

Emerge dal IV Rapporto sull'imprenditoria femminile

Unioncamere, resilienti e tenaci, aziende in rosa +2,9% in 5 anni

Roma Resilienti, tenaci, pronte anche più degli uomini a mettersi in gioco. E' la fotografia del milione e 340mila imprese guidate da donne, che emerge dal IV Rapporto sull'imprenditoria femminile, realizzato da **Unioncamere**. Queste imprese, che sono il 22% del totale, negli ultimi 5 anni sono cresciute a un ritmo molto più intenso di quelle maschili: +2,9% contro +0,3%. In valori assoluti l'aumento delle imprese femminili è stato più del triplo rispetto a quello delle imprese maschili: +38.080 contro +12.704. In pratica, le imprese femminili hanno contribuito a ben il 75% dell'incremento complessivo di tutte le imprese in Italia, pari a +50.784 unità.

Anche se ancora fortemente concentrate nei settori più tradizionali, le imprese di donne stanno crescendo soprattutto in settori più innovativi e con una intensità maggiore delle imprese maschili. E' il caso delle attività professionali scientifiche e tecniche (+17,4% contro +9,3% di quelle maschili) e dell'informatica e telecomunicazioni (+9,1%, contro il +8,9% delle maschili).

Lazio (+7,1%), Campania (+5,4%), Calabria (+5,3%), Trentino (+5%), Sicilia (+4,9%), Lombardia (+4%) e Sardegna (+3,8%) le regioni in cui le aziende al femminile aumentano oltre la media. In termini di incidenza territoriale, sul totale delle imprese,

al vertice della classifica si incontrano tuttavia tre regioni del Mezzogiorno (Molise, Basilicata e Abruzzo), seguite dall'Umbria, dalla Sicilia e dalla Val d'Aosta.

Le giovani donne d'impresa hanno una minore propensione all'innovazione rispetto ai coetanei uomini (il 56% delle imprese giovanili femminili ha introdotto innovazioni nella propria attività contro il 59% imprese giovanili maschili); investono meno nelle tecnologie digitali di Industria 4.0 (19% contro il 25% delle imprese giovanili maschili); sono meno internazionalizzate (il 9% contro il 13%); hanno un rapporto difficile con il credito (il 46% delle imprese femminili di under 35 si finanzia con capitale proprio o della famiglia).

Inoltre, solo il 20% delle imprese di giovani donne ricorre in misura notevole al credito bancario e, tra tutte le imprese under 35 che lo richiedono, sono più le giovani imprese femminili, rispetto a quelle maschili, a lamentarsi di non aver visto accolta la richiesta o di averla vista soddisfatta solo in parte dalle istituzioni bancarie (8% contro 4%).

Questi elementi di fragilità peraltro si inquadrano all'interno di un sistema di "buona" giovane impresa che condivide, in misura spesso più diffusa dei colleghi uomini, una

serie di valori fondanti. L'impresa giovanile femminile, infatti, è più attenta all'ambiente, guidata soprattutto dall'etica e dalla responsabilità sociale: la quota delle giovani imprese rosa che investono nel green mosse dalla consapevolezza dei rischi legati al cambiamento climatico è superiore a quella dei giovani imprenditori maschili (31% contro 26%).

L'attenzione al welfare aziendale è decisamente elevata tra le giovani imprese femminili, che, ad esempio, offrono maggiori possibilità di smart working ai propri dipendenti (50% tra le femminili contro il 43% di quelle maschili); hanno adottato in misura maggiore iniziative volte a sostenere la salute e il benessere dei propri lavoratori (72% contro 67%) e sono più propense a sviluppare ulteriormente attività di welfare aziendale nei prossimi tre anni (69% contro 60%).

Le giovani imprenditrici, la cui spinta a fare impresa deriva in misura maggiore rispetto agli uomini dal desiderio di valorizzare le proprie competenze ed esperienze professionali (24% contro 21%), danno lavoro di più ai laureati (41% contro 38%) e intessono rapporti più stretti e frequenti con la comunità territoriale (il numero medio di stakeholder con i quali l'impresa giovanile femminile intrattiene rapporti è pari a 3,81, contro 3,58 dei coetanei uomini).



