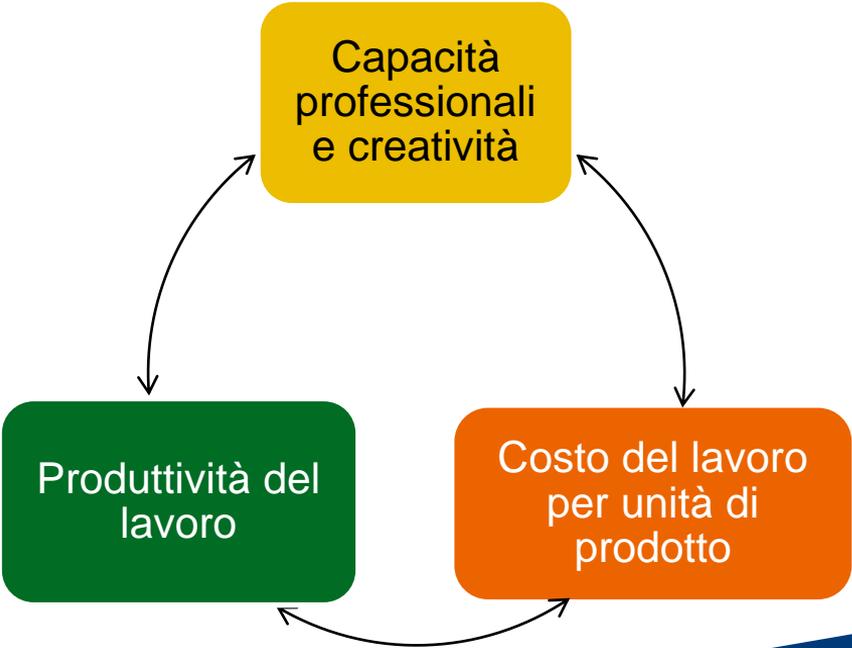


Fonte: elaborazioni su dati Unioncamere

- Nel 2016, le **imprese femminili** registrate in Italia erano circa un quinto del totale (in lieve diminuzione rispetto al 2011).
- Sono maggiormente presenti nei settori legati ai **servizi alla persona**, nel **turismo** e nella **moda**.
- Anche per effetto della composizione settoriale, incidono maggiormente nel **Mezzogiorno**, dove si verifica tuttavia anche una motivazione di «autoimpiego», date le più critiche condizioni del mercato del lavoro.

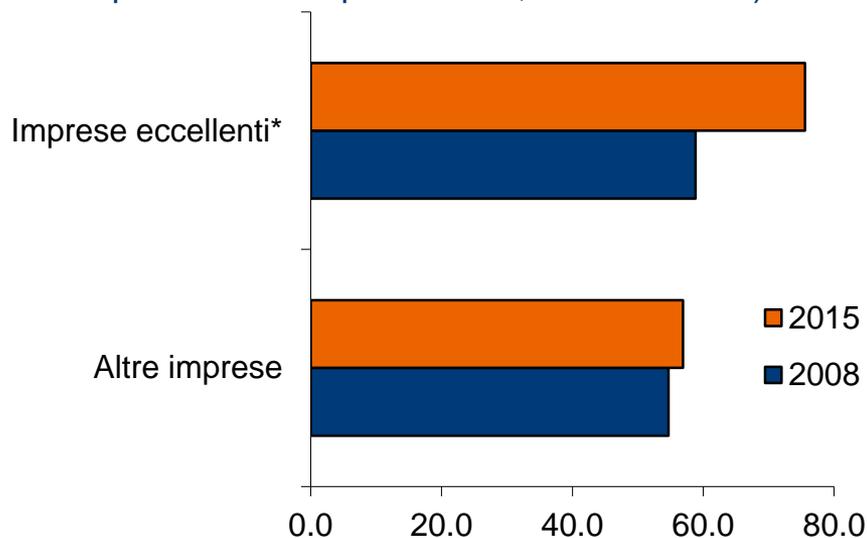
Strategie, produttività e capitale umano: la strada della crescita

Nuove strategie competitive

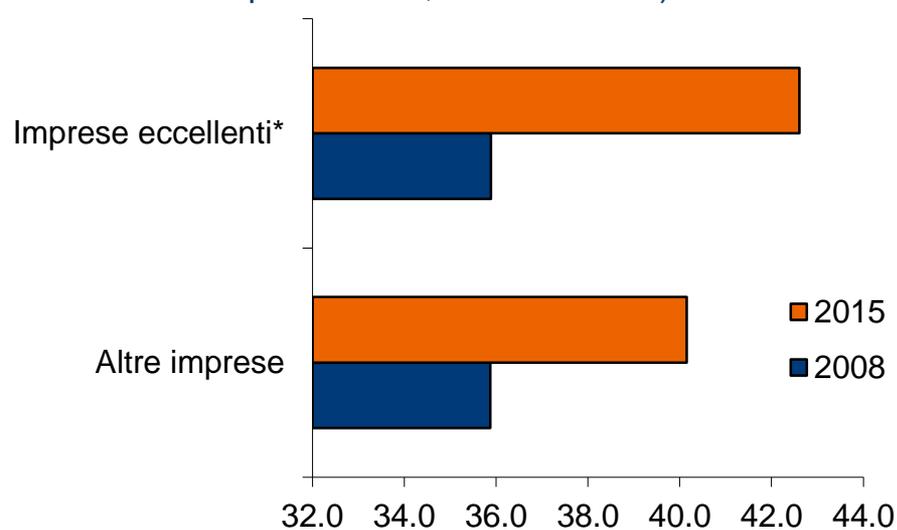


Capitale umano qualificato: fattore chiave delle imprese vincenti

Produttività del lavoro nelle PMI manifatturiere
(valore aggiunto in migliaia di euro a prezzi correnti per addetto; valori medi)



Costo del lavoro nelle PMI manifatturiere
(costo del lavoro in migliaia di euro per addetto; valori medi)

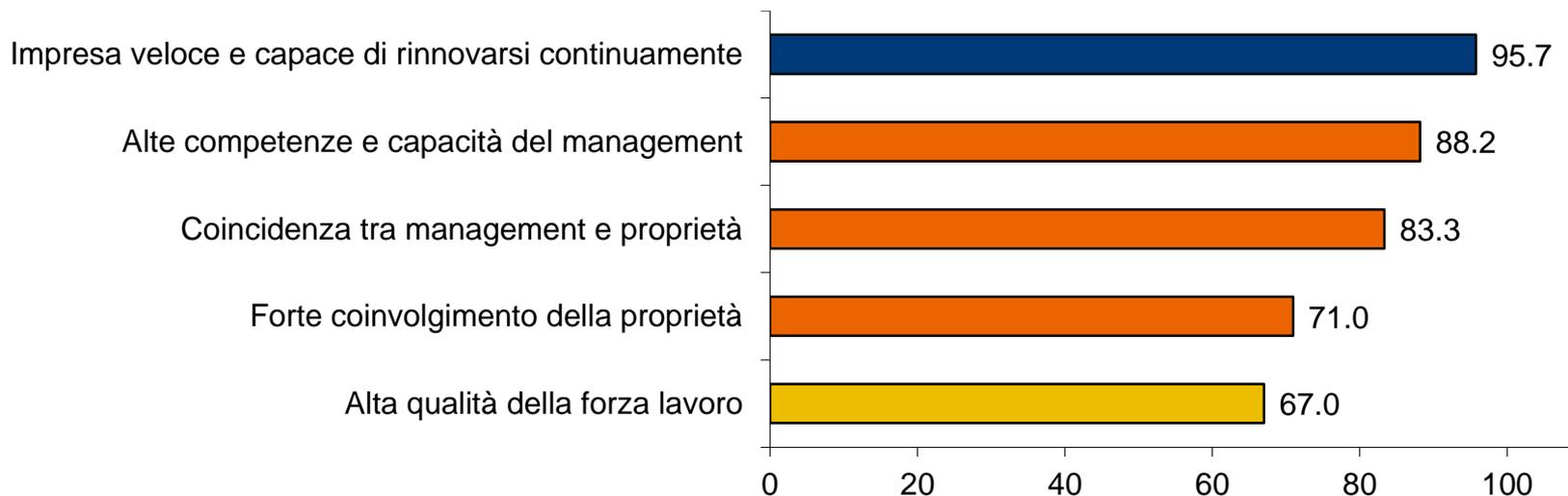


Nota: (*) Imprese tra i 2 ed i 50 milioni di euro nel 2012 che nel periodo 2008-15 hanno registrato una crescita del fatturato pari al 10% senza ridurre l'occupazione ed hanno raggiunto un EBITDA margin 2014 e 2015 pari almeno al 5%.

Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo Integrated Database

Medie imprese di successo: un ruolo centrale per management e lavoratori

Fattori di successo delle medie imprese distrettuali eccellenti*
(% imprese; possibile anche più di una risposta)

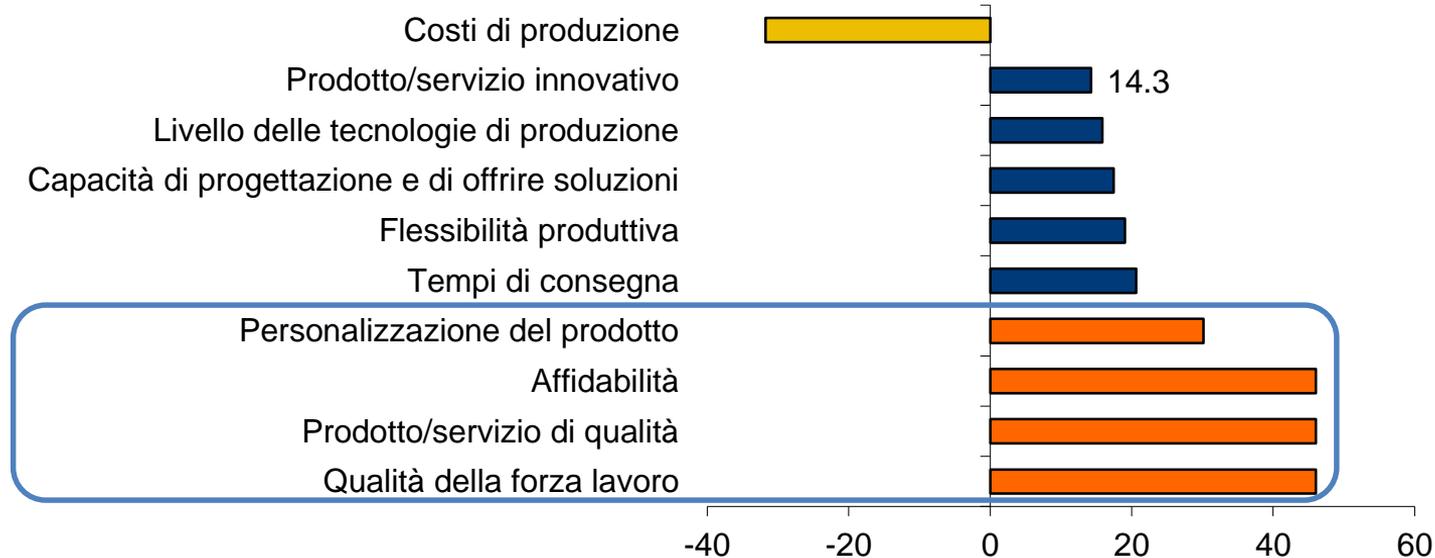


Nota: () Analisi su campione di 100 medie imprese distrettuali eccellenti che nel periodo 2008-15 hanno registrato una crescita del fatturato pari al 10% senza ridurre l'occupazione e hanno raggiunto un EBITDA margin 2014 e 2015 pari almeno al 5%.*

Fonte: 9° Rapporto Intesa Sanpaolo «Economia e finanza dei distretti industriali»

Non c'è qualità di prodotto senza qualità della forza lavoro ¹¹

**Differenza tra subfornitura locale e subfornitura localizzata nelle economie emergenti:
quota % di imprese capofila del sistema moda che valuta molto positivamente il
posizionamento competitivo (per variabile strategica) delle imprese di subfornitura locali**



Nota: elaborazioni sulle risposte di 63 imprese capofila del Sistema moda intervistate da Intesa Sanpaolo nella primavera del 2013. Fonte: G. Foresti, F. Guelpa e S. Trenti, 2013, «Innovazione tra i subfornitori e rischi di contagio sulla catena del valore», in G. Bracchi e D. Masciandaro (a cura di), «Banche e ciclo economico: redditività, stabilità e nuova vigilanza», Edibank, 2013

Conclusioni

- **Nel 2017-18 l'Italia** proseguirà su **ritmi di crescita intorno all'1%**. La crescita – inferiore a quelli di altri Paesi europei – sarà insufficiente a risolvere il problema della disoccupazione giovanile e complessiva.
- Proseguiranno nei prossimi anni le tendenze che vedono **fattori immateriali**, come **innovazione e comunicazione**, sempre più importanti nel determinare la competitività di economie e singole imprese.
- Il **contributo femminile** risulta fondamentale:
 - **Aumentare la partecipazione femminile** al lavoro (attualmente tra le più basse d'Europa) porterebbe un significativo beneficio al potenziale di crescita del PIL italiano: raggiungere un tasso di attività femminile del 60% comporterebbe **un aumento del PIL fino al 7%**.
 - Le imprese a conduzione femminile, ancora una minoranza nel panorama produttivo italiano, **risultano più attente ai fattori immateriali chiave: innovazione, marketing, internazionalizzazione**.
- L'attuale contesto competitivo rende ancora più determinante il contributo del capitale umano allo sviluppo economico: **l'intelligenza e la creatività umana**, favorite da contesti che valorizzano la *diversity*, possono determinare vantaggi competitivi non facilmente imitabili e replicabili.
- In particolare, tra le PMI italiane, le imprese vincenti hanno **aumentato la propria produttività** grazie ad **una dotazione di capitale umano più qualificata**.