

PER TORNARE A ESSERE COMPETITIVI SERVONO PIÙ IMPRESE AL FEMMINILE

di **Gian Paolo Manzella**

«Il potenziale non sfruttato»; «la chiave per sbloccare il Pil»; «la ricchezza nascosta». Sono solo alcune delle frasi che si leggono nei rapporti dedicati al ruolo delle donne nel mondo del lavoro e dell'impresa da istituzioni come la Commissione europea e l'Ocse o da società di consulenza globali.

Il tutto per arrivare a dire una cosa semplice: che l'economia sarebbe molto diversa se le donne potessero lavorare e fare impresa quanto gli uomini.

I dati dell'Ocse sono chiari: la percentuale di donne imprenditrici è ancora troppo bassa, l'accesso al credito per le donne che scelgono di fare impresa è difficile, le loro "reti" di contatti troppo fragili. Permane un problema culturale: nonostante tutti gli sforzi, "imprenditorialità" è ancora valore maschile. E se si tratta di un problema europeo, l'Italia ha un ritardo comparato che l'attuale crisi rischia di ampliare. Anche qui i numeri parlano chiaro. L'Italia - e i recenti dati [Unioncamere](#) lo confermano - è indietro in molti degli indicatori.

Non è, sia chiaro, un problema nuovo. A partire dagli anni Settanta, nell'ambito della più ampia riflessione sulle pari opportunità, la richiesta di norme per favorire l'imprenditoria femminile cresceva in tutta Europa. Anche noi salimmo su quell'onda. È alla fine degli anni Ottanta, che la questione "donna-impresa" avanza. Gli anni, per capirci, di Marisa Bellisario, quelli in cui, dopo tre anni di lavoro, si approvava "la 215 del 1992", che riconosceva la necessità di «azioni positive per l'imprenditoria femminile». Una "legge bandiera" che arrivava dopo un lungo percorso normativo, guidato da Tina Anselmi come relatrice,

e che aveva visto convergere le proposte di personalità di forze politiche diverse come Giovanna Filippini, Alma Cappiello, Paola Cavigliasso. Se, dunque, già dall'inizio degli anni 90 l'Italia ebbe una normativa di riferimento, breve fu la sua "vita felice". All'inizio di questo millennio fu nei fatti abbandonata e sostituita da meccanismi di premialità per le imprese femminili in bandi aperti a tutti. Un approccio che, anni dopo, possiamo giudicare insufficiente, se i dati segnalano ancora disparità di genere molto forti nell'accesso ai finanziamenti pubblici.

La "questione femminile" è, quindi, ancora davanti a noi, anche se con tratti diversi. Sotto un primo profilo perché nel "mondo nuovo" dell'innovazione e della tecnologia, ci sono ancora troppe poche donne che lavorano nel digitale, che fanno *startup* o sono attive nel *venture capital*, che affrontano lo studio delle materie *Stem (Science, technology, engineering, mathematics)*. Ma la diversità rispetto all'inizio degli anni 90 sta anche in altro. Sempre più spesso gli studi dicono che le imprese a guida femminile fanno più profitti, sono più creative, più verdi, più attente al *welfare*. E che promuovere la *gender diversity* è quindi essenziale per la qualità dello sviluppo economico. Nuovi elementi spingono, dunque, a riaffrontare il tema, con una nuova prospettiva. Perché, se si vuole, la questione è oggi meno "sociale" o di parità di genere e tocca più direttamente l'economia. E non è un caso che ci sia una nuova attenzione al tema, almeno in Europa.

Lo testimoniano una serie di iniziative degli ultimi anni: il programma tedesco *Frauen unternehmen* e quello svedese delle "Ambasciatrici d'impresa", che portano donne im-

prenditrici a condividere le loro esperienze nelle scuole; l'iniziativa irlandese *Women in Business* per aumentare le donne *startupper* e la Giornata nazionale per l'imprenditoria femminile promossa dal governo di Dublino. In parallelo è la stessa Commissione europea ad aver posto la questione tra le prioritarie nell'ambito della sua iniziativa sulla imprenditorialità.

È in questo clima che il tema dell'impresa femminile va rimesso al centro. Con alcuni punti fermi. Il primo è il rafforzamento degli incentivi alle imprese, in cui ai tradizionali contributi per le Pmi a guida femminile si devono affiancare strumenti di finanziamento per le *startup*, definiti in collaborazione con il Fondo nazionale innovazione.

C'è poi da approfondire il lavoro su formazione e cultura, con il sostegno a programmi analoghi a quelli presenti in molti Paesi: dedicati alla diffusione tra la popolazione femminile dei valori di impresa e a sensibilizzare sulle opportunità di formazione, a partire dalle facoltà tecnico scientifiche. Vi è, infine, l'assistenza alle imprese, che deve vedere il sostegno a incubatori e acceleratori specializzati. Luoghi nei quali la donna che decide di avviare un'impresa trovi aiuto, competenze, indicazioni. Se questi sono i tre assi di intervento, la loro attuazione deve vedere il pieno coinvolgimento del livello regionale e delle [Camere di Commercio](#).

Bisogna farlo adesso. Se il *Recovery Fund* è l'occasione per affrontare nodi da troppo tempo irrisolti, quello dell'imprenditoria femminile è uno dei più urgenti. Passa anche da qui un'Italia più competitiva, più giusta, più moderna.

Sottosegretario di Stato al ministero dello Sviluppo economico

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Pioniera.
Marisa Bellisario è stata una delle

più importanti manager italiane tra gli anni 60 e 80, prima nel settore privato, in Olivetti, e poi in quello pubblico, in veste di amministratore delegato di Italtel.

