

EUROSTAT

L'Italia nel 2000 aveva un Pil pro capite di molto superiore alla media europea (il 122%) ed è scesa nel 2017 al 97%. Hanno perso più di trenta punti Lazio, Umbria Valle d'Aosta, Lombardia, Emilia Romagna e Piemonte

Anche le Regioni più ricche in 20 anni si sono impoverite

PIETRO SACCO
Milano

Tutte le Regioni italiane, anche quelle più ricche, negli ultimi due decenni si sono impoverite rispetto alla media europea. Lo confermano i numeri pubblicati lunedì dall'Eurostat, l'ufficio statistico europeo, sul Prodotto interno lordo delle Regioni dell'Unione Europea. Sono statistiche che danno molto da riflettere all'Italia ma anche, per motivi diversi, a Bruxelles. L'analisi dell'Eurostat è basata sul Pil pro capite, cioè la ricchezza prodotta da un sistema economico divisa per il numero dei suoi abitanti. Sappiamo come il Pil non sia certo un indicatore infallibile, però molte cose aiuta a capire: quello parametrato sul numero di abitanti è un buon termometro dello stato di salute economica di una popolazione ed è ancora più efficace se "aggiustato" per tenere conto del diverso potere d'acquisto tra un Paese e un altro. Il contesto non è buono. L'Italia che nel 2000 aveva un Pil pro capite a parità di potere d'acquisto di molto superiore alla media europea (il 122%) si è divorata questo vantaggio anno dopo anno, fino a scendere a

un Pil per abitante pari a quello europeo nel 2013 e quindi portarsi sotto questa "quota 100", che sostanzialmente divide i Paesi più ricchi e più poveri d'Europa. Nel 2017 il nostro Pil pro capite era al 97% della media europea, sia se si tiene conto del potere d'acquisto sia se lo si guarda in valore assoluto. Nel 2000 erano 21.800 euro per abitante, ora sono 28.500. In Spagna, nel frattempo, il Pil per abitante è salito da 15.900 a 25.100 euro. Non è un mistero che ci stiano raggiungendo. Ma è la situazione regionale a mostrare ancora meglio quanto sia pesante la stagnazione italiana. Delle dieci Regioni europee il cui Pil pro capite è parità di potere d'acquisto è più diminuito dal 2000 al 2017: sette sono italiane (le altre sono due Regioni greche e Vienna). Il Lazio, la peggiore d'Europa, nel 2000 aveva un Pil per abitante pari al 149% della media europea, ora è al 111%; un crollo di 38 punti. Ma hanno perso più di trenta punti anche l'Umbria, la Provincia autonoma di Trento, la Valle d'Aosta, la Lombardia, l'Emilia Romagna e il Piemonte. Insomma: non si salva nessuno. Non la Provincia di Bolzano, la più ricca tra le Regioni italiane, che nel 2000 aveva un Pil pro capite pari al

La caduta del reddito nel paese dal 2000

21.800
Il Pil pro-capite in Italia nel 2000, il 122% della media Ue

28.500
Il Pil pro-capite nel 2017, il 97% della media Ue. Nel 2013 era pari

-38%
Per il Lazio il tracollo maggiore: è passato dal 149% al 111%

168% della media Ue ed è sceso al 144%. Ma nemmeno le ricche Lombardia (dal 161 al 129% della media Ue), Emilia Romagna (dal 152 al 120%) o il Veneto (dal 141 al 113%). Se i territori economicamente migliori d'Italia non tengono il passo della crescita europea, figuriamoci gli altri. Il ritardo del Sud appare ancora più drammatico se confrontato con il resto dell'Ue. La Calabria, Regione più povera d'Italia, aveva un Pil pro capite pari al 73% della media Ue nel 2000 e nel 2017 era sceso al 59%. È andata anche peggio in Sicilia, dove la discesa è stata di ben 19 punti, dal 79 al 60%. Risultati altrettanto negativi hanno registrato la Campania e la Puglia, scese rispettivamente dall'81 e 80% al 63 e 62%. Fa impressione scoprire che il Pil pro capite di territori d'oltremare francesi come la Guadalupa o la Martinica, ma anche Regioni povere della Lettonia o dell'Ungheria abbiano Pil pro capite superiori a quelli di quasi tutti il Sud Italia. Ma questo apre anche una questione di efficacia dell'azione dell'Ue. Perché favorire la "coesione" territoriale, cioè aiutare le Regioni in ritardo nello sviluppo economico a mettersi alla pari con quelle più ricche è uno dei grandi obiettivi dell'U-

nione, che nel bilancio 2014-2020 ha stanziato 351,8 miliardi di euro su 1.082 complessivi proprio ai fondi per le politiche di coesione. Se chi è indietro non riesce a recuperare, per l'Ue è sempre più difficile restare unita tenendo assieme popolazioni che ogni anno si allontanano un po' per quanto riguarda la situazione economica. È il problema della disuguaglianza, che esiste all'interno di una popolazione ma anche tra le Regioni europee. Non si può dire che da questo punto di vista ci siano stati progressi entusiasmanti. Almeno rispetto al Pil pro capite. Nelle 50 Regioni che nel 2000 erano le più ricche d'Europa, il Pil per abitante medio rispetto alla media europea in diciassette anni è sceso del 7%. Nelle 50 Regioni più povere è invece aumentato dell'11%. Il progresso verso una Ue più uniforme c'è, ma è molto modesto. Se si guarda all'andamento degli ultimi 10 anni, i passi avanti verso la coesione sono ancora più contenuti: il Pil delle cinquantina Regioni più ricche tra il 2008 e il 2017 è rimasto fermo rispetto alla media Ue, ma quello delle cinquantina Regioni più povere è salito solo dell'1%. La coesione vera sembra ancora lontana.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Banche, boccata d'ossigeno in Borsa

Boccata di ossigeno per le banche italiane ed europee, che nella settimana che si è appena conclusa hanno fatto meglio in Borsa dei titoli degli altri settori, determinando di fatto la prima vera inversione di rotta rispetto al 2018, nonostante il rallentamento dell'economia. A fine anno il divario tra i prezzi di borsa e i prezzi obiettivo indicato dagli analisti ha raggiunto in media il 40%. Unicredit per esempio il 28 dicembre valeva 9,78 euro, a fronte dei 16,22 indicati come obiettivo, mentre venerdì ha chiuso a 11,98 euro, riducendo lo scarto al 26% circa.

Le stime del Mef: italiani più ricchi di 1.621 euro

Nel 2021 gli italiani saranno più ricchi di oltre 1.600 euro, secondo le previsioni del Mef. Nella Relazione al parlamento sugli indicatori di benessere equo e sostenibile (Bes) 2019, prevista dalla legge a partire dallo scorso anno, il ministero stima infatti che il reddito aggiustato procapite crescerà di 1.621 euro in tre anni, tra il 2018 e il 2021. Ad arricchire le

famiglie ci penseranno le misure della legge di bilancio. «Le nuove politiche - spiega il ministro Giovanni Tria nell'introduzione della relazione - porteranno ad un apprezzabile aumento del reddito disponibile aggiustato pro capite, ad una riduzione della disuguaglianza dei redditi e ad un marcato calo della povertà assoluta».

LA STORIA DELL'AZIENDA NEL SETTORE MODA UNDER 16

Da impresa familiare ad holding

Il marchio Monnalisa da Arezzo alla conquista dei mercati internazionali

CINZIA ARENA
Milano

La moda per piccoli che conquista il mercato internazionale. Un'azienda a conduzione familiare che ha fatto un salto di qualità grazie alla scelta di affidarsi a manager che hanno saputo valorizzare il marchio. Monnalisa è stata fondata ad Arezzo da Piero Iacomoni nel 1968: progetta, produce e distribuisce abbigliamento di fascia alta per i bambini da zero a 16 anni. «È un'azienda che esiste da oltre cinquant'anni - spiega l'amministratore delegato Christian Simoni - Siamo rimasti tra i pochi ad essere specialisti nella moda bambino, i nostri competitor sono le grandi griffe come Armani Junior, abbiamo un fatturato di 48 milioni di euro, tassi di crescita molto importanti e puntiamo molto sulle esportazioni». Simoni è arrivato nel 2005 come consulente di marketing, poi nel corso degli anni ha affiancato sempre di più la proprietà. Spingendola a fare degli investimenti importanti, viste le basi solide su cui poteva contare. «In occasione dell'approvazione del bilancio 2008 mi accorsi che i numeri erano ottimi, il fatturato era di 17 milioni di euro, c'era molta liquidità ma il livello di investimenti non era elevato». Mancava una visione strategica, manageriale. Da allora l'azienda ha investito nello sviluppo e ha vinto la scommessa. Iacomoni infatti da imprenditore illuminato ha capito che non poteva svolgere entrambi i ruoli, quello di proprietario e quello di manager, e si è affidato ad esperti. «Per fare il salto di qualità da azienda familiare a manageriale c'è bisogno di persone specializzate - sottolinea Simo-

ni - Dopo 10 anni sono ancora qua e nel frattempo il fatturato è triplicato, soprattutto è cambiato il modo in cui stiamo all'estero. I cambiamenti ci sono stati su tutti gli aspetti a partire dalla governance». La vocazione internazionale è stata consolidata con l'apertura di società controllate in Europa ma anche in Cina, Brasile, Russia e Usa. Attualmente Monnalisa distribuisce le sue linee in 60 Paesi, ha 41 negozi monomarca e 750 punti vendita multibrand. È presente in alcuni dei grandi magazzini storici come Harrods, Galeries Lafayette, El Cortes Ingles e la nostra Ri-

L'amministratore delegato Simoni: fatturato triplicato in dieci anni grazie ad un piano di investimenti. A luglio c'è stata quotazione in Borsa

nascente. La quotazione in borsa il 12 luglio è stato un passaggio fondamentale per il futuro dell'azienda, visto che ha consentito di raccogliere nuove risorse per un ulteriore piano di sviluppo. Monnalisa è passata da essere una piccola impresa familiare a una piccola azienda globale con il 75% del fatturato all'estero e una struttura completamente diversa. I dipendenti sono passati da 70 a 300 grazie all'arrivo di molti giovani con nuove competenze. A dirigere il team creativo composto da 30 persone ci sono due donne: Diletta Iacomoni, figlia del fondatore, e Barbara Bertocci.

Un esempio da seguire per altre realtà considerando che le aziende italiane sono in genere più "piccole" e meno aggressive rispetto ad esempio alle francesi. Anche nel campo della moda in cui da sempre il made in Italy è sinonimo di qualità. «La Toscana ad esempio è il polmone dei tessuti della moda europea. I francesi hanno una cultura finanziaria molto più evoluta hanno meno la paura di aprirsi di fare acquisizioni, l'italiano è più conservativo soprattutto sulla finanza. La dimensione conta per il potere contrattuale con i fornitori, per la negoziazione degli spazi» conclude Simoni. La creatività italiana insomma deve anche trovare il modo di fare impresa ad un livello superiore.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'INIZIATIVA

Fondazione Pirelli apre le porte della Bicocca ai bambini

GIOVANNA SCIACCHITANO

Scoprire la storia del quartiere milanese di Bicocca, legata a filo doppio a quella dell'industria Pirelli, insieme alla propria famiglia è possibile oggi, nell'ambito della terza edizione di MuseoCity, iniziativa promossa dal Comune di Milano. La sede della multinazionale, fondata a Milano nel 1872, oggi presente in 12 Paesi nel mondo con 30mila dipendenti e un fatturato di 5,3 miliardi di euro, è visitabile tutto l'anno su prenotazione, ma in questa occasione offre opportunità speciali. Il viaggio nel quartier generale della fabbrica, che in Italia è sinonimo di pneumatico e di progresso, percorre un secolo e mezzo di storia. Come spiega Laura Riboldi, vicepresidente della Fondazio-

ne Pirelli: «Si parte dall'archivio storico lungo 3,5 km all'insegna di una cultura sostenibile, passando per la famosa torre di raffreddamento dello stabilimento degli anni Cinquanta, simbolo dell'area, intorno a cui corrono gli uffici del nuovo edificio per arrivare alla Bicocca degli Arcimboldi in cui si possono ammirare suggestive decorazioni e affreschi». Mentre i genitori visitano questo patrimonio ancora poco conosciuto, per i bambini dai 6 ai 10 anni sono previsti speciali laboratori alla mattina e nel po-

meriggio. «Potranno imparare come gli elementi naturali contribuiscono a creare i pneumatici - continua Riboldi -. Faranno piccoli esperimenti, come quello di simulare la vulcanizzazione della gomma, che è un processo chimico essenziale per realizzare il prodotto». Si, perché la gomma raccolta da un albero, l'energia prodotta dall'acqua ed l'aria e il fuoco che cuoce e dà la forma sono indispensabili nella creazione di un buon pneumatico. In questo modo i bambini capiranno come la natura sia im-



RICERCA DI EY E AICAS

Quote rosa sulla carta

Nei Cda poche donne

PAOLA SCARSI

Nonostante le quote rosa le donne restano penalizzate nel mondo del lavoro. Spiega nell'ambito finanziario. «Diversità di genere nel mondo aziendale. Tra gender pay gap e valorizzazione del talento femminile» è il tema della ricerca realizzata da EY, network mondiale di servizi professionali e consulenza direzionale in collaborazione con Aicas, Associazione italiana consiglieri di amministrazione e sindaci alla Camera dei deputati. L'indagine è stata realizzata su un campione di 34 tra i principali società italia-

Indagine EY su 34 tra le principali società italiane: restano le disparità in termini di carriera ma soprattutto di retribuzione

ne (il 35% del settore finanziario) per un totale di oltre mezzo milione di dipendenti. La presenza delle donne è del 42% (48% nel settore finanziario) ma più si sale nella scala gerarchica e più diminuisce; dal 50% si scende al 32% tra i quadri ed al 17% tra i dirigenti (15% nel settore finanziario).

La differenza di salario non è così forte come ci si immaginerebbe, specie nella parte bassa della piramide: tra impiegati e quadri è del 7% circa. Tra i dirigenti il divario aumenta sensibilmente: le donne guadagnano il 14% in meno rispetto ai colleghi maschi, una differenza di quasi 20mila euro. La percentuale di donne nei ruoli apicali è del 17% nei ruoli "standard" e dell'11% in quelli di business, dati che nel settore finanziario scendono all'11% nei ruoli "standard" e allo zero in quelli di business. In pratica non c'è nessuna donna amministratore delegato nelle aziende del settore finanziario analizzate. Per effetto della Legge Golfo-Mosca che dal 2011 ha introdotto le quote rosa - ed il 62% delle società vi è soggetto - la presenza di donne nei Cda è pari al 36%, ma le presidenti di Cda sono solo il 13%. Daltra parte partecipanti alla tavola rotonda è venuto l'invito alle donne a "farsi avanti", un atteggiamento che talvolta esse temono di assumere: non a caso la ricerca ha evidenziato, insieme alla carenza di figure tecniche femminili, che solo il 38% delle donne si definisce ambizioso (lo è il 51% degli uomini) che le donne si candidano a nuove posizioni solo se pensano di avere il 100% delle caratteristiche e che assumendo posizioni di potere hanno paura di perdere "likeability".

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA