



Terziario
Donna LAB

**LE IMPRESE DELLE DONNE | Territorio, cultura e
innovazione delle imprese al femminile del
terziario italiano**

Palermo, 26 ottobre 2018 (2017-374tf R05)

PRESENTAZIONE DELL'INDAGINE



Presentazione dell'indagine |

Questo rapporto presenta i risultati dell'indagine «**Territorio, cultura e innovazione delle imprese al femminile del terziario italiano**» realizzata da Format Research per conto di Confcommercio Terziario Donna. L'indagine è stata svolta come focus di approfondimento nel merito dell'«*Osservatorio Marketing Associativo*» I semestre 2018, sulle imprese del terziario.

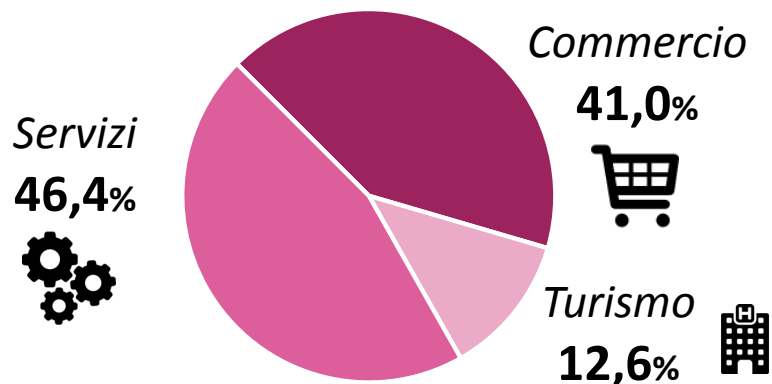
Campione nazionale rappresentativo delle imprese del terziario (**n=8.514 casi**) a partire dal quale è stato estratto un **campione nazionale rappresentativo di imprese femminili (n=2.158 casi)**. Indagine effettuata con il metodo delle interviste (Sistema Cati; Cawi) svolte nel mese di settembre 2018.

E' stato analizzato

- il **profilo delle imprese femminili** del terziario (localizzazione, settore, dimensione);
- **ruoli e mansioni svolte dalle donne** nell'ambito delle imprese femminili;
- la capacità dell'impresa femminile di vivere e presidiare il **territorio** sul quale opera, anche in termini di riproduzione di **valori e cultura**;
- le imprese femminili: volano di best practice in termini di **innovazione e digitalizzazione**.

Presentazione dell'indagine | il campione delle imprese «femminili» del terziario intervistate

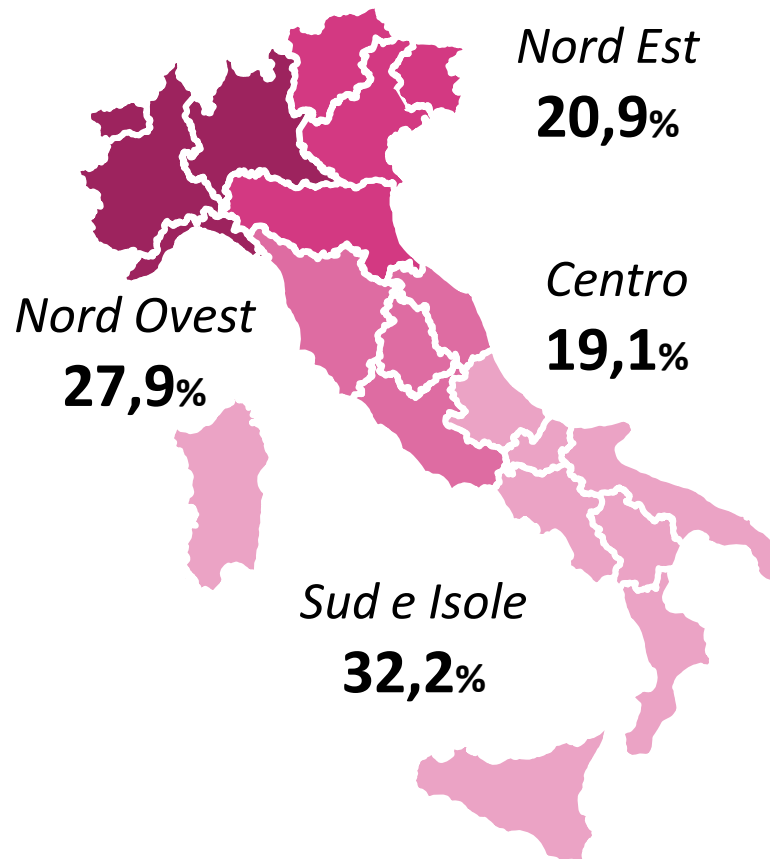
SETTORE DI ATTIVITA



DIMENSIONE



AREA GEOGRAFICA



A woman with her hair pulled back, wearing a white business suit, stands in a professional setting. She is holding a folder and looking off to the side with a slight smile. The background is a blurred cityscape with tall buildings under a bright sky. A semi-transparent white banner is overlaid across the middle of the image, containing the title text.

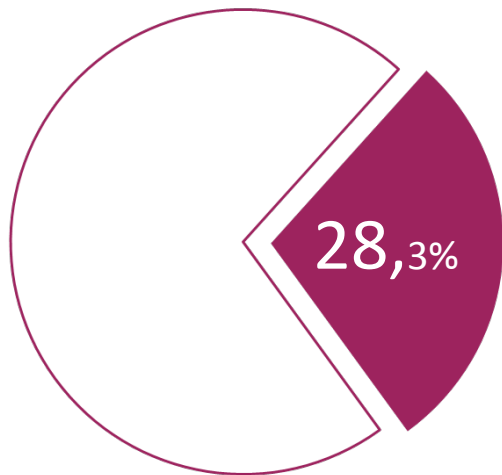
**PROFILAZIONE DELLE IMPRESE
FEMMINILI DEL TERZIARIO**

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

2.638.959

imprese del terziario in Italia

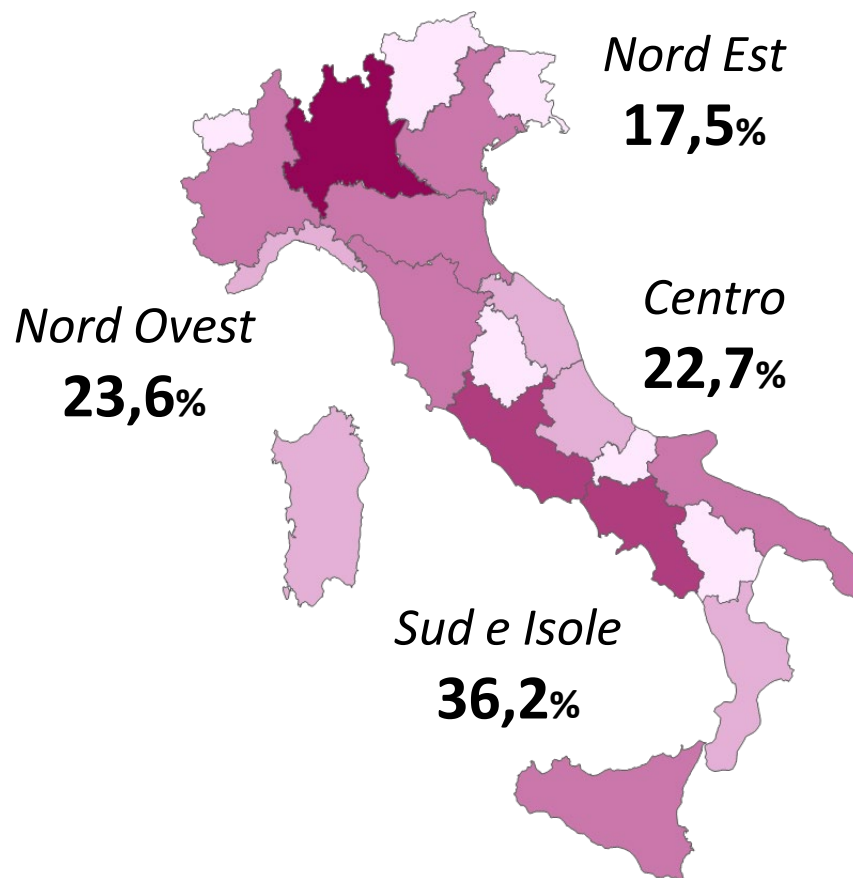
...di queste, il 28,3% sono
imprese femminili del terziario



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

Fonte: Elaborazioni Format Research su dati I.Stat 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.

Profilazione delle imprese femminili del terziario | il settore di attività



Imprese del terziario

41,9% Commercio

12,3% Turismo

45,8% Servizi

Imprese femminili del terziario

45,0% Commercio

16,0% Turismo

39,0% Servizi

Esempio di lettura. Fatto 100 il totale delle imprese del terziario in Italia, il 41,9% rientra nel settore del commercio.

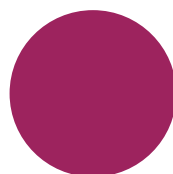
Fonte: Elaborazioni Format Research su dati I.Stat 2018 e Movimprese.

Profilazione delle imprese femminili del terziario | la forma giuridica



Imprese del terziario

60,2%	Imprese individuali
20,4%	Società di capitale
17,5%	Società di persone
1,5%	Cooperative
0,4%	Altre forme



Imprese femminili del terziario

63,5%	Imprese individuali
21,3%	Società di capitale
12,3%	Società di persone
2,3%	Cooperative
0,6%	Altre forme

Esempio di lettura. Fatto 100 il totale delle imprese del terziario in Italia, il 60,2% rientra nella forma giuridica delle imprese individuali.

Fonte: Elaborazioni Format Research su dati I.Stat 2018 e Movimprese.

Profilazione delle imprese femminili del terziario | la dimensione delle imprese femminili



Imprese del terziario

58,4%	1 Addetto
33,2%	2-5 Addetti
4,0%	6-9 Addetti
2,7%	10-19 Addetti
1,2%	20-49 Addetti
0,4%	50-249 Addetti
0,1%	>249 Addetti

Imprese femminili del terziario

64,9%	1 Addetto
29,2%	2-5 Addetti
3,1%	6-9 Addetti
1,8%	10-19 Addetti
0,7%	20-49 Addetti
0,2%	50-249 Addetti
0,1%	>249 Addetti

Esempio di lettura. Fatto 100 il totale delle imprese del terziario in Italia, il 67,5% delle imprese del terziario ha 1 addetto.

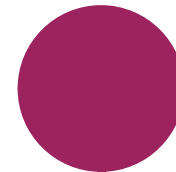
Fonte: Elaborazioni Format Research su dati I.Stat 2018 e Movimprese.

Profilazione delle imprese femminili del terziario | il fatturato delle imprese



Imprese del terziario

63,9%	< 500 k €
32,9%	500 k € - 5 mln €
3,2%	> 5 mln €



Imprese femminili del terziario

68,5%	< 500 k €
30,0%	500 k € - 5 mln €
1,5%	> 5 mln €

Esempio di lettura. Fatto 100 il totale delle imprese del terziario in Italia, il 63,4% delle imprese del terziario ha un fatturato non superiore a 50k €.

Fonte: Elaborazioni Format Research su dati I.Stat 2018 e Movimprese.

A young woman with long dark hair in a braid, wearing black-rimmed glasses and a white t-shirt, is smiling while looking at a laptop. She is sitting at a desk in a modern office environment. The background shows a desk lamp, a shelf with various items, and a blurred office space. A semi-transparent white banner is overlaid across the middle of the image, containing the title text.

**LE DONNE DELLE IMPRESE FEMMINILI: IL
PROFILO, I RUOLI E LE MANSIONI**

le donne delle imprese femminili: il profilo, i ruoli e le mansioni | all'interno delle imprese femminili, oltre la metà delle imprese ha dichiarato che le donne presenti svolgono ruoli esecutivi (50,5%), il 46,4% ruoli direzionali

Quali dei seguenti ruoli sono ricoperti da donne nella sua impresa?



IMPIEGATO
CON RUOLI
ESECUTIVI/
ASSISTENTE

50,5



DIRETTORE

46,4



IMPIEGATO CON
RUOLI DI
RESPONSABILITÀ

45,7



RESPONSABILE
DI REPARTO
SALA E CUCINA

44,2



MANAGER

40,1



NON CI SONO
IMPIEGATE
DONNE

8,1

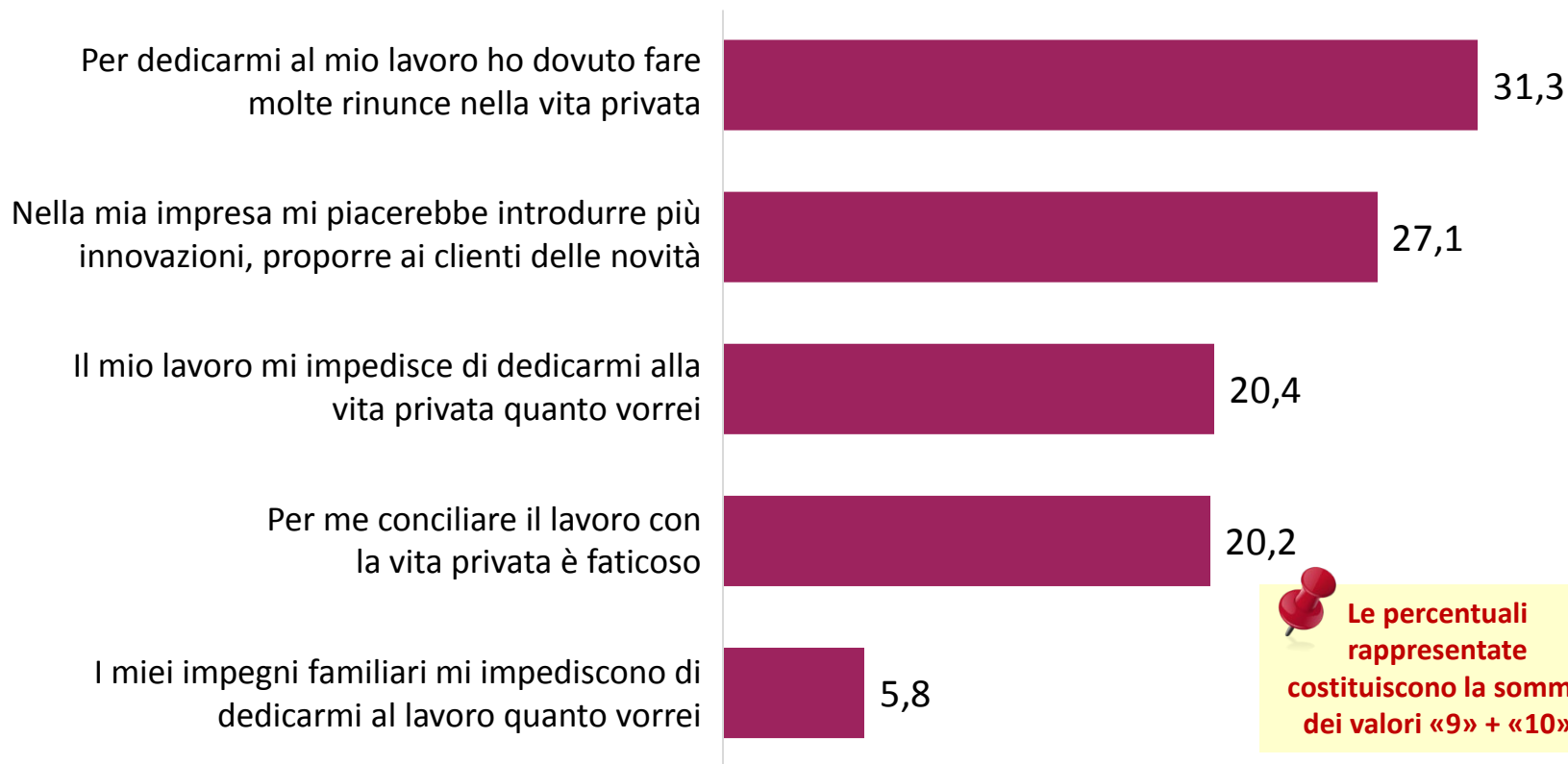
Il valore si riferisce solo alle imprese femminili appartenenti al settore dei pubblici esercizi

Sono le imprese femminili del terziario dove il titolare è una donna e non ci sono altri impiegati di genere femminile.

le donne delle imprese femminili: il profilo, i ruoli e le mansioni | tra le donne intervistate (per le imprese femminili) il 31,3% ha dichiarato di avere dovuto effettuare molte rinunce per dedicarsi al lavoro

Quanto si ritiene d'accordo con le seguenti affermazioni in merito alla sua professione?

(Analisi effettuata solo presso gli intervistati di genere femminile e titolari dell'impresa)



Base campione imprese femminili: 776 casi. Solo le imprese femminili dove l'intervistato è una donna ed è la titolare dell'impresa femminile.

le donne delle imprese femminili: il profilo, i ruoli e le mansioni | la possibilità di stare a contatto con il pubblico (29,6%) e l'opportunità di esprimere il proprio talento (25,1%) sono tra gli aspetti ritenuti più rilevanti dalle donne che lavorano come dipendenti all'interno delle imprese femminili

Quanto si ritiene d'accordo con le seguenti affermazioni in merito alla sua professione? *(Analisi effettuata solo presso i dipendenti donna delle imprese femminili del terziario).*



Mi piace questo tipo di lavoro perché mi permette di stare a contatto con il pubblico, relazionarmi con i clienti

29,6



Questo lavoro mi permette di esprimere il mio talento nella cura dei dettagli e il rapporto con il prossimo

25,1



Il lavoro in questo settore mi permette di avere una professione stabile pur mantenendo una certa flessibilità

20,5



E' un settore dove la richiesta di lavoro è molto alta e quindi è più facile trovare il lavoro, anche nei periodi di crisi

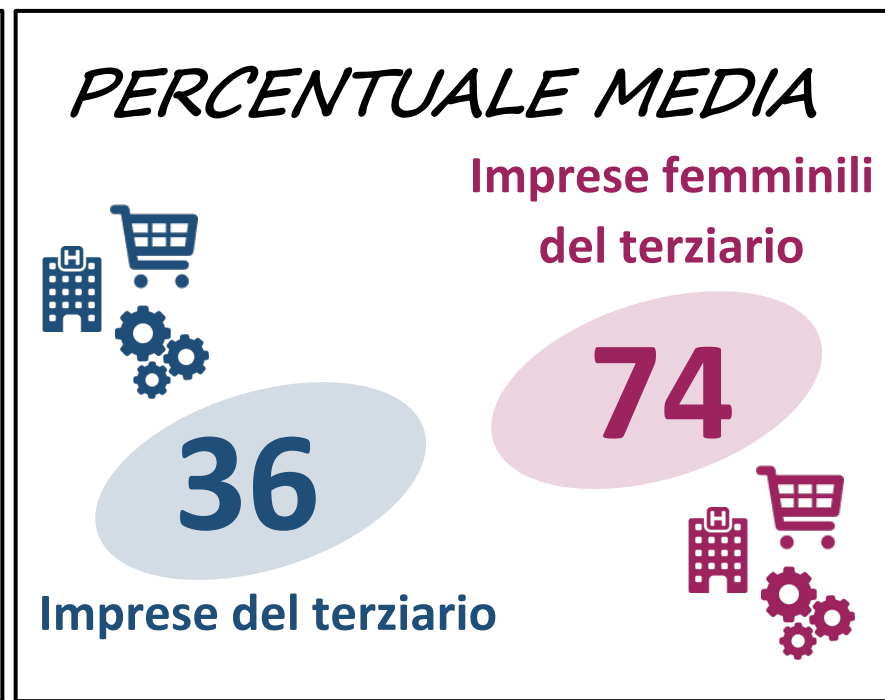
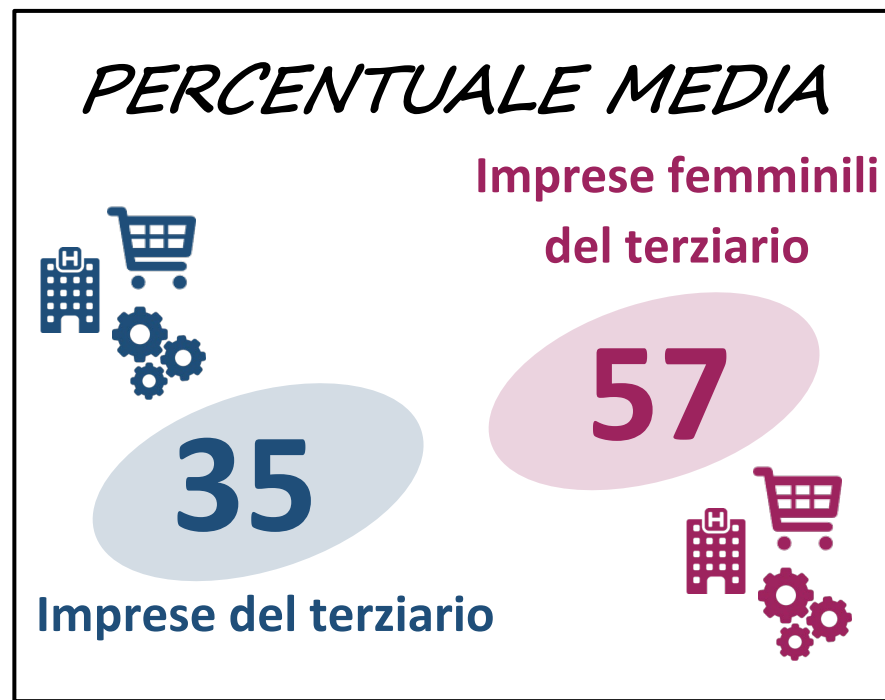
5,0

Le percentuali rappresentate costituiscono la somma dei valori «9» + «10»

le donne delle imprese femminili: il profilo, i ruoli e le mansioni | in media nelle imprese femminili la percentuale di donne con mansioni di responsabilità sono il doppio rispetto alle imprese del terziario tutte

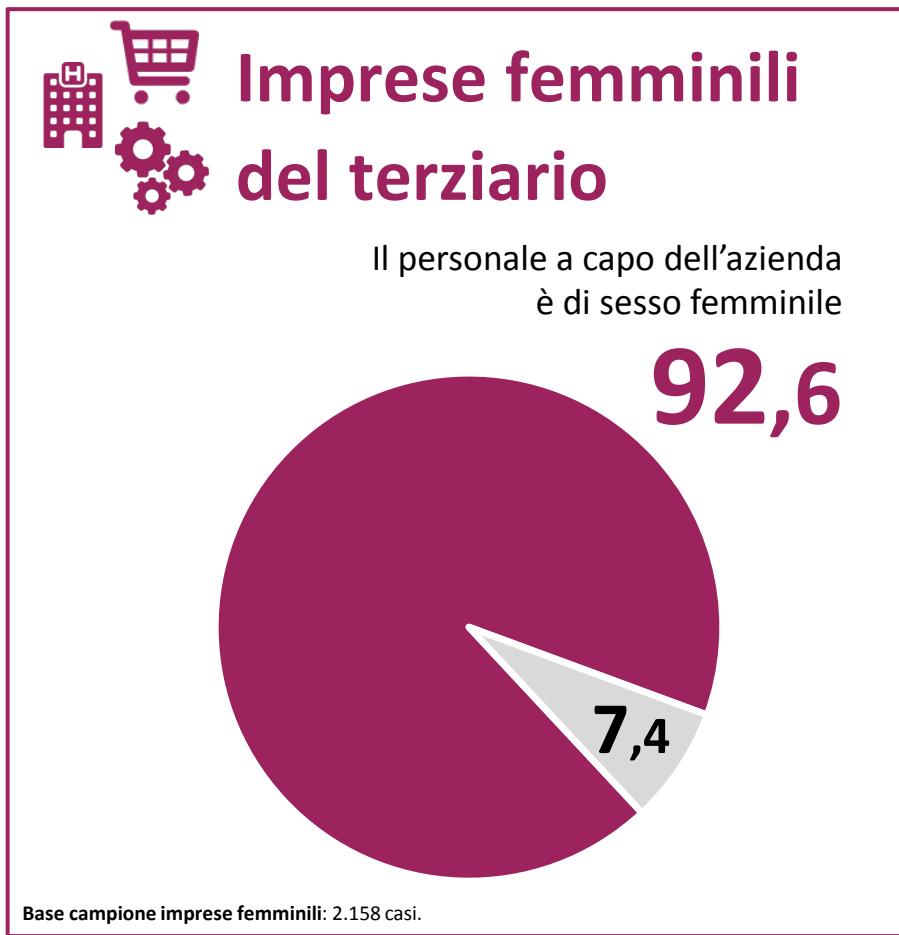
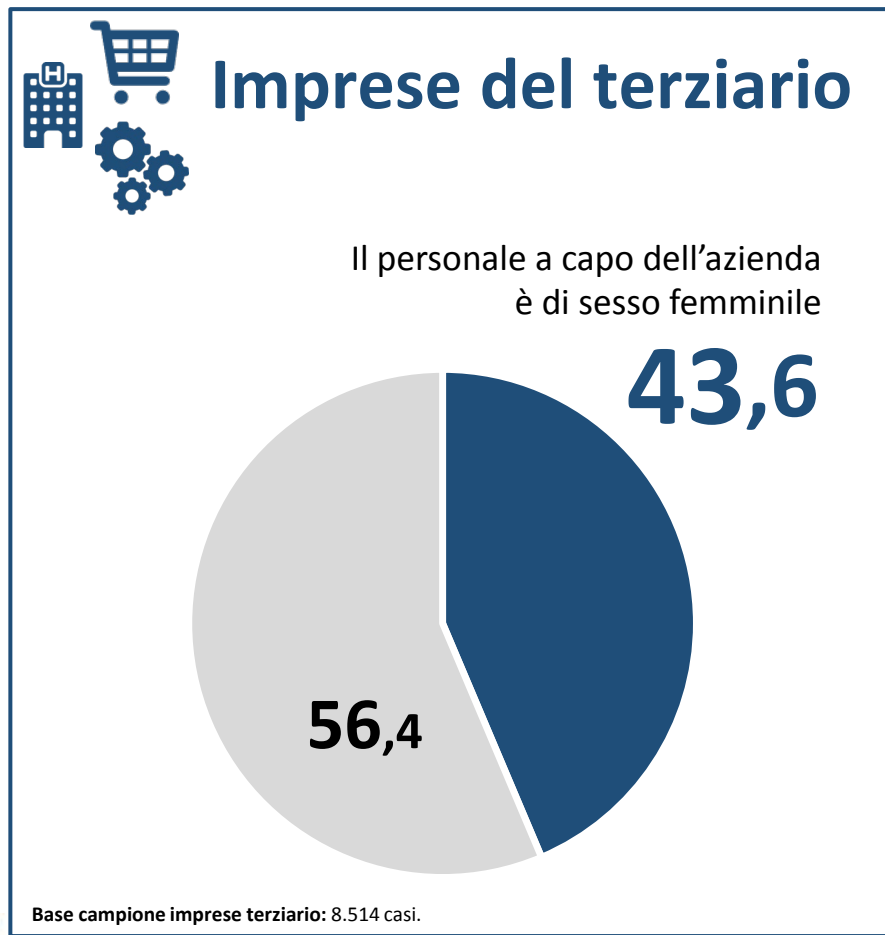
Potrebbe indicare la **percentuale di dipendenti “donne”** sul totale dei dipendenti?

Potrebbe indicarci la percentuale del **personale “femminile” con mansioni di responsabilità** sul totale del personale con mansioni di responsabilità?



le donne delle imprese femminili: il profilo, i ruoli e le mansioni | nella quasi totalità delle imprese femminili (92,6%) il personale a capo dell'azienda è una donna

Il personale a capo dell'azienda (l Amministratore delegato/unico, il Direttore Generale, etc) è di sesso femminile?

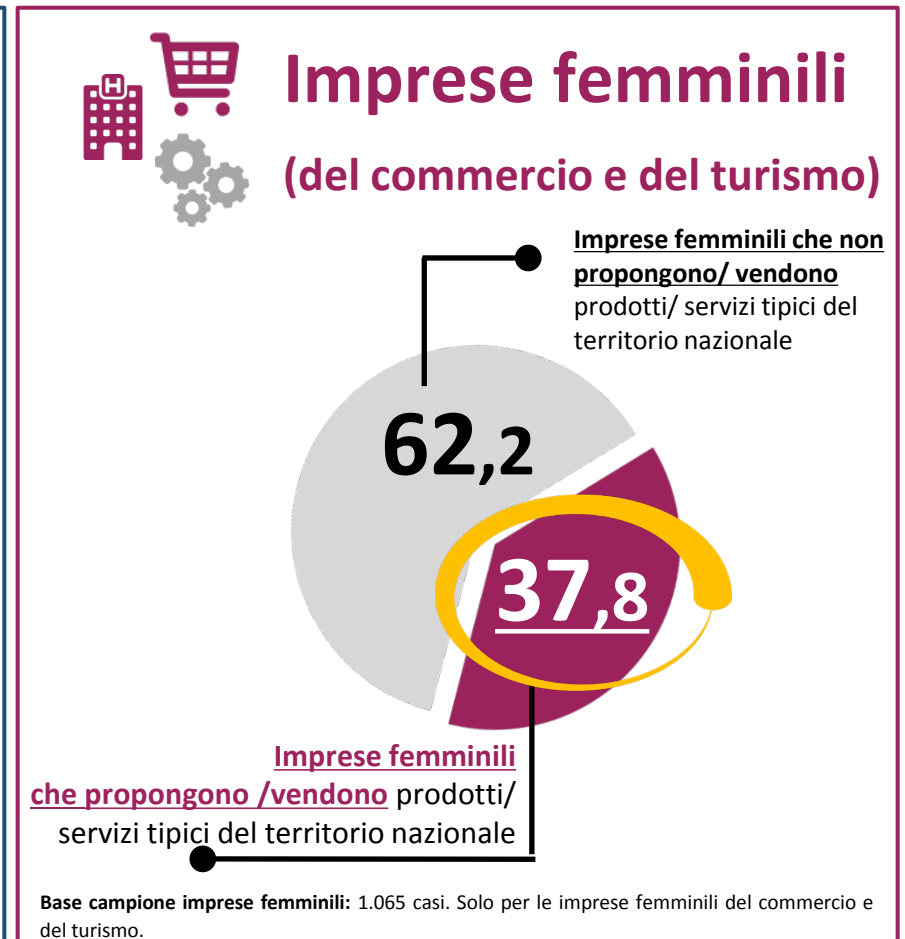
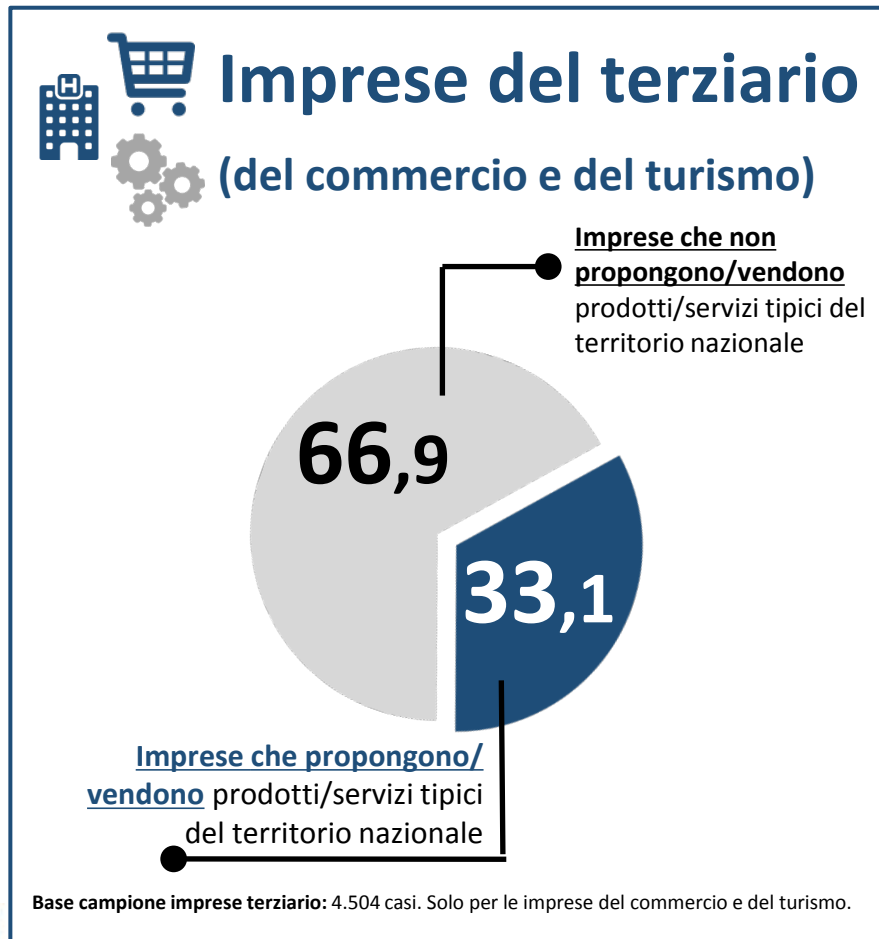




**TERRITORIO, CULTURA E INNOVAZIONE DELLE
IMPRESE AL FEMMINILE DEL TERZIARIO ITALIANO**

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

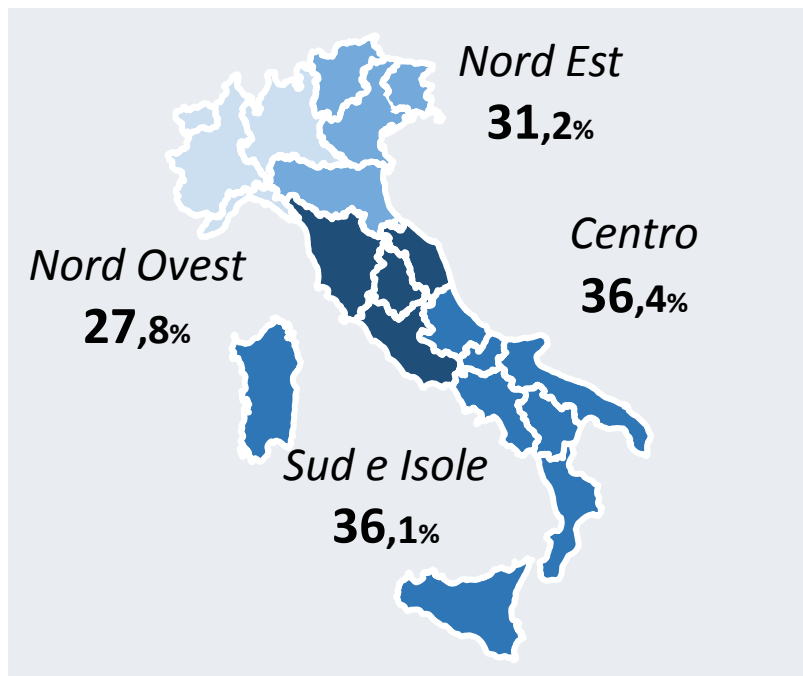
Nella sua impresa propone/vende **prodotti/servizi** tipici del territorio sul quale opera? (Analisi effettuata solo per le imprese del commercio e del turismo)



territorio, cultura e innovazione delle imprese al femminile | ACCENTUAZIONI STATISTICHE PER MACROAREE GEOGRAFICHE

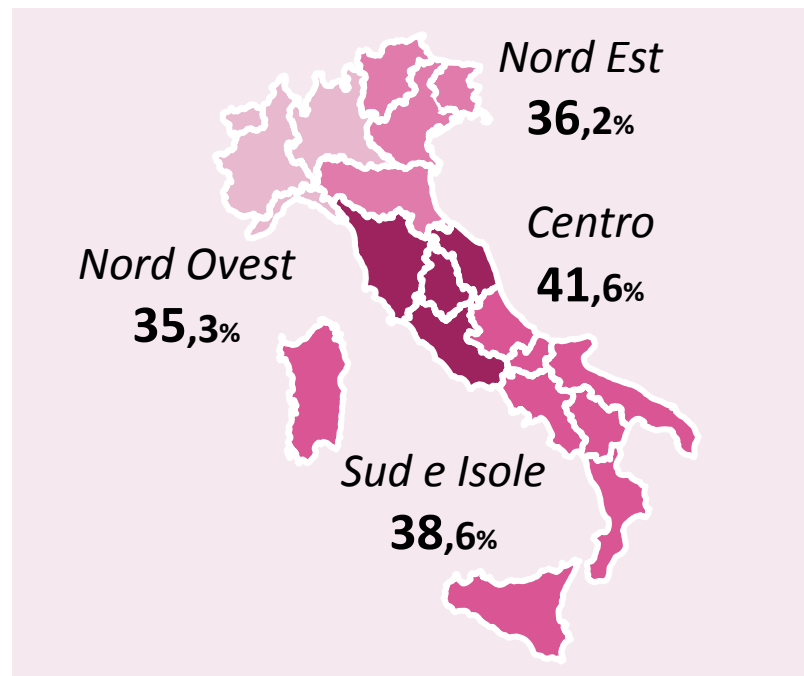
Nella sua impresa propone/vende **prodotti/servizi** tipici del territorio sul quale opera? *(Analisi effettuata solo per le imprese del commercio e del turismo che propongono/ vendono prodotti/servizi tipici del territorio nazionale)*

Imprese del terziario (del commercio e del turismo)



Base campione imprese terziario: 4.504 casi. Solo per le imprese del commercio e del turismo.

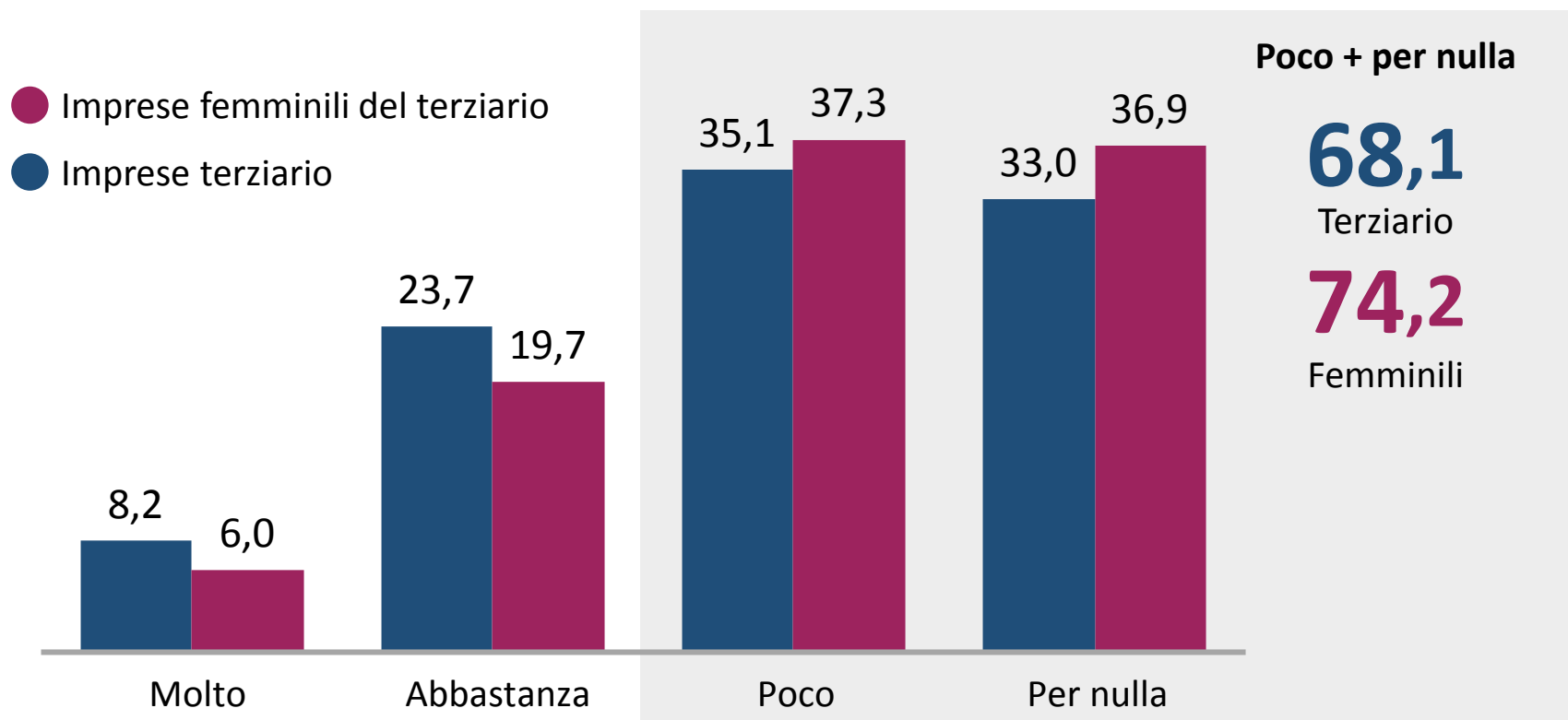
Imprese femminili (del commercio e del turismo)



Base campione imprese femminili: 1.065 casi. Solo per le imprese femminili del commercio e del turismo.

territorio, cultura e innovazione delle imprese al femminile | il 74,2% delle imprese femminili del terziario ritiene che la sua attività sia poco o per nulla supportata da altri soggetti e istituzioni

Svolgendo l'attività economica quanto ritiene che la sua impresa sia supportata nello svolgimento di tale funzione da altri soggetti e istituzioni che fanno sistema sul territorio (es. Camere di commercio, amministrazioni locali, agenzie di promozione locale e nazionale, etc.)? *(Analisi effettuata solo per le imprese del commercio e del turismo)*



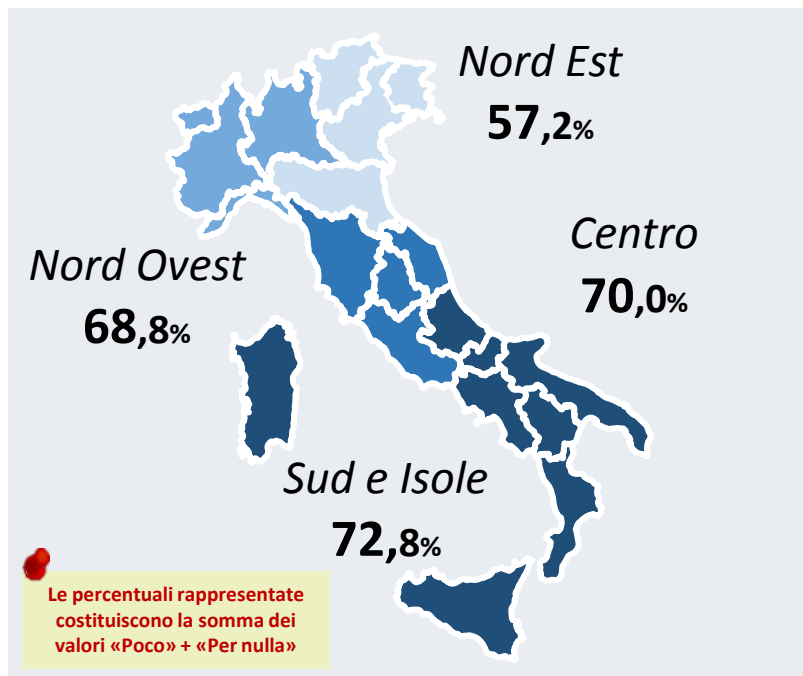
Base campione imprese terziario: 4.504 casi. Solo per le imprese del commercio e del turismo.

Base campione imprese femminili: 1.065 casi. Solo per le imprese femminili del commercio e del turismo.

territorio, cultura e innovazione delle imprese al femminile | ACCENTUAZIONI STATISTICHE PER MACROAREE GEOGRAFICHE

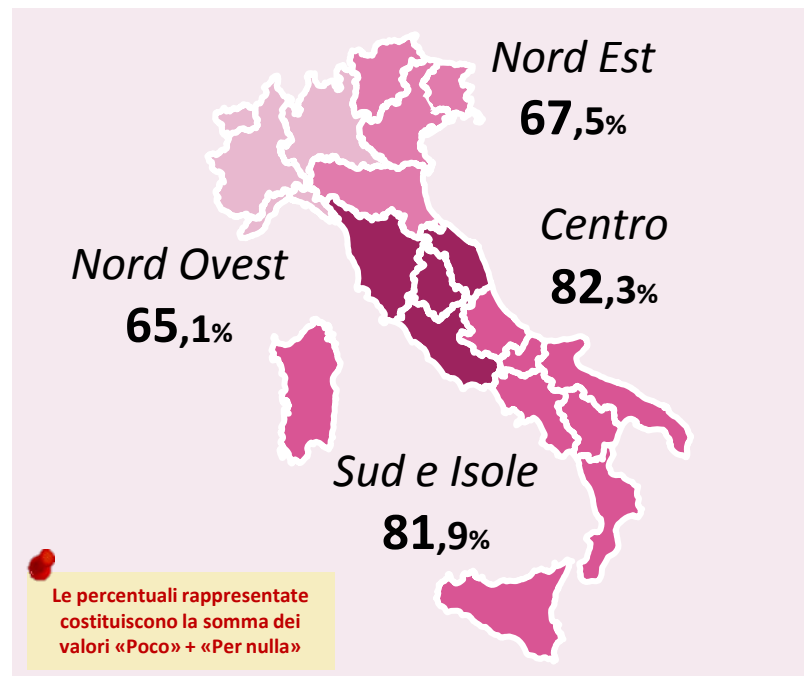
Svolgendo l'attività economica quanto ritiene che la sua impresa sia supportata nello svolgimento di tale funzione da altri soggetti e istituzioni che fanno sistema sul territorio? *(Analisi effettuata solo per le imprese del commercio e del turismo)*

Imprese del terziario (del commercio e del turismo)



Base campione imprese terziario: 4.504 casi. Solo per le imprese del commercio e del turismo.

Imprese femminili (del commercio e del turismo)

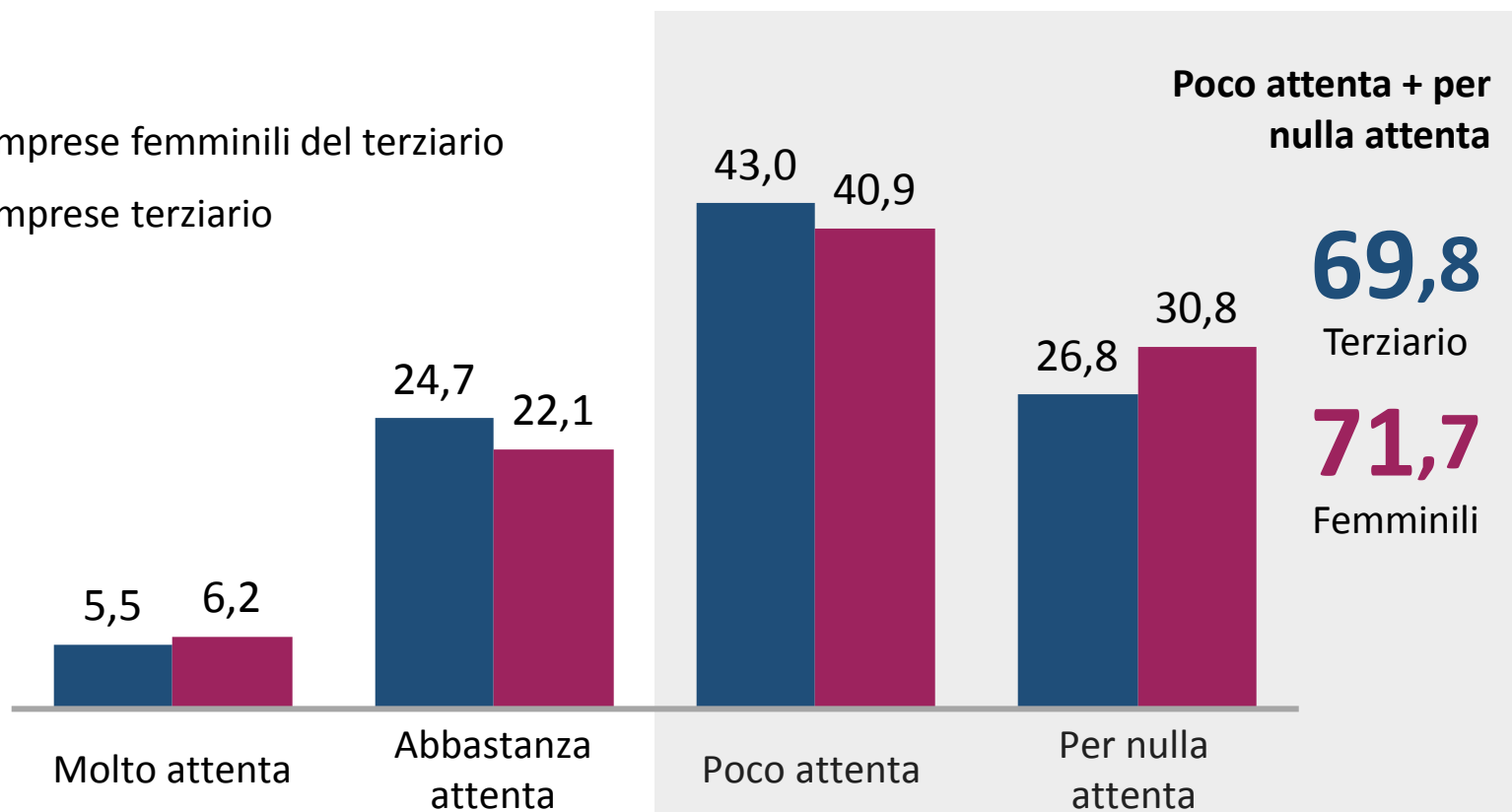


Base campione imprese femminili: 1.065 casi. Solo per le imprese femminili del commercio e del turismo.

territorio, cultura e innovazione delle imprese al femminile | 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

Esprima una valutazione sul livello di attenzione prestata dalla Politica e dalla Pubblica Amministrazione locale al rispetto e valorizzazione delle tradizioni, dei saperi e della cultura locale del territorio nel quale opera la Sua impresa? *(Analisi effettuata solo per le imprese del commercio e del turismo)*

- Imprese femminili del terziario
- Imprese terziario

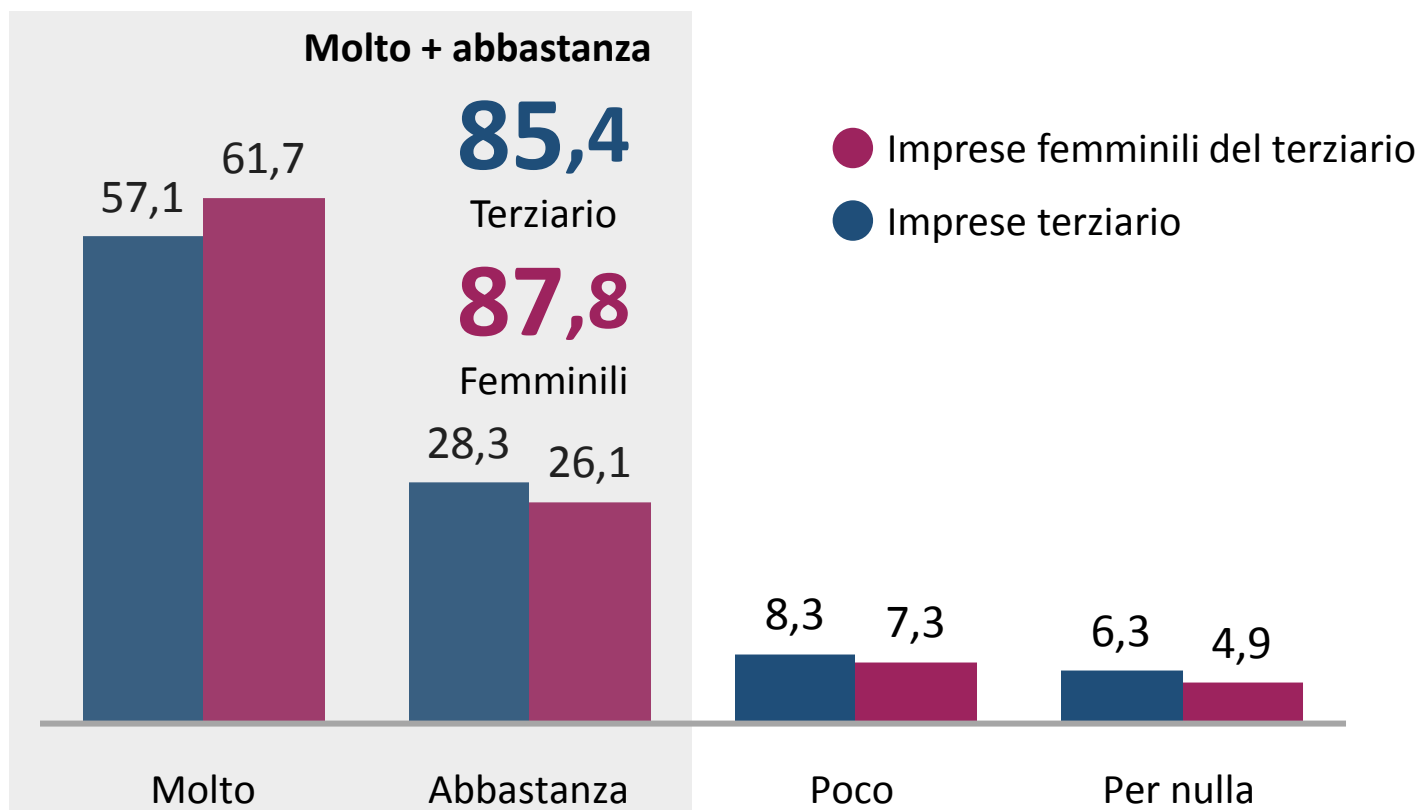


Base campione imprese terziario: 4.504 casi. Solo per le imprese del commercio e del turismo.

Base campione imprese femminili: 1.065 casi. Solo per imprese femminili del commercio e del turismo.

territorio, cultura e innovazione delle imprese al femminile | l'87,8% delle imprese femminili ritengono che sia «molto o abbastanza» importante essere sostenute da parte della politica e della PA per tramandare i saperi

Quanto ritiene importante che le imprese vengano sostenute da parte della politica e dell'Amministrazione Pubblica **per mantenere viva e a tramandare le tradizioni e i saperi del vostro territorio?** (Analisi effettuata solo per le imprese del commercio e del turismo)



Base campione imprese terziario: 4.504 casi. Imprese del commercio e del turismo. Base campione imprese femminili: 1.065 casi. Imprese femminili del commercio e del turismo.

territorio, cultura e innovazione delle imprese al femminile | l'idea che le imprese hanno riguardo al concetto di sostenibilità è certamente positiva, in particolare per quasi la metà delle imprese femminili rappresenta un'occasione di miglioramento ed efficientamento dei processi

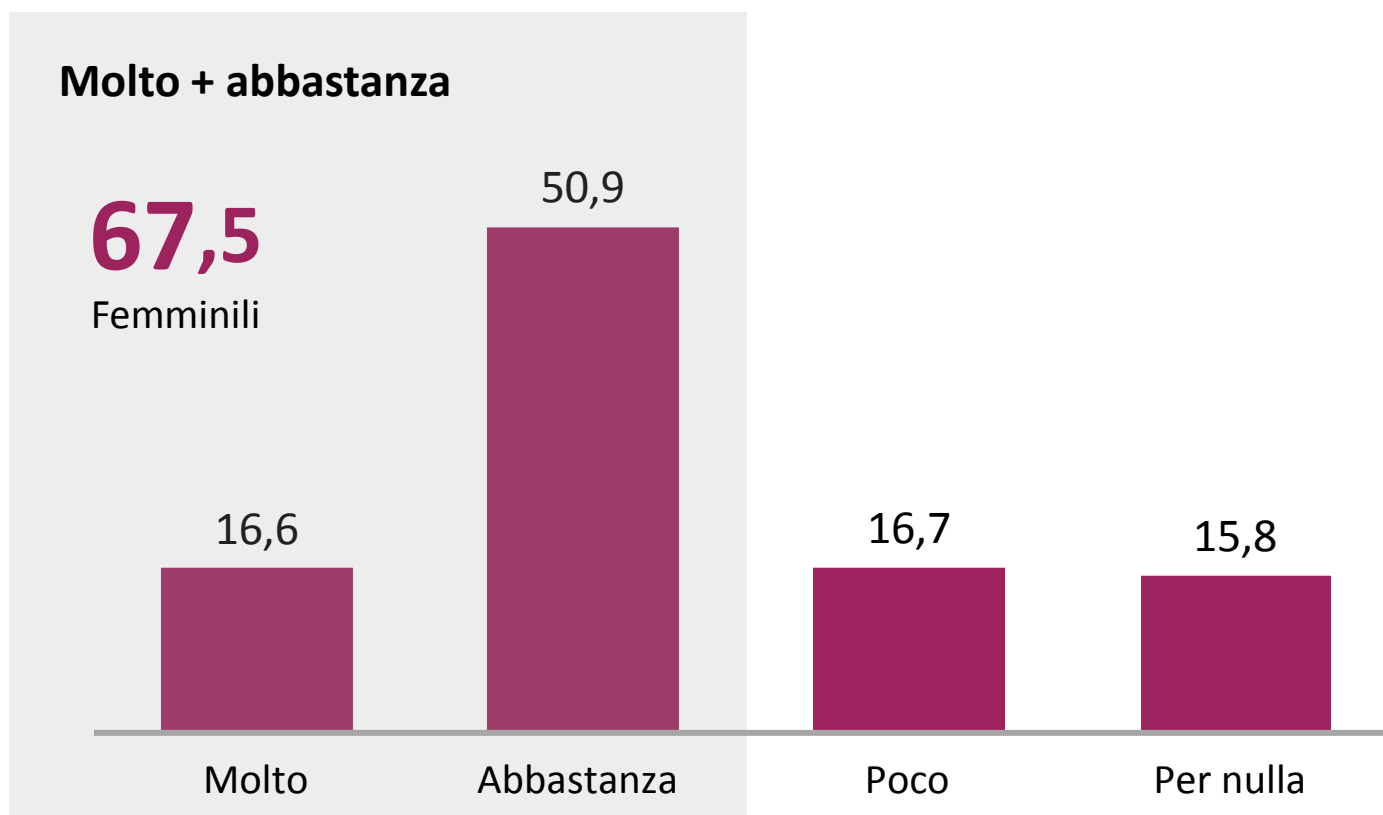
Quali delle seguenti frasi descrive meglio l'idea che Lei ha in merito al concetto di sostenibilità?



Base campione imprese femminili: 2.158 casi.

territorio, cultura e innovazione delle imprese al femminile | sono circa sette imprese femminili su dieci (67,5%) a definirsi come «molto» o «abbastanza» sostenibili

Ad oggi, quanto definirebbe “sostenibile” la Sua impresa?



Base campione imprese femminili: 2.158 casi.

territorio, cultura e innovazione delle imprese al femminile | mancanza di budget e mancanza di competenze/risorse umane qualificate sono le maggiori difficoltà che le imprese femminili hanno riscontrato nel loro processo di evoluzione verso l'essere «impresa sostenibile»

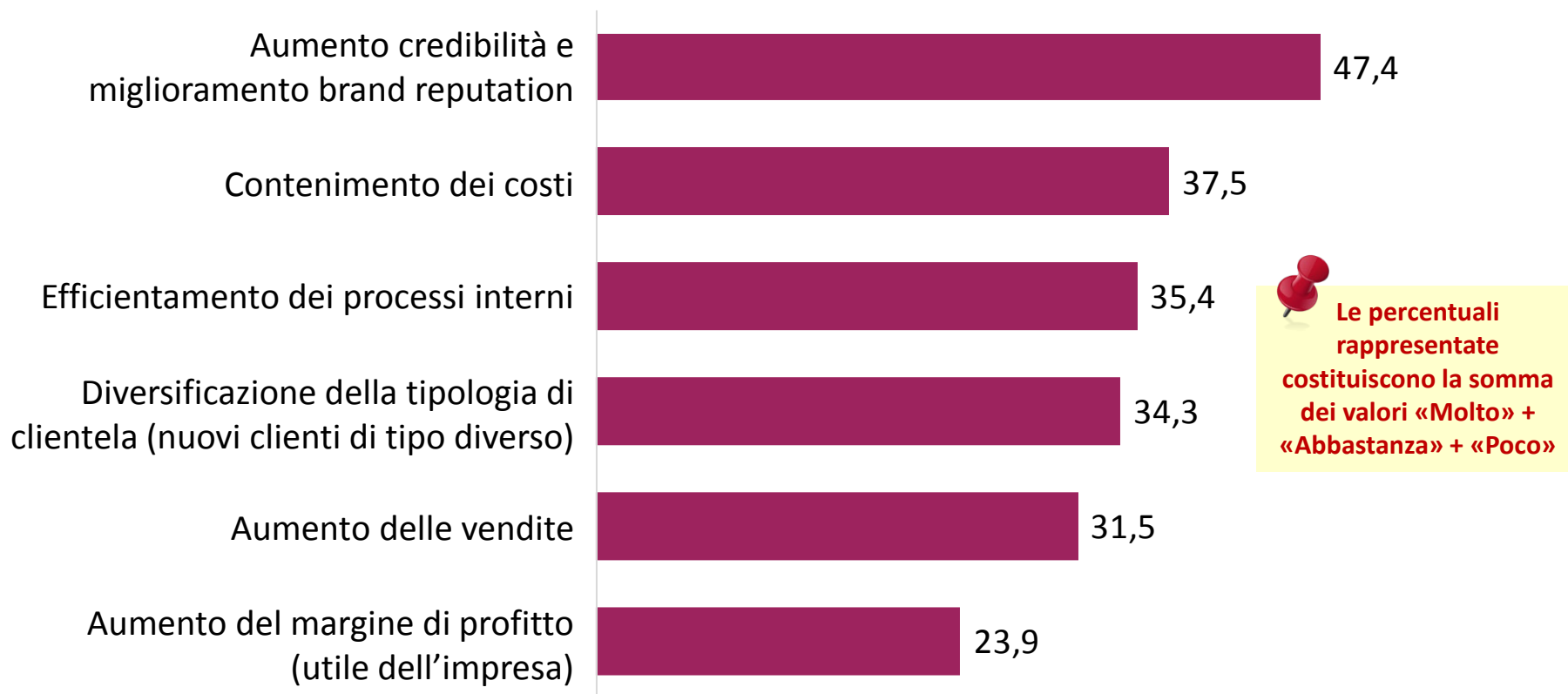
Quali difficoltà ha incontrato/sta incontrando la Sua impresa nel processo di evoluzione in “impresa sostenibile”? (Analisi effettuata solo per le imprese che hanno dichiarato di essere “molto”, “abbastanza” o “poco” sostenibili)



Base campione imprese femminili: 1.911 casi. Solo alle imprese femminili del terziario che hanno dichiarato di essere «molto», «abbastanza» o «poco» sostenibili. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple.

territorio, cultura e innovazione delle imprese al femminile | aumentare la credibilità e migliorare la brand reputation (47,4%) e contenere i costi (37,5%) sono tra gli obiettivi principali delle imprese femminili

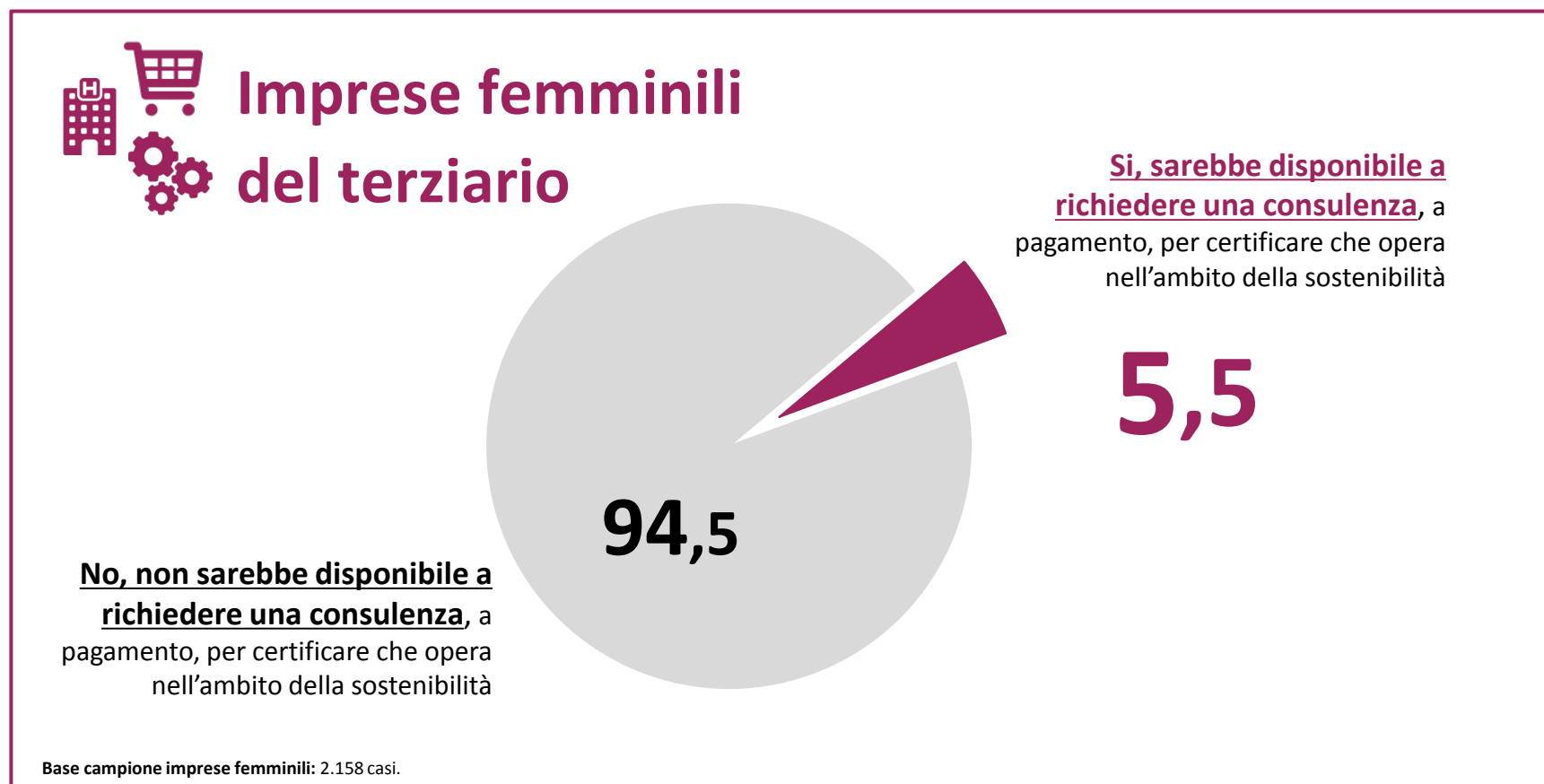
Da quando la Sua impresa è “sostenibile”, in quale misura è riuscita a conseguire i seguenti obiettivi? (Analisi effettuata solo per le imprese che hanno dichiarato di essere “molto”, “abbastanza” o “poco” sostenibili)



Base campione imprese femminili: 1.911 casi. Solo alle imprese femminili che hanno dichiarato di essere «molto», «abbastanza» o «poco» sostenibili.

territorio, cultura e innovazione delle imprese al femminile | bassa la percentuale delle imprese femminili (5,5%) disponibili a richiedere una consulenza, anche a pagamento, per certificare che operano nell'ambito della sostenibilità

La sua impresa sarebbe disponibile a richiedere una consulenza, a pagamento, per certificare che opera nell'ambito della sostenibilità?

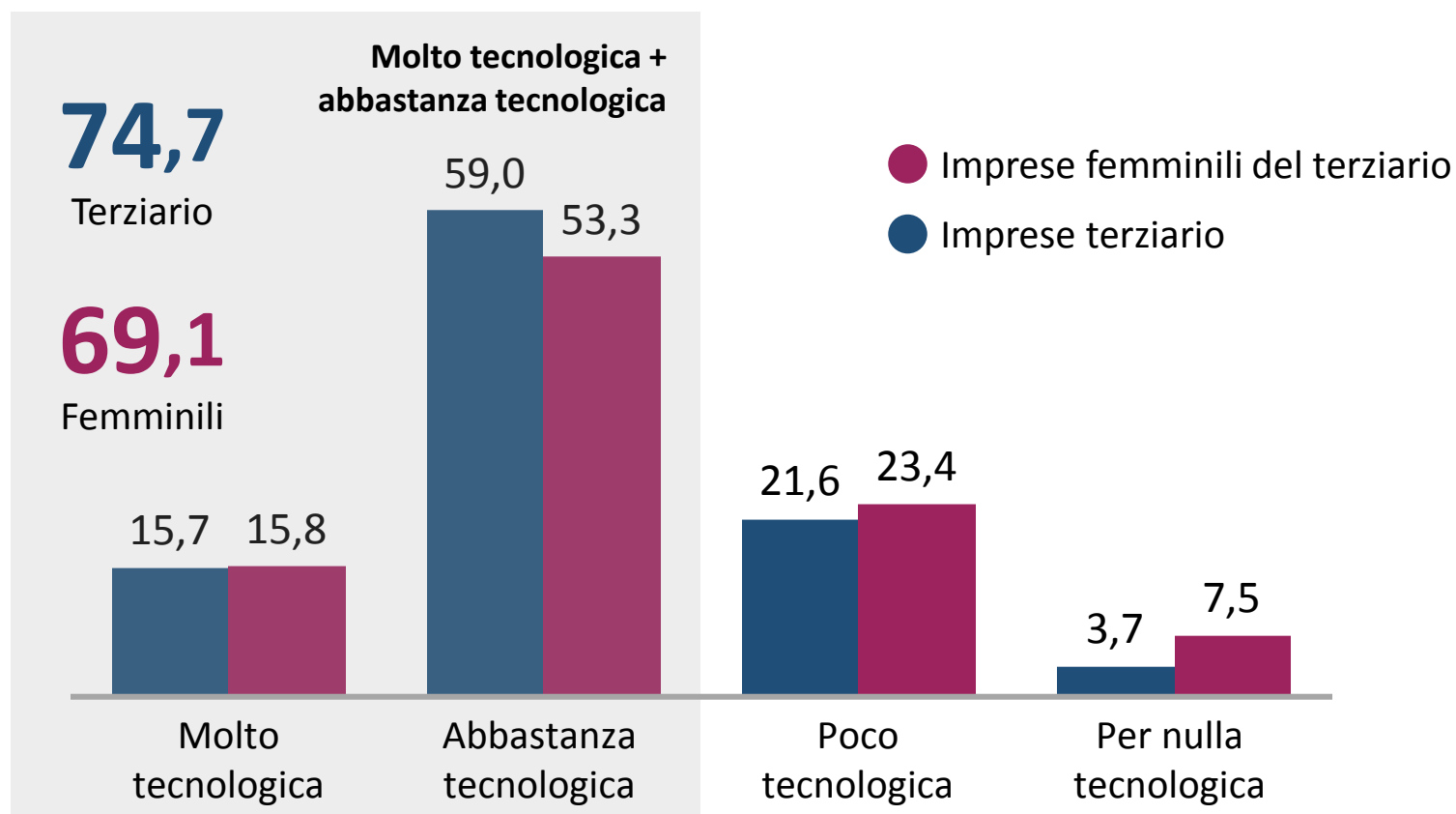


A young woman with long, dark hair is smiling and looking upwards and to the right. She is wearing a light blue, ribbed shirt and a large, dark, textured earring. The background is a blurred office setting with a window frame.

**FOCUS DI APPROFONDIMENTO SULLA
DIGITALIZZAZIONE**

focus di approfondimento sulla digitalizzazione | alta la percentuale di imprese femminili che si ritengono tecnologiche, sono infatti quasi sette su 10 (69,1%)

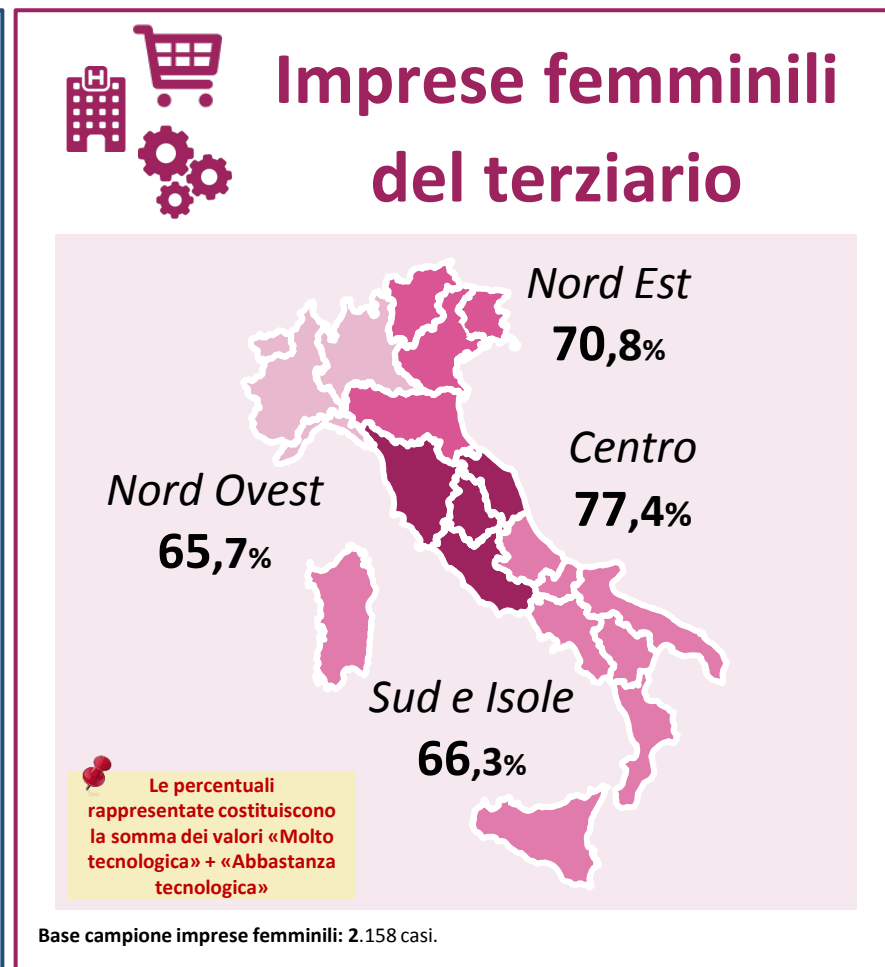
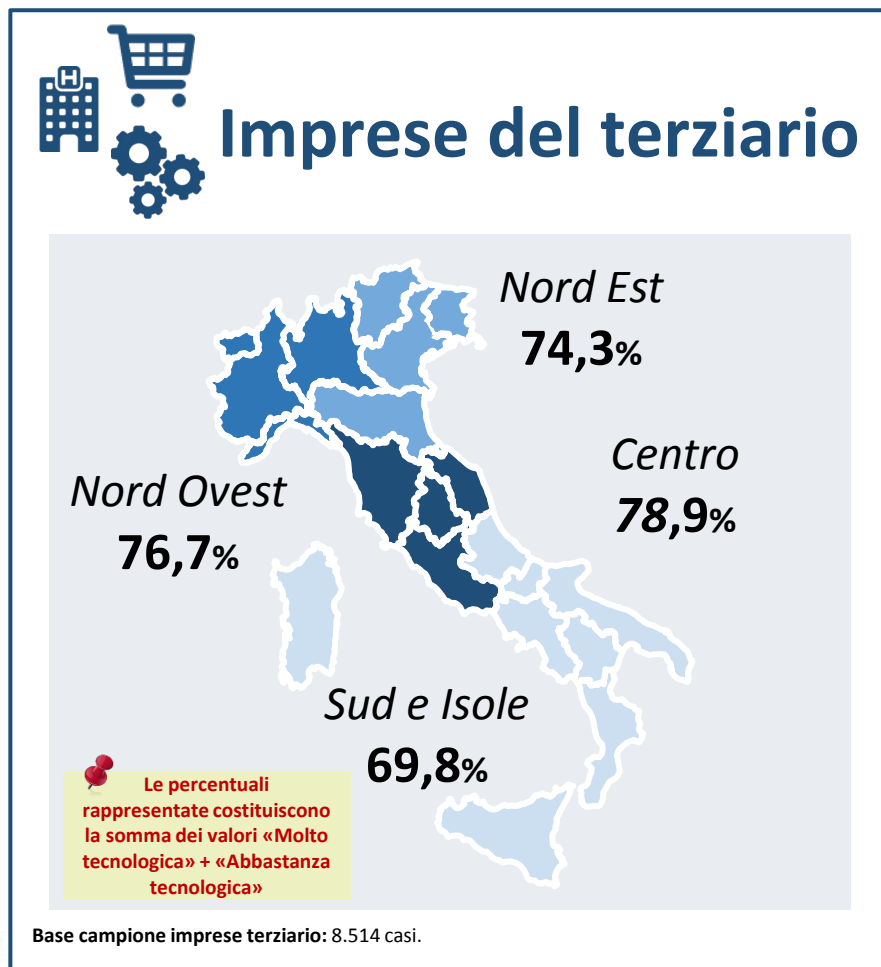
Se lei dovesse effettuare una valutazione sul livello di implementazione delle tecnologie nella sua impresa, direbbe che la sua azienda sarebbe?



Base campione imprese terziario: 8.514 casi. Base campione imprese femminili: 2.158 casi.

focus di approfondimento sulla digitalizzazione | ACCENTUAZIONI STATISTICHE PER MACROAREE GEOGRAFICHE

Se lei dovesse effettuare una valutazione sul livello di implementazione delle tecnologie nella sua impresa, direbbe che la sua azienda sarebbe?



focus di approfondimento sulla digitalizzazione | Le imprese femminili sono più propense all'introduzione di innovazioni; tale evidenza si riscontra in particolare in Campania, Puglia e Sicilia

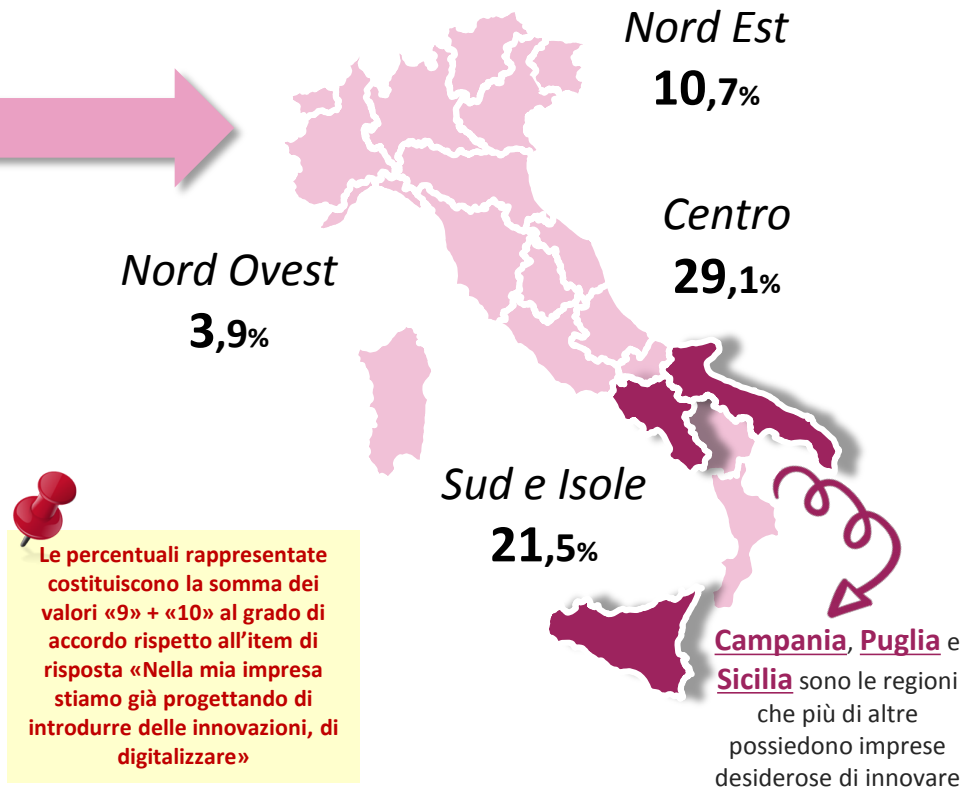
Nella sua impresa state già progettando di introdurre delle innovazioni, di digitalizzare?

(Analisi effettuata solo presso gli intervistati di genere femminile e titolari dell'impresa)

% di imprese che hanno dichiarato che stanno progettando di digitalizzare



Distribuzione geografica delle imprese femminili del terziario che stanno progettando di introdurre innovazioni, di digitalizzare



Base campione imprese terziario: 909 casi. Solo le imprese dove l'intervistato è una donna ed è la titolare dell'impresa.

Base campione imprese femminili: 776 casi. Solo le imprese femminili dove l'intervistato è una donna ed è la titolare dell'impresa femminile.

focus di approfondimento sulla digitalizzazione | i cluster delle imprese femminili tra tradizione e digitalizzazione (guida alla lettura dei dati)

ALTO LEGAME CON LA TRADIZIONE

ALTA TECNOLOGIA

1



Al primo cluster appartengono le imprese femminili **che propongono/vendono servizi o prodotti tipici del territorio** nel quale operano, ritengono **molto importante** il sostegno all'impresе da parte dell'Amministrazione Pubblica per mantenere viva la tradizione di un luogo e hanno un **alto livello di implementazione delle tecnologie** all'interno dell'impresa.

BASSO LEGAME CON LA TRADIZIONE

BASSA TECNOLOGIA

2



Al secondo cluster appartengono le imprese femminili **che non propongono/vendono servizi o prodotti tipici del territorio** nel quale operano, ritengono **poco importante** il sostegno all'impresе da parte dell'Amministrazione Pubblica per mantenere viva la tradizione di un luogo e hanno un **alto livello di implementazione delle tecnologie** all'interno dell'impresa.

3



Al terzo cluster appartengono le imprese femminili **che propongono/vendono servizi o prodotti tipici del territorio** nel quale operano, ritengono **molto importante** il sostegno all'impresе da parte dell'Amministrazione Pubblica per mantenere viva la tradizione di un luogo e hanno un **basso livello di implementazione delle tecnologie** all'interno dell'impresa.

4



Al quarto cluster appartengono le imprese femminili **che non propongono/vendono servizi o prodotti tipici del territorio** nel quale operano, ritengono **poco importante** il sostegno all'impresе da parte dell'Amministrazione Pubblica per mantenere viva la tradizione di un luogo e hanno un **basso livello di implementazione delle tecnologie** all'interno dell'impresa.

focus di approfondimento sulla digitalizzazione | Le imprese femminili sono volano di best practice, il 25,4% di queste sono molto digitalizzate e al contempo cercano anche di mantenere un legame con il territorio

1



ALTO LEGAME CON LA TRADIZIONE & ALTA TECNOLOGIA

...Le imprese **molto digitalizzate** ma che **cercano anche di mantenere un legame** con la tradizione ed il territorio.

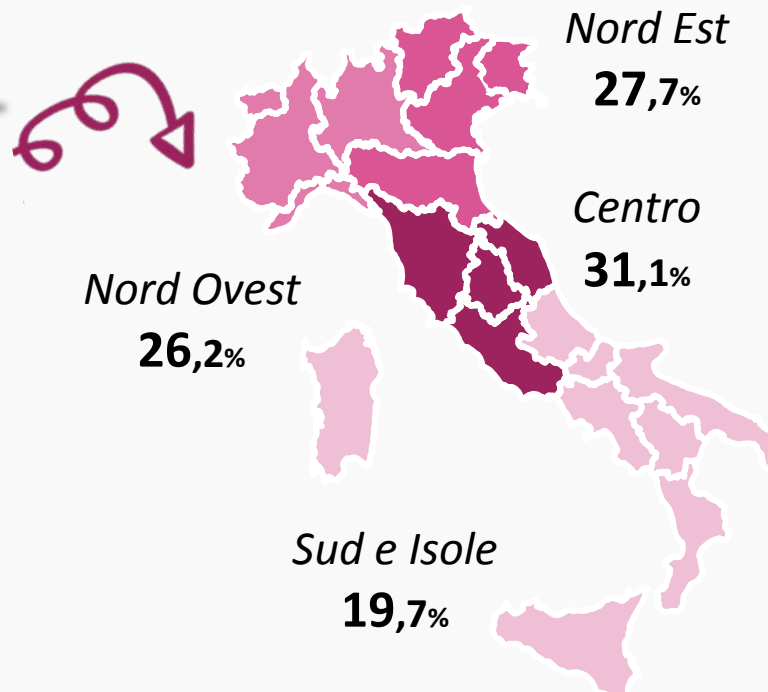
Imprese del
terziario

23,7%



Imprese
femminili
del terziario

25,4%



focus di approfondimento sulla digitalizzazione | il 40,6% delle imprese femminili sono imprese alto digitalizzate ma che sono meno interessate a mantenere un legame con il territorio e le tradizioni

2



BASSO LEGAME CON LA TRADIZIONE & ALTA TECNOLOGIA

...Le imprese **molto digitalizzate** ma che **sono meno interessate a mantenere un legame** con la tradizione ed il territorio.

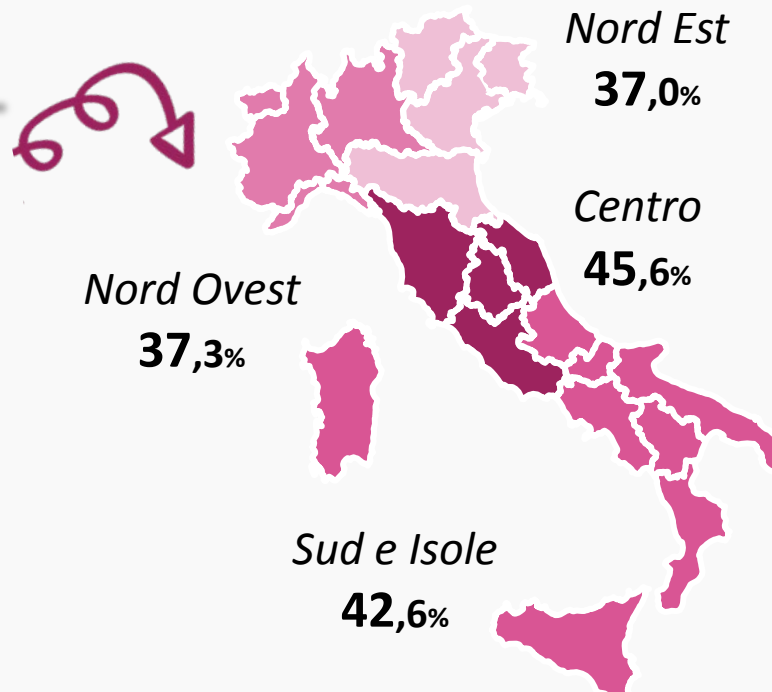
Imprese del
terziario

47,9%



Imprese
femminili
del terziario

40,6%



focus di approfondimento sulla digitalizzazione | sono poche le imprese femminili (12,3%) che mantengono un legame con la tradizione pur trascurando l'innovazione tecnologica

3



ALTO LEGAME CON LA TRADIZIONE & BASSA TECNOLOGIA

Le imprese **poco digitalizzate** ma che cercano di mantenere un legame con la tradizione ed il territorio.

Imprese del terziario

9,4%



Imprese femminili del terziario

12,3%

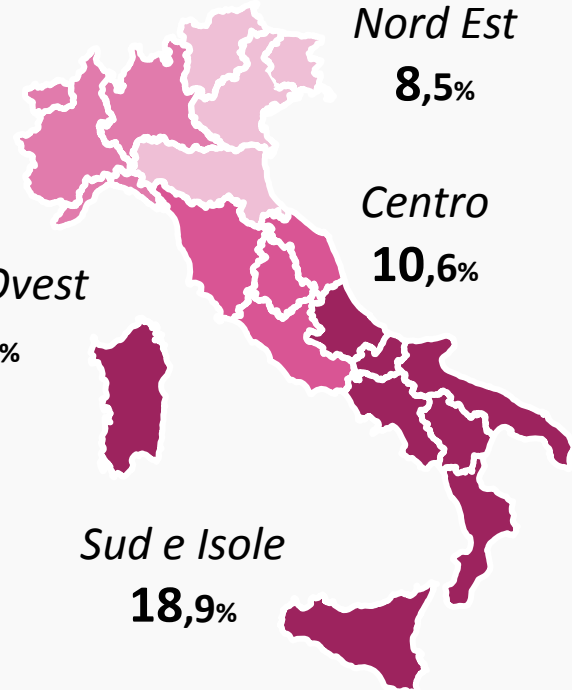


Nord Ovest
9,1%

Nord Est
8,5%

Centro
10,6%

Sud e Isole
18,9%



focus di approfondimento sulla digitalizzazione | la maggior parte delle imprese che trascurano sia la digitalizzazione che il legame con il proprio territorio (21,6%) risiedono nel nord Italia, in particolare nel nord ovest

4



BASSO LEGAME CON LA TRADIZIONE & BASSA TECNOLOGIA

...Le imprese **poco digitalizzate** e che **non sono interessate a mantenere un legame** con la tradizione ed il territorio.

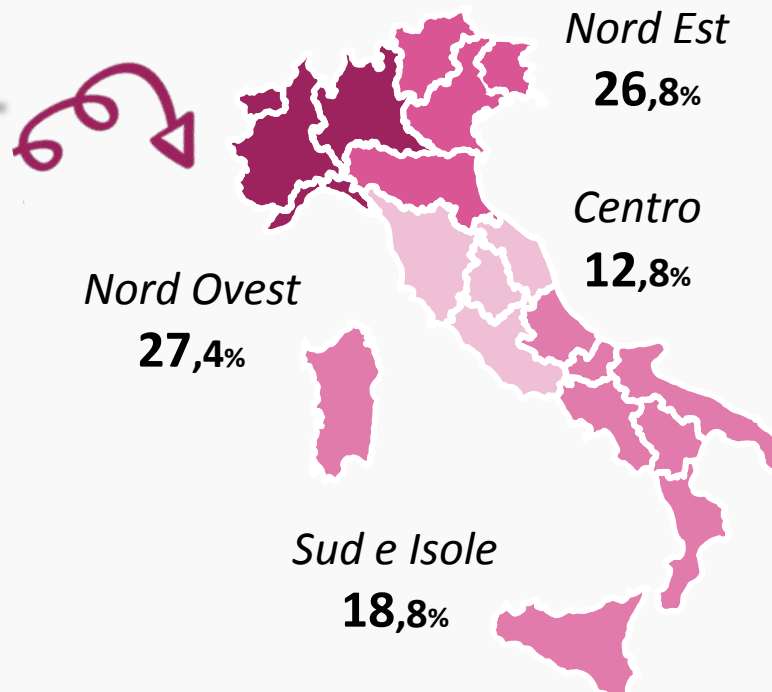
Imprese del
terziario

19,0%



Imprese
femminili
del terziario

21,6%



Base campione imprese terziario: 8.514 casi. Base campione imprese femminili: 2.158 casi.



METODO

metodo | caratteristiche generali della ricerca

COMMITTENTE

Confcommercio Imprese per l'Italia

AUTORE

Format Research (www.formatresearch.com)

OBIETTIVI DEL LAVORO

I dati delle imprese femminili sono stati desunti dall'«Osservatorio Marketing Associativo» I semestre 2018, l'osservatorio semestrale che Format Research conduce per conto di Confcommercio Imprese per l'Italia dal 2012 sulle imprese del terziario che insistono sul territorio nazionale.

DISEGNO DEL CAMPIONE

Campione rappresentativo dell'universo delle imprese italiane del commercio, del turismo e dei servizi. Domini di studio del campione: area geografica (nord ovest, nord est, centro, sud / isole), settore di attività (commercio, turismo [riaggregazione settori Ateco], servizi), dimensione (1-9 addetti, 10-49 addetti, 50-249, oltre 249 addetti).

NUMEROSITA' CAMPIONARIA

Numerosità campionaria complessiva: 8.514 casi (8.514 interviste a buon fine). Anagrafiche "non reperibili": 11.895 (39,4%); "Rifiuti": 9.785 (32,4%); "Sostituzioni": 21.680 (71,8%). Intervallo di confidenza 95% (Errore +1,1%). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Camere di commercio.

METODO DI CONTATTO

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer assisted telephone interview*).

TECNICA DI RILEVAZIONE

Questionario strutturato.

PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

Dal 29 agosto al 13 settembre 2018

CODICE DEONTOLOGICO

La rilevazione è stata realizzata nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei Esomar, del Codice deontologico Assirm (Associazione istituti di ricerca e sondaggi di opinione italiani), e della "Legge sulla Privacy" (D.lgs n. 196/03).

DIRETTORE DELLA RICERCA

Dott. Pierluigi Ascani

Dott. Gaia Petrucci

Questo documento è la base per una presentazione orale, senza la quale ha limitata significatività e può dare luogo a fraintendimenti.

Sono proibite riproduzioni, anche parziali, del contenuto di questo documento, senza la previa autorizzazione scritta di Format Research.

2018 © Copyright Format Research Srl

format research s.r.l.
via ugo balzani 77, 00162 roma, italia
tel +39.06.86.32.86.81, fax +39.06.86.38.49.96
info@formatresearch.com
cf, p. iva e reg. imp. roma 04268451004
rea roma 747042, cap. soc. € 25.850,00 i.v.

unità operativa - via sebastiano caboto 22/a
33170 pordenone, italia - rea 99634/pn

www.formatresearch.com

Membro: Assirm, Confcommercio, Esomar, SIS



UNI EN ISO 9001:2015
CERT. N° 1049