

# L'Imprenditoria Femminile in Italia





Il presente Report è stato realizzato nell'ambito del *Piano Nazionale dell'Imprenditoria Femminile*, gestito da INVITALIA in collaborazione con UNIONCAMERE per conto del Ministero delle Imprese e del Made in Italy e finanziato dai fondi europei del Next Generation EU.

La ricerca è stata realizzata da un gruppo di lavoro del Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne in stretta collaborazione con Si.Camera, con il coordinamento di UNIONCAMERE e il supporto scientifico di Paola Casavola, Carlo Sappino, Gianfranco Viesti.

La riproduzione e/o diffusione parziale o totale dei contenuti del presente Report è consentita esclusivamente con la citazione completa della fonte: Unioncamere - Centro Studi Guglielmo Tagliacarne - Si.Camera, *L'imprenditoria femminile in Italia*, © 2025



# PRINCIPALI EVIDENZE

# EXECUTIVE SUMMARY: LE CARATTERISTICHE STRUTTURALI

- ✓ **Le imprese femminili: componente rilevante dell'economia italiana.** Al 31 dicembre 2024 vi sono poco più di 1,3 milioni di imprese condotte da donne, pari al 22,2% del totale nazionale, con un'incidenza stabile nel tempo e una variazione positiva rispetto al 2014 (+0,4% contro il -3,6% delle, ben più numerose, imprese non femminili)
- ✓ **Le donne a sostegno dell'occupazione femminile.** Le imprese guidate da donne non solo stanno rafforzando la propria presenza nel tessuto economico generale, ma stanno contribuendo in modo decisivo ad innalzare la partecipazione femminile al mercato del lavoro. Le donne, infatti, rappresentano oltre la metà dei dipendenti all'interno delle imprese femminili (54% e solo il 39% nelle imprese non femminili)
- ✓ **Un'imprenditoria più "giovane" ma con meno imprenditrici under 35.** L'81% delle imprese femminili è nata nel nuovo millennio, segno di una crescente propensione delle donne ad avviare nuove attività imprenditoriali. Tuttavia, si registra una diminuzione delle imprese guidate da donne under 35, scese del -24,5% in dieci anni
- ✓ **La forte vocazione settoriale e territoriale dell'imprenditoria femminile: più nei servizi e nel Mezzogiorno.** Le imprese femminili si concentrano prevalentemente nei servizi (72,6%) e nel Mezzogiorno (36,6%). Dal punto di vista organizzativo, prevalgono le imprese con meno di 9 addetti (96,2%) e le ditte individuali (60,5%), sebbene in calo rispettivamente del -0,6% e del -6,6% rispetto al 2014. Crescono invece le società di capitali (+45%), che oggi rappresentano oltre un quarto delle imprese femminili totali

# EXECUTIVE SUMMARY: GLI ESITI DELLA SURVEY

- ✓ **Un tessuto imprenditoriale maturo, istruito e motivato.** È quanto emerge da un'indagine CATI condotta su 3.000 imprese (1.500 femminili e 1.500 non femminili) della manifattura e dei servizi con più di 2 addetti
- ✓ **L'avvio di impresa: scelta e non ripiego.** Sempre più donne scelgono l'imprenditoria come percorso di autorealizzazione (nel 37% dei casi) e non come una alternativa alla mancanza di lavoro dipendente (27%). Questa motivazione intrinseca genera imprese più orientate alla qualità e alla valorizzazione delle risorse umane
- ✓ **La famiglia: punto di riferimento fondamentale ma anche limite alla crescita finanziaria.** Il ricorso massiccio al capitale proprio o familiare per l'avvio d'impresa segnala una dipendenza strutturale dall'autofinanziamento (è così per tre imprese femminili su quattro). Questa dinamica assicura stabilità iniziale, ma può frenare la propensione delle imprese ad investire in modo strutturato
- ✓ **Istruzione e leadership consapevole.** Le imprenditrici presentano livelli di istruzione mediamente più alti rispetto agli imprenditori (25% delle imprenditrici laureate vs 21% degli imprenditori) e - quando questo si verifica - cresce la propensione ad adottare politiche di welfare e a realizzare investimenti, anche tramite incentivi pubblici. Non solo formazione economica e tecnico-scientifica ma anche umanistica
- ✓ **Esperienza professionale come fondamento di solidità imprenditoriale.** Nell'85% dei casi, l'avvio di impresa rappresenta un'evoluzione di un progressivo percorso lavorativo, da dipendenti o da autonome, che danno vita ad un modello di impresa più competente e meno improvvisato
- ✓ **Le imprese femminili sono più sensibili al benessere dei dipendenti.** Il 28% delle imprese femminili adotta misure di conciliazione dei tempi di vita lavorativa e privata (vs il 22% delle non femminili) ma la presenza di una leadership laureata aumenta l'attenzione al welfare fino al 40%

## EXECUTIVE SUMMARY: GLI ESITI DELLA SURVEY

- ✓ **Credito: leva potenziale ancora sottoutilizzata.** Il 37% delle imprese femminili accede a finanziamenti bancari e quelle che lo fanno investono e innovano di più. Tuttavia il limite non sempre è rappresentato dalla scarsa offerta bancaria, ma anche da una domanda di credito poco consapevole (oltre la metà delle imprese femminili dichiara di non avere bisogno di un finanziamento bancario). Ostacoli principali: costo del credito e burocrazia
- ✓ **Maggiore propensione delle donne a chiedere incentivi.** Il 27,3% li ha già utilizzati e il 18,9% ha intenzione di utilizzarli (quote pari al 23,0% e al 18,3% nel caso delle non femminili). Le misure più utilizzate? Aiuti regionali e credito d'imposta e il 15% ha utilizzato incentivi gestiti da Invitalia. Complessità amministrativa e incertezza dei tempi le difficoltà maggiormente segnalate da coloro che hanno richiesto un incentivo
- ✓ **Investimenti orientati ad ammodernamento e capitale umano.** Nonostante dimensioni mediamente più contenute, le imprese femminili mostrano una buona propensione ad investire: il 73% ha investito nel triennio 2022–2024 e il 47% lo farà nel periodo 2025-2027. Prevalgono investimenti in beni tangibili (macchinari, attrezzature ICT) e ammodernamento organizzativo
- ✓ **Formazione e competenze.** Solo un terzo delle imprese investe in formazione, con interventi perlopiù di up-skilling delle competenze tecniche. Una scarsa propensione alla formazione manageriale e finanziaria, tuttavia, potrebbe limitare la capacità di pianificazione strategica e di gestione del rischio da parte delle imprese, femminili e non. Non a caso il 90% delle imprese femminili affida la gestione finanziaria a soggetti esterni, con una netta prevalenza del commercialista come figura di riferimento
- ✓ **Puntare al capitale umano e finanziario come leve di competitività.** Le imprese femminili che utilizzano finanziamenti all'avvio e incentivi pubblici mostrano, rispetto alle altre, una maggiore produttività del lavoro e una più alta propensione a investire. Entrambi questi indicatori migliorano ulteriormente quando le imprese investono anche nella formazione delle proprie risorse umane



CARATTERISTICHE  
STRUTTURALI  
DELL'IMPRENDITORIA  
FEMMINILE

Il Rapporto evidenzia l'importanza dell'imprenditoria femminile nell'economia del nostro Paese, dove un'impresa su cinque è a maggioritaria, forte o esclusiva conduzione femminile.

Consolidare e incrementare la presenza delle donne all'interno del tessuto produttivo del Paese è uno degli strumenti attraverso cui raggiungere una piena parità di genere. Non a caso, l'*empowerment* femminile è stato identificato come una delle priorità trasversali del PNRR, all'interno del quale si ribadisce la necessità di «sostenere l'avvio di attività imprenditoriali femminili attraverso la definizione di un'offerta che sia in grado di venire incontro alle necessità delle donne in modo più puntuale (mentoring, supporto tecnico-gestionale, misure per la conciliazione vita-lavoro, ecc.)», oltre ad essere uno degli obiettivi dello sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030.

In questa prima sezione del Rapporto si fornisce una fotografia aggiornata (al 31 dicembre 2024) dell'imprenditoria italiana realizzata in ottica di genere. L'*overview*, infatti, indaga le peculiarità strutturali del tessuto produttivo italiano - suddiviso per componente femminile e non - e la sua evoluzione nel breve e lungo termine, oltre a presentare dei focus di approfondimento su specifiche tematiche, quali la mobilità delle imprenditrici e la presenza di start-up innovative iscritte presso l'apposita sezione del Registro Imprese.



## La definizione

# IMPRESE FEMMINILI: DI COSA PARLIAMO?



**IMPRESE INDIVIDUALI** di cui siano titolari donne

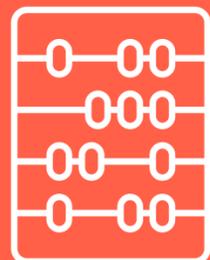
**SOCIETA' DI PERSONE** in cui la maggioranza dei soci è di genere femminile



**SOCIETA' DI CAPITALE** in cui la partecipazione di genere risulta complessivamente superiore al 50% mediando le composizioni di quote di partecipazione e cariche attribuite

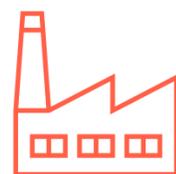
**IMPRESE COOPERATIVE** in cui la maggioranza dei soci è di genere femminile





# I numeri

# LE IMPRESE FEMMINILI, PIU' DI UN QUINTO DELLE IMPRESE DEL PAESE



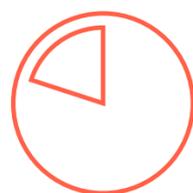
**1.307.116**

IMPRESE FEMMINILI  
(4.569.755 imprese non femminili)



**-1,4%**

variazione rispetto al 2023  
(-1,3% nel caso delle imprese non femminili)



**22,2%**

tasso di femminilizzazione  
(incidenza imprese femminili sul totale)



**+0,4%**

variazione rispetto al 2014  
(-3,6% nel caso delle imprese non femminili)



**inferiore del 60%**

livello di produttività del lavoro (valore aggiunto/addetti) rispetto alle imprese non femminili

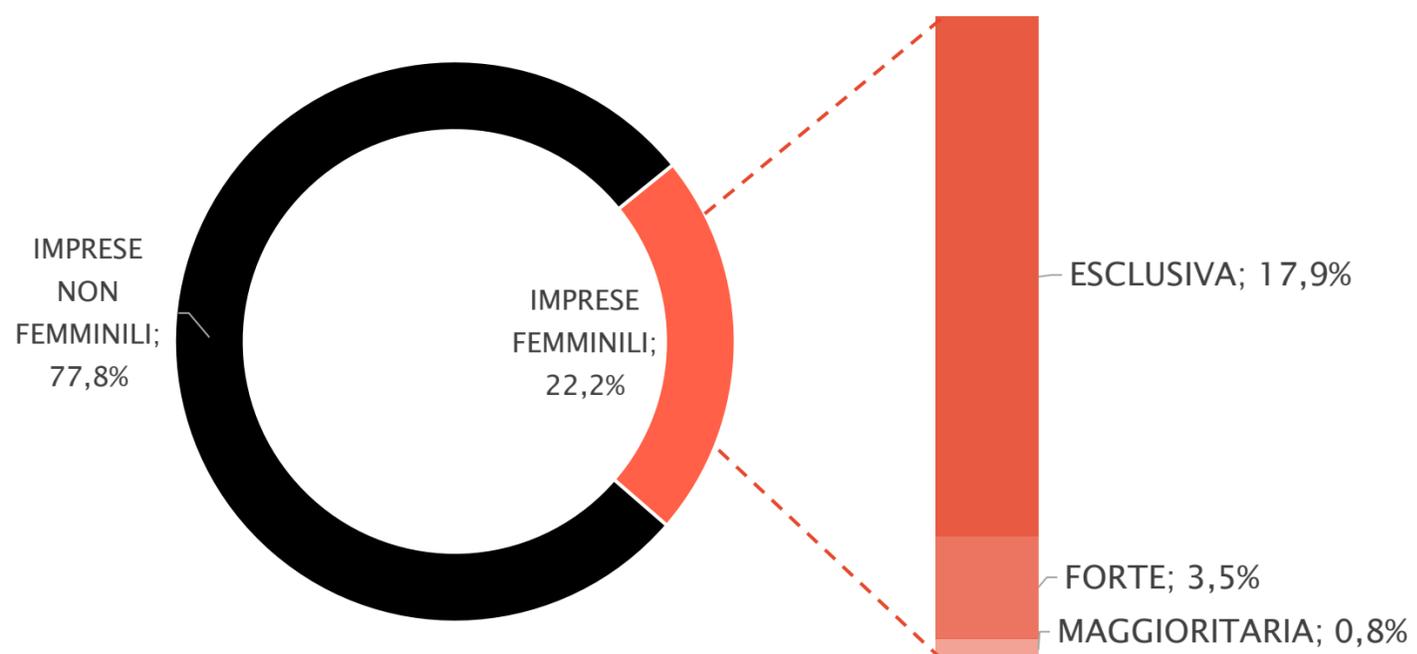


**53,8%**

dipendenti di sesso femminile  
(38,7% nel caso delle imprese non femminili)

# LA PRESENZA FEMMINILE NELLE IMPRESE: ESCLUSIVA NEL 17,9% DEI CASI

DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE PER GENERE E INTENSITA' DI PRESENZA FEMMINILE\*  
2024



Le imprese femminili rappresentano il 22,2% del totale delle imprese italiane

Ma non tutte le imprese femminili sono uguali. Al loro interno **prevalgono quelle a presenza esclusivamente femminile**, che costituiscono **il 17,9%** del totale delle imprese

Seguono le imprese con una presenza femminile forte (3,5%) e, in misura residuale, quelle con una presenza maggioritaria di donne (0,8%)

\* **Presenza esclusiva:** riguarda la totalità delle imprese individuali femminili, le società di capitali in cui il 100% di cariche e il 100% delle quote sono detenute da donne, le società di persone e le cooperative con il 100% di socie donne; **presenza forte:** riguarda le società di capitale in cui la somma tra la % di cariche e la % di quote detenute da donne è almeno pari a 4/3 e le società di persone e le cooperative in cui le donne rappresentano almeno il 60% dei soci; **presenza maggioritaria:** riguarda le società di capitale in cui la somma tra la % di cariche e la % di quote detenute da donne è almeno pari a 100% e le società di persone e le cooperative in cui le donne rappresentano almeno il 50% dei soci



## L'occupazione nelle imprese femminili

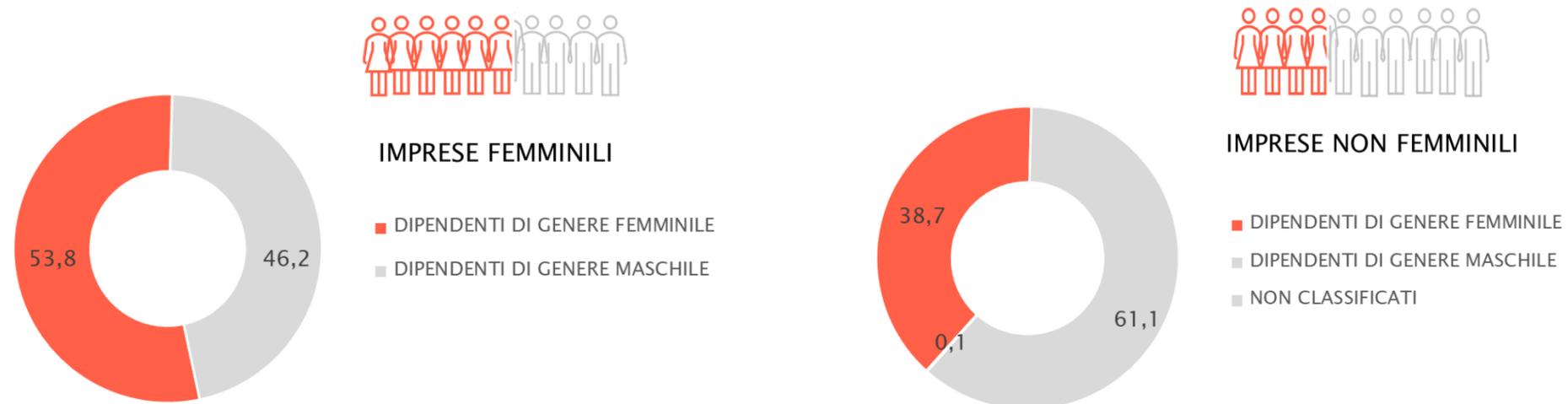
# LE DONNE PER LE DONNE

Nel 2023, le imprese femminili si confermano un motore importante per l'occupazione in generale (con oltre 1,6 milioni di dipendenti) e per l'occupazione femminile nello specifico

**Le donne rappresentano oltre la metà dei dipendenti all'interno delle imprese femminili (53,8% contro il 38,7% delle imprese non femminili)**

Questi dati mostrano come le imprese guidate da donne non solo stanno rafforzando la propria presenza nel tessuto economico generale, ma contribuiscono in modo decisivo alla partecipazione femminile al mercato del lavoro

DISTRIBUZIONE DEI DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI IMPRESA E PER GENERE, 2023



# OCCUPAZIONE NELLE IMPRESE FEMMINILI

PRINCIPALI CARATTERISTICHE DELL'OCCUPAZIONE DIPENDENTE ALL'INTERNO DELLE IMPRESE FEMMINILI  
Valori percentuali



**19,6%**

GIOVANI UNDER 30

(17,4% nel caso delle imprese non femminili)



**13,2%**

LAUREATE

(17,2% nel caso delle imprese non femminili)



**77,6%**

A TEMPO INDETERMINATO

(83,6% nel caso delle imprese non femminili)



**51,8%**

A TEMPO PIENO

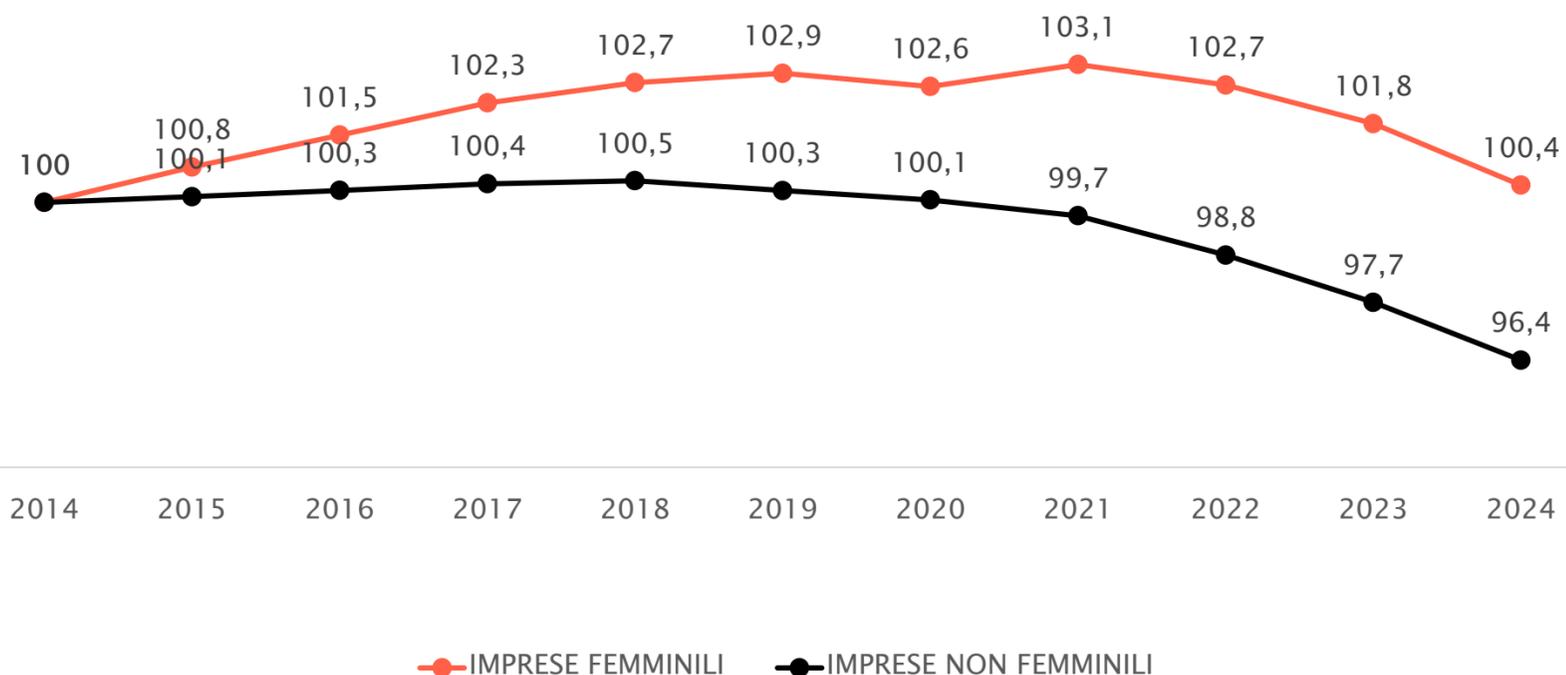
(74,3% nel caso delle imprese non femminili)



## La dinamica

# DIECI ANNI DI IMPRENDITORIA FEMMINILE

DINAMICA INDICIZZATA DEL NUMERO DELLE IMPRESE FEMMINILI E NON REGISTRATE IN ITALIA, 2014=100, 2014-2024

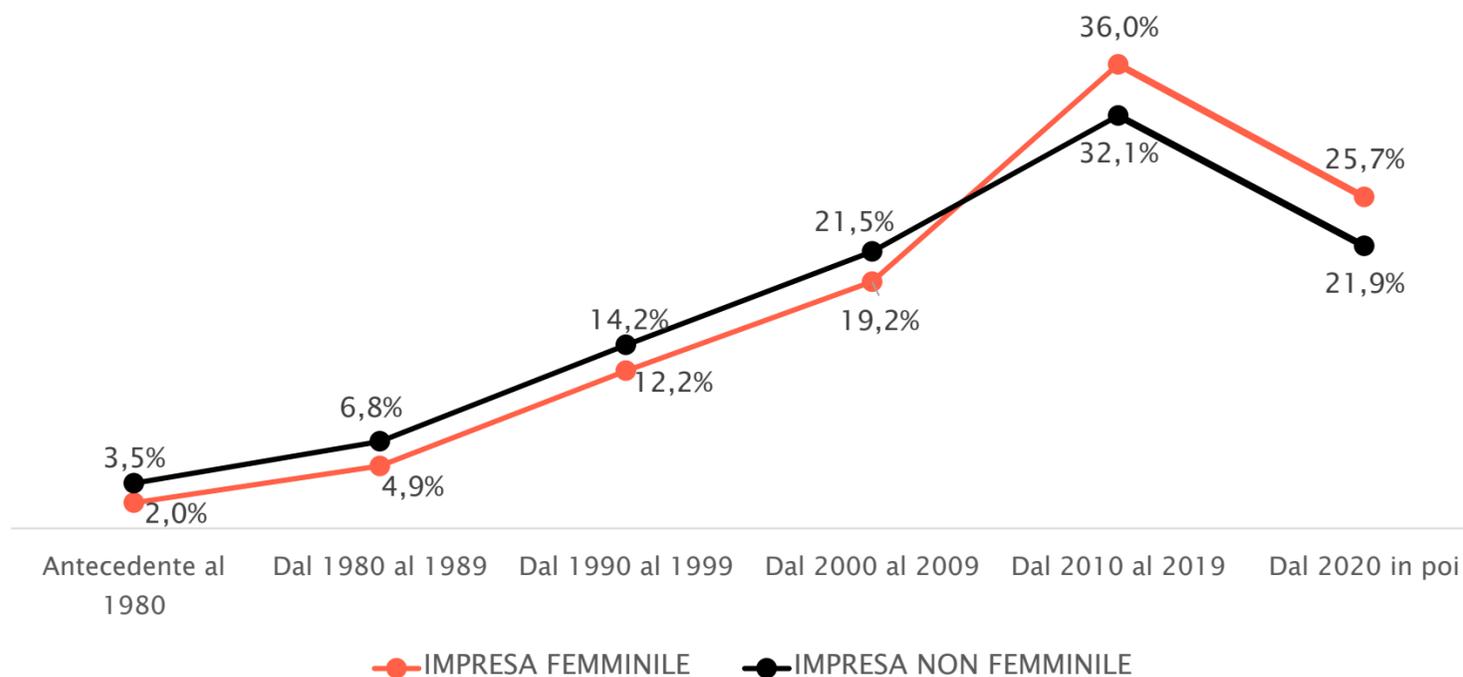


**Le imprese femminili in calo dopo il picco del 2021...:** al 2024 si contano **1.307.116** imprese registrate, una numerosità di poco superiore rispetto a quella del 2014, ma in regresso rispetto al picco di **1.342.703** imprese del 2021

**... ma segnando una dinamica migliore rispetto alle non femminili** che nel 2024 raggiungono il punto più basso, pur essendo ben più numerose in termini assoluti (4.569.755)

# UN'IMPREDITORIA DI PIU' RECENTE COSTITUZIONE

DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE FEMMINILI E NON PER CLASSE DI ANNO DI AVVIO



**Le imprese femminili più «recenti» per anno di avvio delle attività:** l'81% delle imprese condotte da donne esistenti al 2024 sono nate nel nuovo millennio

Tra il 2010 e il 2019 si concentrano circa 470 mila imprese pari al 36% di quelle attualmente esistenti, mentre quelle nate dal 2020 in poi, oltre 336 mila, rappresentano il 25,7% delle femminili totali

**Poco più di una impresa femminile su dieci è nata nell'ultimo biennio** (9,6% nel caso delle non femminili)

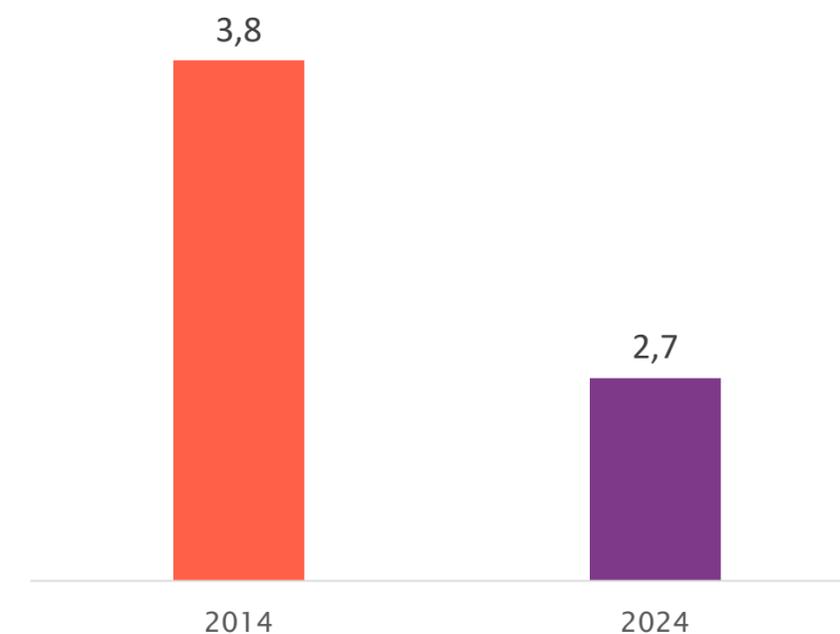
## ... MA CON MENO GIOVANI IMPRENDITRICI

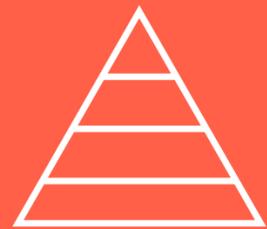
Al 2024, **le imprese condotte da donne under 35 sono 134.174** (pari al 10,3% del totale rispetto al 7,7% delle non femminili), **in diminuzione del -24,5% nell'ultimo decennio** (-23,8% nel caso delle non femminili)

Questo peggioramento della dinamica si concretizza in una diminuzione dal 2014 di circa 43.500 imprese femminili giovanili

Il rapporto tra imprese femminili giovanili e popolazione femminile 18-34 anni scende al 2,7 (era pari al 3,8 nel 2014)

RAPPORTO TRA IMPRESE GIOVANILI FEMMINILI E POPOLAZIONE GIOVANILE FEMMINILE 18-34 ANNI, Valori per 100





## Le caratteristiche

# L'IDENTIKIT DELLE IMPRESE FEMMINILI

Le imprese femminili (rispetto a quelle non femminili) sono:

- più concentrate nei **servizi\***: **72,6%** (889.953) vs 60,1%
- più **piccole** di dimensione: **96,2%** micro imprese\*\* (1.256.821) vs 94,0%
- più **ditte individuali**: **60,5%** (790.570) vs 47,3%
- più nel **Mezzogiorno**: **36,6%** (478.551) vs 33,7%
- più **giovani** secondo l'età degli imprenditori (under 35): **10,3%** (134.174) vs 7,7%
- un po' più **straniere**: **12,6%** (164.509) vs 11,0%
- meno **artigiane**: **16,7%** (218.314) vs 22,6%
- **sopravvivono meno** a tre e cinque anni dall'avvio

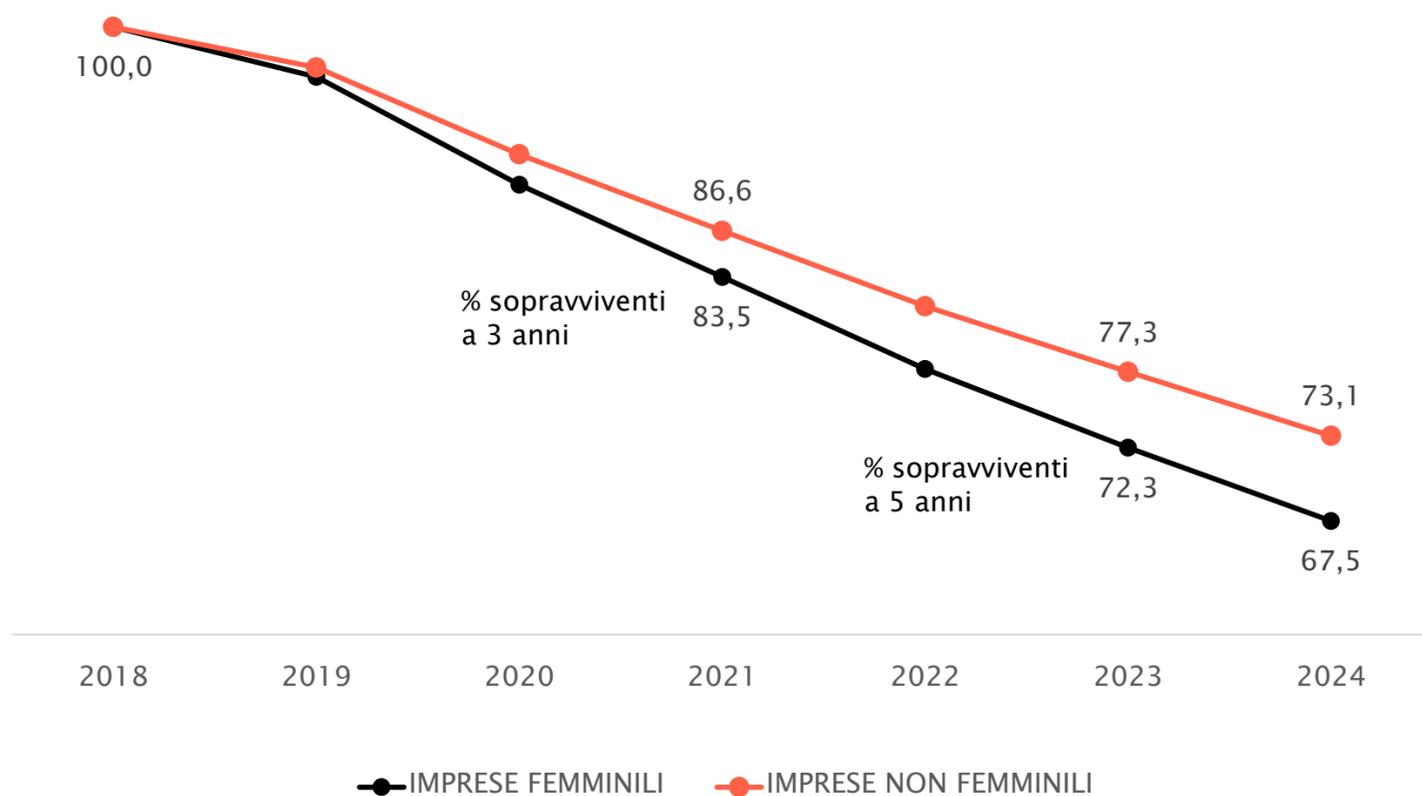


\* Al netto delle attività non classificate

\*\* Imprese con meno di 9 addetti

# LE SFIDE DELLA SOPRAVVIVENZA

TASSO DI SOPRAVVIVENZA DELLE IMPRESE FEMMINILI E NON  
anni 2019-2024

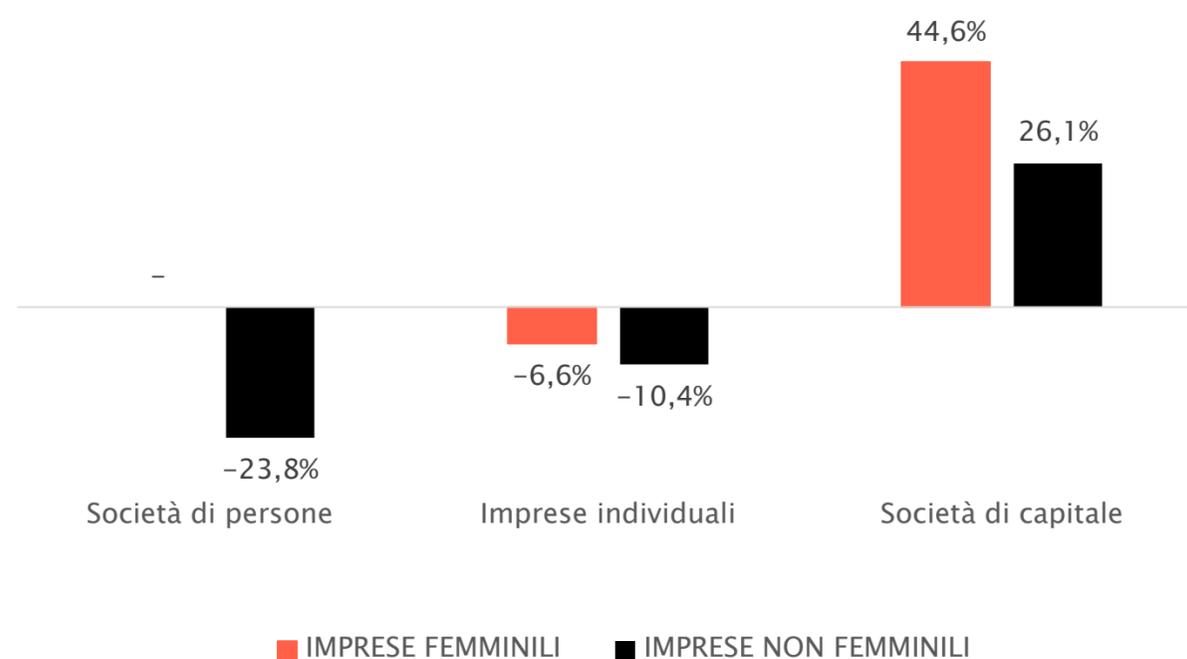


**C'è da lavorare per sostenere le imprese femminili sia nella fase di start-up...:** dopo i primi 5 anni dall'avvio c'è un differenziale del tasso di sopravvivenza di 5 p.p. rispetto alle altre imprese

**...che in quella di consolidamento:** il gap cresce ulteriormente dopo i primi 5 anni di vita: 73,1% vs 67,5%

# LE IMPRESE FEMMINILI SEMPRE PIU' STRUTTURATE

ANDAMENTO DELLE IMPRESE PER CLASSE DI NATURA GIURIDICA\*  
Variazione percentuale 2014-2024



Le **imprese individuali rappresentano** la forma giuridica più diffusa tra le attività femminili, con una quota del **60,5%** (oltre 790 mila unità), **in calo del -6,6% rispetto al 2014** (quando si contavano 847 mila ditte individuali); tra le imprese non femminili, le ditte individuali costituiscono invece il 47,3%, pari a circa 2,1 milioni di imprese

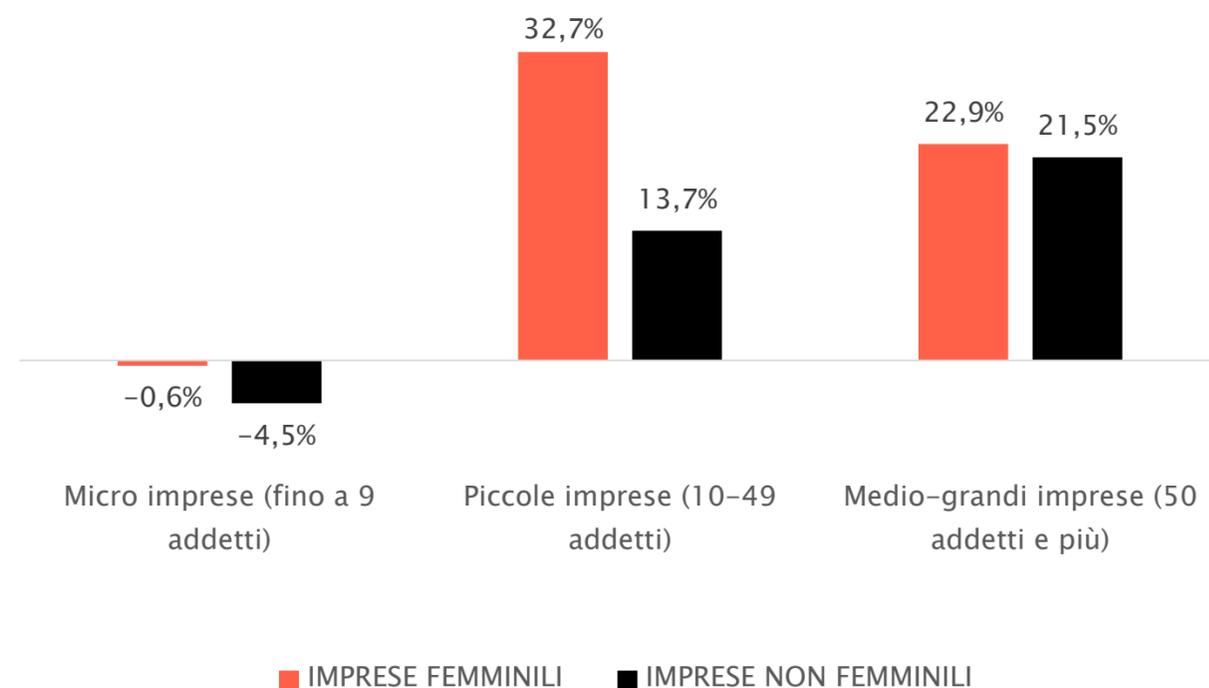
**Crescono in modo significativo le società di capitali** guidate da donne, **aumentate del +45% rispetto al 2014** e oggi pari a circa 350 mila unità

Le società di capitale rappresentano nel 2024 oltre un quarto del totale delle imprese femminili (27%) e circa un terzo delle imprese non femminili (34%)

\* Ad eccezione delle «altre forme giuridiche» (cooperative, consorzi, ecc.)

# MICRO IMPRESE PREDOMINANTI MA AUMENTANO LE PICCOLE

ANDAMENTO DELLE IMPRESE PER DIMENSIONE D'IMPRESA  
Variazione percentuale 2014-2024



Oltre 1,2 milioni di imprese femminili (pari al 96,2%) contano meno di 10 addetti; le stesse sono diminuite del -0,6% rispetto al 2014 (oltre 7mila ditte individuali in meno)

Nel caso delle imprese non femminili, la presenza di micro imprese è invece leggermente più contenuta, sia con riferimento al 2024 (94%; 4,3 milioni di imprese) che al 2014 (94,9%; 4,5 milioni di imprese)

Nel corso dell'ultimo decennio, **cregono sia le società femminili di piccole dimensioni**, ossia con un numero di dipendenti compreso tra 10 e 49 **(+33%)** che **quelle di medio-grandi dimensioni**, ossia con almeno 50 addetti **(+23%)**



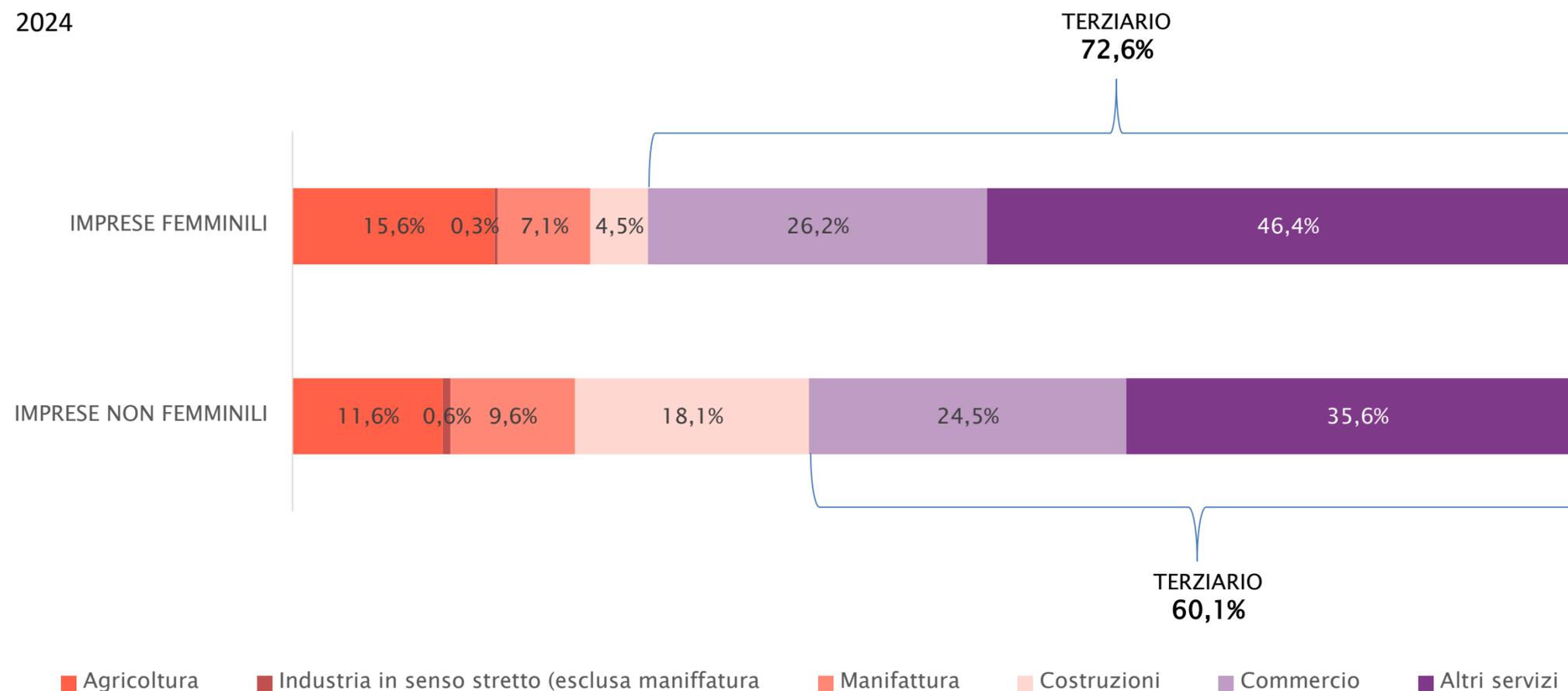
## I settori

# IMPRESE FEMMINILI: TANTO TERZIARIO

Il **72,6%** delle imprese femminili (circa 890 mila) **si concentra nei servizi** (60,1% nel caso delle non femminili); le stesse presentano un tasso di femminilizzazione particolarmente elevato in alcuni comparti ad alto valore relazionale

Il **15,6%** delle imprese femminili opera **nell'agricoltura** (contro l'11,6% delle non femminili)

DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE PER MACROSETTORI PRODUTTIVI  
2024





# I SETTORI più rosa

(per tasso di femminilizzazione)



Altre attività di servizi alla persona: **60% (128.320)**



Tessile, abbigliamento, pelli e calzature: **37,7% (30.125)**



Sanità e assistenza sociale: **36,6% (17.622)**



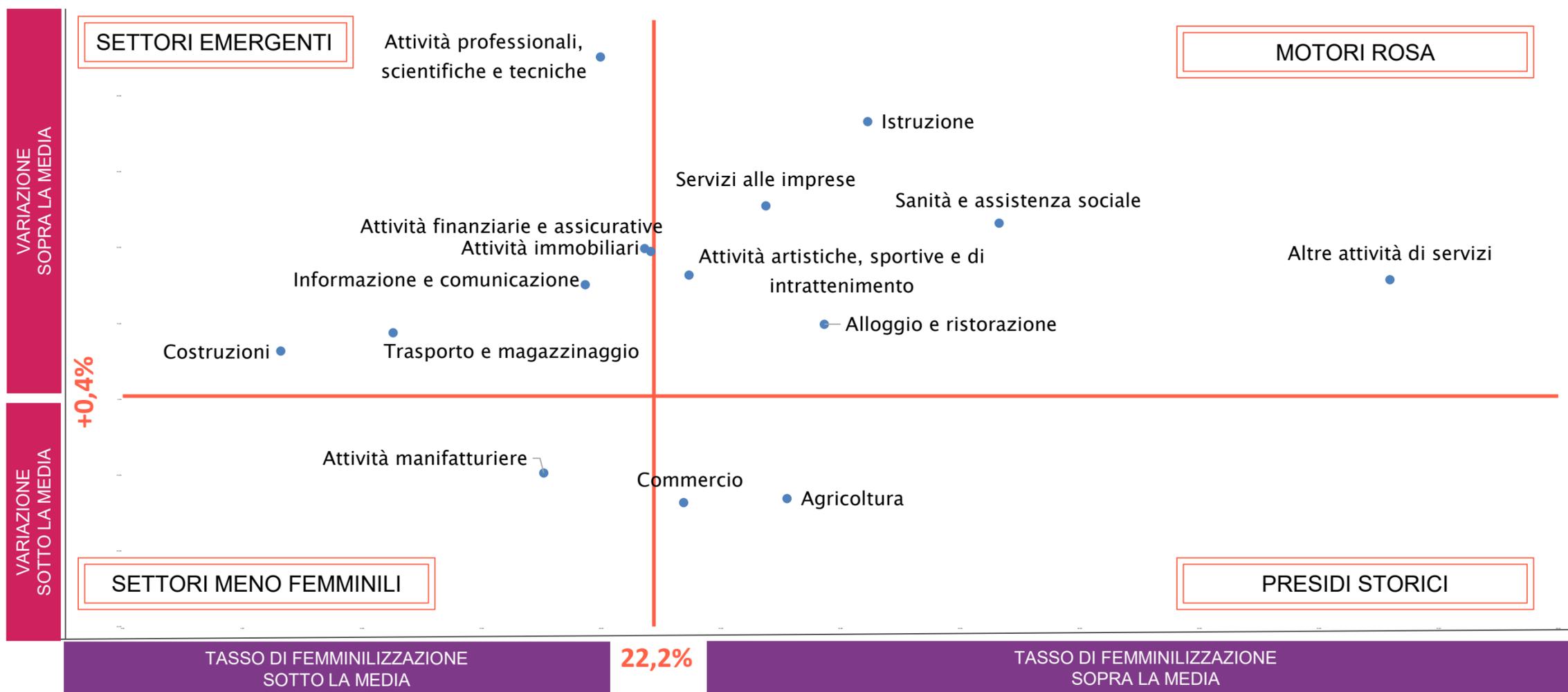
Istruzione: **31,1% (11.186)**



Alloggio, ristorazione e servizi turistici: **29,7% (140.764)**

# LA MAPPA DEI SETTORI AL FEMMINILE

VARIAZIONE DELLE IMPRESE FEMMINILI 2024/2014



Vi sono dei settori che presentano un tasso di femminilizzazione particolarmente elevato e – al contempo – registrano una crescita decennale superiore alla media del +0,4%: si tratta dei veri «motori» dell'imprenditoria femminile

Ma è opportuno porre attenzione anche ai settori che potremmo definire emergenti, in quanto caratterizzati da una crescita consistente ma in settori dove la presenza femminile è ancora piuttosto bassa

\* Nel grafico non sono riportati i settori poco rappresentativi, ossia che pesano meno dello 0,5% sul totale delle imprese femminili (Attività estrattive, Fornitura di energie, Fornitura di acqua, Amministrazione pubblica e difesa)

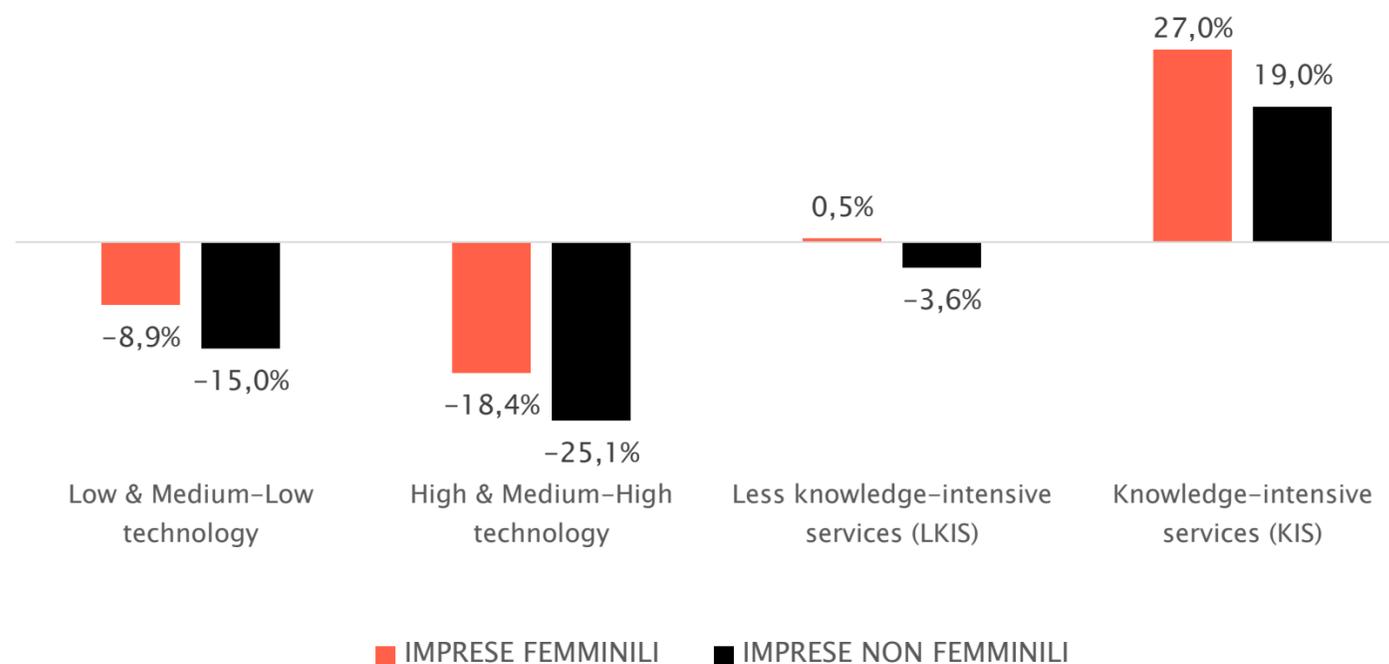
QUOTA PERCENTUALE DI IMPRESE FEMMINILI SUL TOTALE DELLE IMPRESE

# CRESCONO I SERVIZI AD ALTA CONOSCENZA

Si segnala una crescita delle imprese femminili nei servizi a maggiore contenuto di conoscenza (+27% rispetto al +19% registrato dalle imprese non femminili), così come definiti dalla classificazione Eurostat/OCSE per intensità tecnologica e di conoscenza dei settori economici\*

Crescono le imprese femminili nelle attività di consulenza e management (+9mila unità dal 2014), nelle attività tecniche e scientifiche e nell'istruzione (+3mila unità) e nei servizi ICT (+2mila e 800 unità)

ANDAMENTO DELLE IMPRESE PER INTENSITA' TECNOLOGICA E CONTENUTO DI CONOSCENZA  
Variazione percentuale 2014-2024



\* Si fa riferimento alla classificazione Eurostat/OCSE che distingue le attività manifatturiere per intensità tecnologica (Alta intensità tecnologica – HIT; Medio-alta – MHT; Medio-bassa – MLT; Bassa - LOT) e quelle dei servizi per contenuto di conoscenza (Servizi ad alto contenuto di conoscenza – KIS e Servizi ad alto contenuto di conoscenza – LKIS)



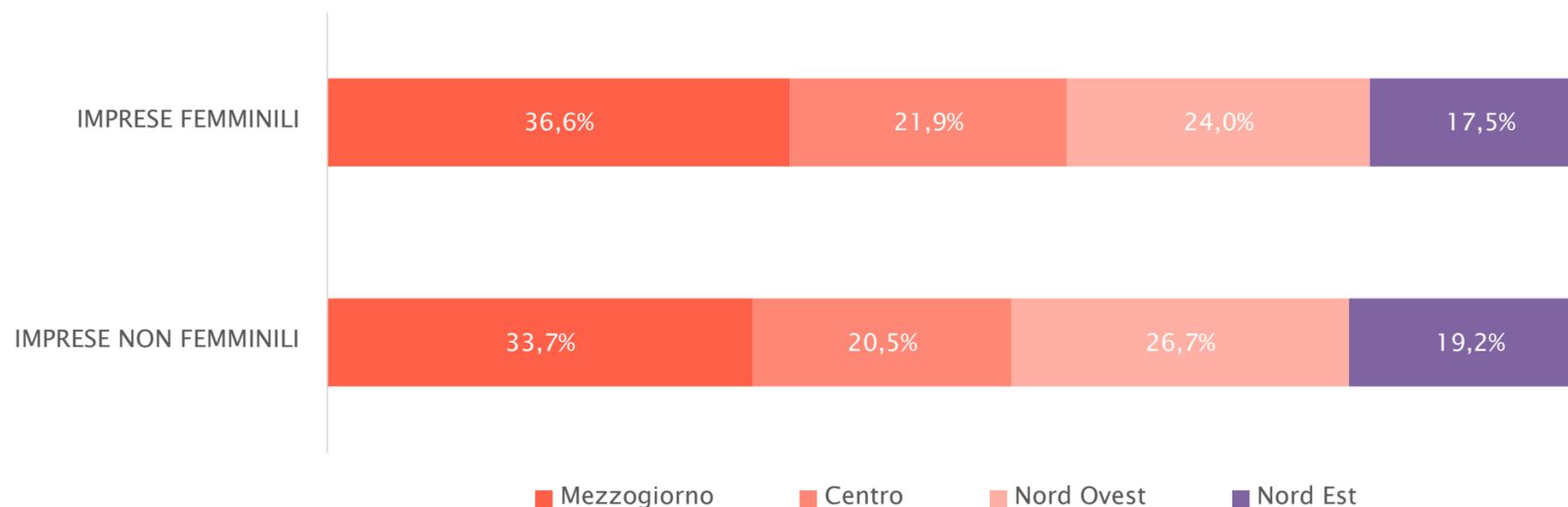
**I territori**

# IMPRESSE FEMMINILI: TANTO MEZZOGIORNO

Il 36,6% delle imprese condotte da donne (circa 478 mila) si concentra nelle regioni del Mezzogiorno (il 33,7% nel caso delle non femminili)

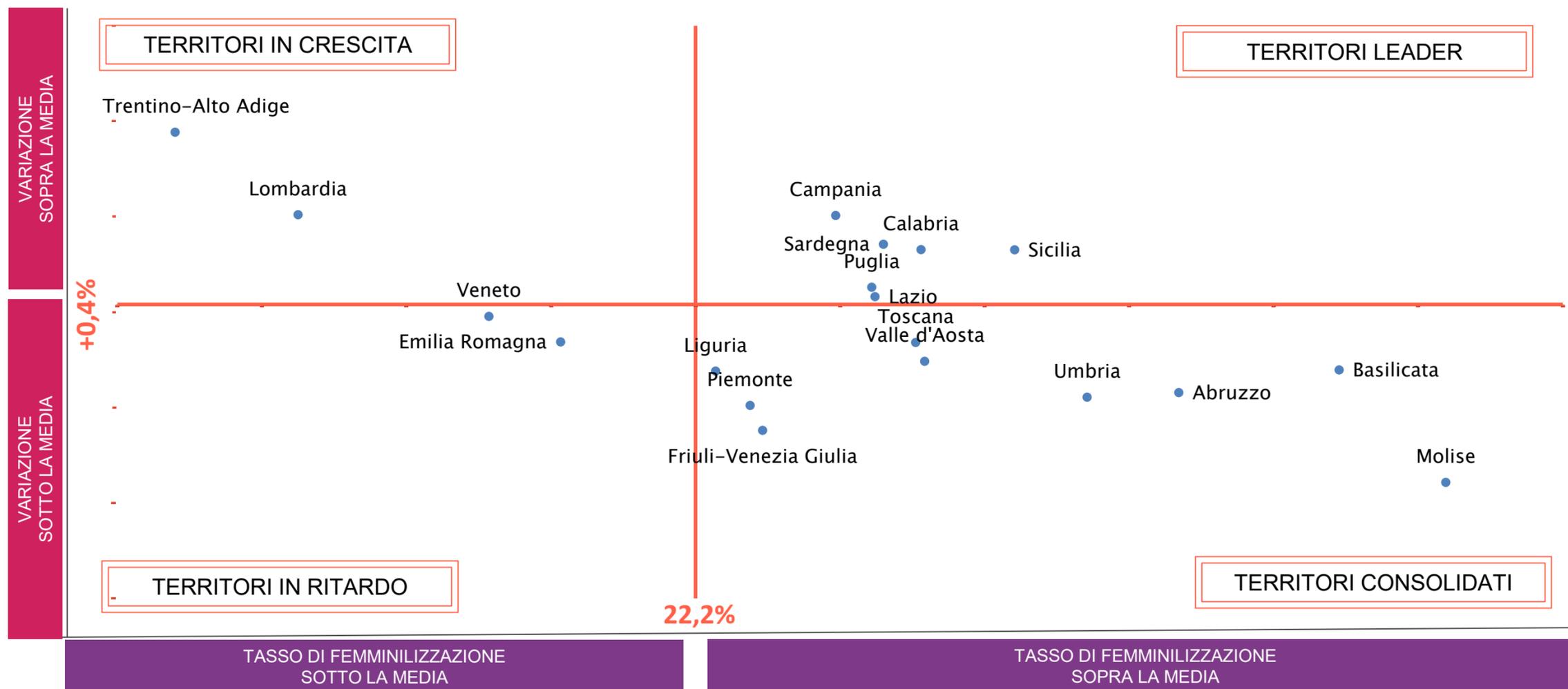
A seguire troviamo le regioni relative al Nord Ovest e al Centro, mentre il Nord Est si caratterizza per una più contenuta presenza di imprese a conduzione femminile

DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE PER MACROAREA TERRITORIALE 2024



# LA MAPPA DEI TERRITORI AL FEMMINILE

VARIAZIONE DELLE IMPRESE FEMMINILI 2014/2014



In tutte le regioni del Mezzogiorno e del Centro, l'incidenza di imprese femminili sul totale delle imprese regionali supera il valore medio, pari al 22,2%

Ma alcune di queste regioni – che si possono definire *leader* – sono anche quelle che presentano una crescita più sostenuta dal 2014: Campania, Calabria, Sicilia, Sardegna, Puglia e Lazio



# I TERRITORI più rosa

(per tasso di femminilizzazione)

## Top five regioni

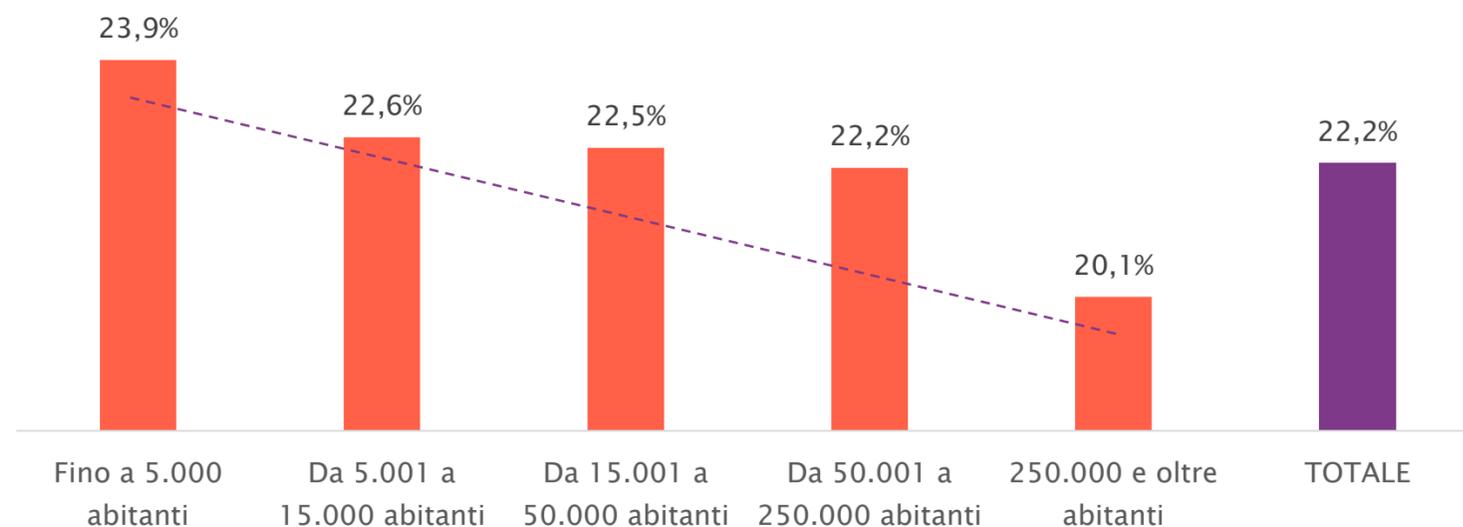
- 1 Molise: 27,2% (8.997)
- 2 Basilicata: 26,5% (15.340)
- 3 Abruzzo: 25,3% (36.568)
- 4 Umbria: 24,7% (22.479)
- 5 Sicilia: 24,2% (112.462)

## Top five province

- 1 Benevento: 29,6% (9.933)
- 2 Avellino: 28,8% (12.110)
- 3 Chieti: 28,1% (12.156)
- 4 Frosinone: 27,7% (13.198)
- 5 Viterbo: 27,5% (10.097)

# PICCOLI COMUNI, GRANDI OPPORTUNITA' AL FEMMINILE

INCIDENZA PERCENTUALE DELLE IMPRESE FEMMINILI PER DIMENSIONE DEMOGRAFICA  
DEI COMUNI SEDI DI IMPRESA  
2024



Il «peso» delle imprese femminili è maggiore nei piccoli centri piuttosto che nelle grandi città

**L'incidenza delle imprese femminili all'interno dei comuni con meno di 5.000 abitanti è pari al 23,9%,** ma diminuisce gradualmente all'aumentare della dimensione demografica (risultando pari al 22,2% nei comuni con un numero di abitanti compreso tra 50 e 250.000 mila e al 20,1% nei comuni con più di 250.000 abitanti)

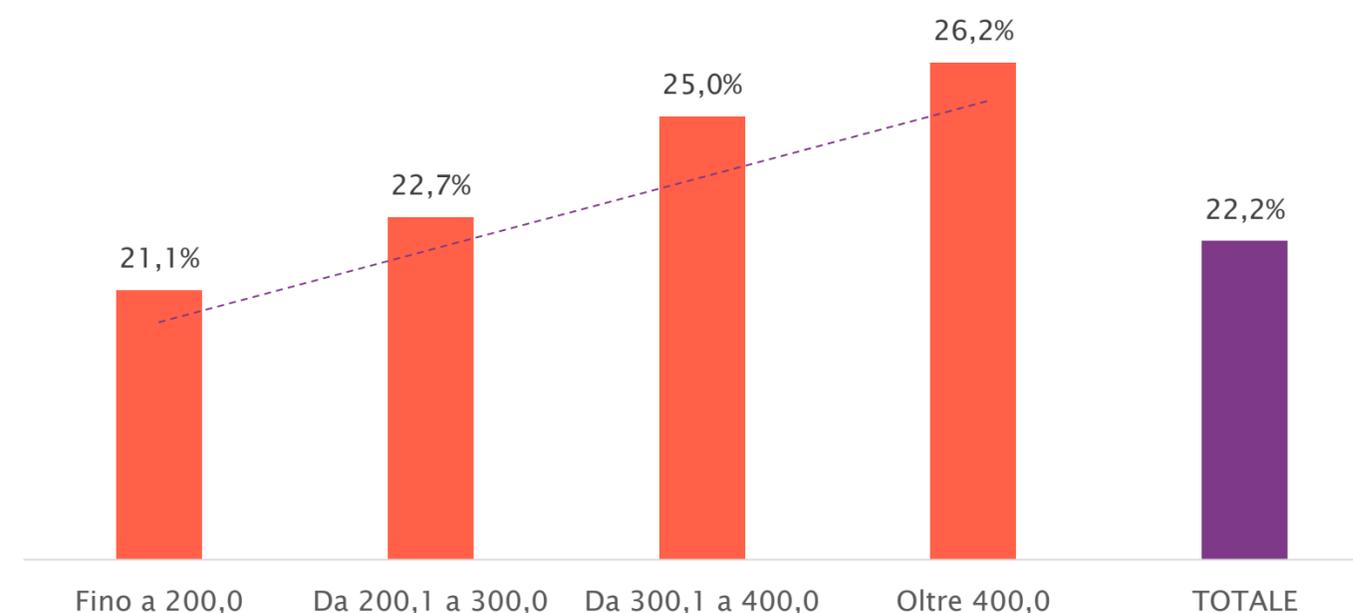
# LE IMPRESE FEMMINILI PER LA RINASCITA DEMOGRAFICA DEI COMUNI

Nei **comuni con un indice di vecchiaia che supera quota 400** (4 anziani per ogni under 15) **si registra un altrettanto elevato indice di femminilizzazione (26,2%)**

La stessa quota si attesta al 21,1% nel caso dei comuni con un indice di vecchiaia inferiore a 200

Le imprese femminili possono pertanto dare un contributo al rilancio economico dei comuni più «vecchi» e al loro ripopolamento

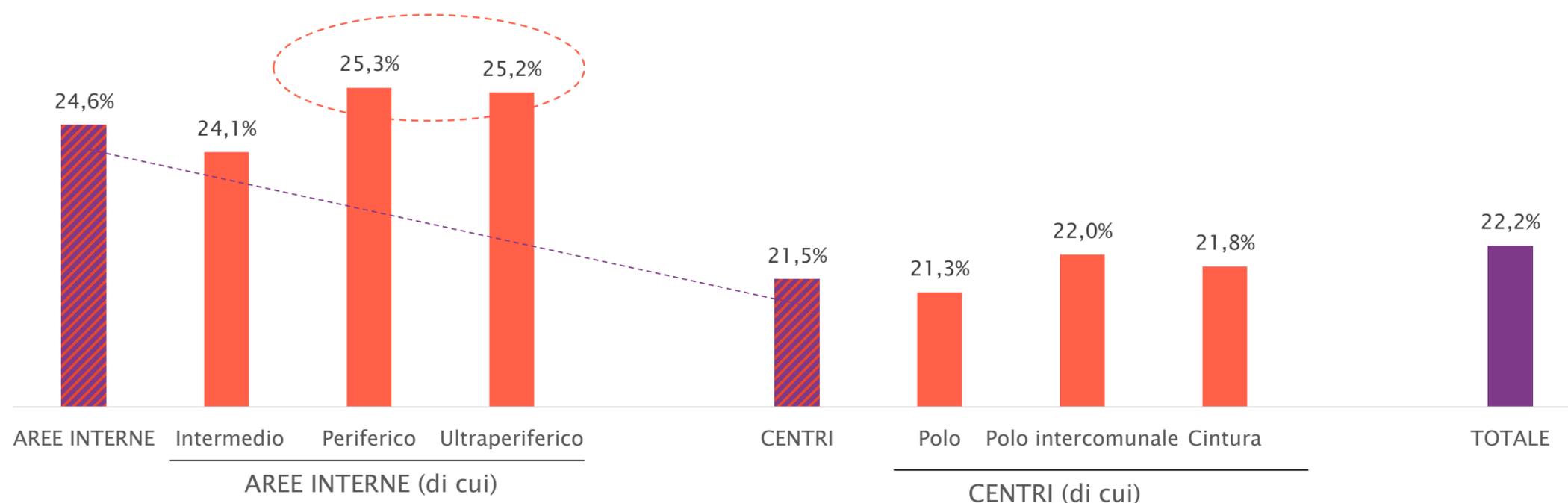
INCIDENZA PERCENTUALE DELLE IMPRESE FEMMINILI PER INDICE DI VECCHIAIA\*  
DEI COMUNI SEDI D'IMPRESA  
2024



\* L'indice di vecchiaia è definito dal rapporto tra popolazione anziana (65 anni e più) e popolazione in età giovanile (0-14 anni) calcolato al 1° gennaio di ogni anno, moltiplicato per 100; un indice pari a 100 significa che, in un determinato territorio, vi è un rapporto paritario tra anziani e soggetti under 15.

# LE IMPRESE FEMMINILI: UN'OPPORTUNITA' SIA NEI CENTRI CHE PER LE AREE INTERNE

INCIDENZA PERCENTUALE DELLE IMPRESE FEMMINILI IN BASE ALL'APPARTENENZA DEI COMUNI SEDI DI IMPRESA ALLE AREE INTERNE O AI CENTRI\*  
2024



Si registra un tasso di femminilizzazione più elevato nelle cosiddette aree interne rispetto ai centri (24,6% vs 21,5%), con quote che superano il 25% nel caso delle aree periferiche o ultraperiferiche

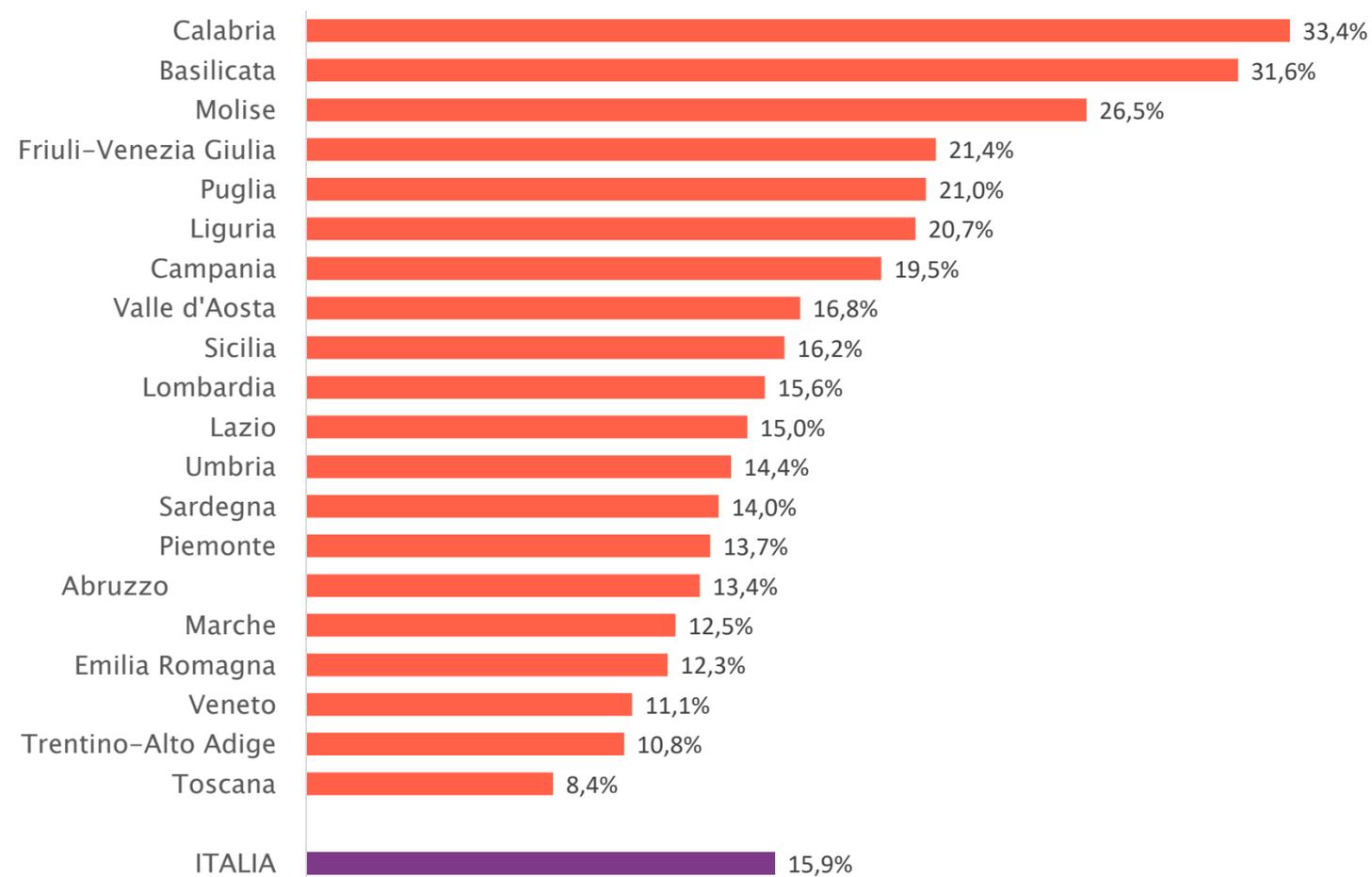
\*\* La classificazione dei comuni in Aree interne e Centri (e loro declinazioni: intermedio, periferico, ultraperiferico per le Aree Interne e polo, polo intercomunale e cintura per i Centri) fa riferimento alla seguente nota metodologica: "Le aree interne: di quale territori parliamo? Nota esplicativa sul metodo di classificazione", Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica



## La mobilità delle imprenditrici

# IMPRENDITRICI IN MOVIMENTO..

GRADUATORIA REGIONALE IN BASE ALLA QUOTA PERCENTUALE DI DONNE IMPRENDITRICI\* NATE NELLA REGIONE MA OPERANTI IN ALTRE REGIONI D'ITALIA 2024



Il 16% circa delle imprenditrici ha avviato la propria impresa lontano dalle regioni di origine (il 14,8% nel caso degli uomini)

Calabria e Basilicata le regioni più interessate dal fenomeno, con un terzo circa delle imprenditrici che vanno fuori regione per dare avvio al proprio business

Meno propense a spostarsi le imprenditrici del Trentino Alto Adige e della Toscana

## ... NON SOLO DAL SUD AL NORD

PRIMA REGIONE DI DESTINAZIONE E QUOTA % DI IMPRENDITRICI DELLA REGIONE DI NASCITA  
2024



REGIONE DI NASCITA	REGIONE DI DESTINAZIONE	QUOTA
Friuli-Venezia Giulia	Veneto	9,2
Valle d'Aosta	Lombardia	7,0
Calabria	Lombardia	6,0
Liguria	Piemonte	5,7
Molise	Abruzzo	4,9
Umbria	Lazio	4,9
Puglia	Lombardia	4,0
Basilicata	Lombardia	4,0
Abruzzo	Lazio	3,7
Trentino Alto-Adige	Veneto	3,6
Sicilia	Lombardia	3,6
Emilia Romagna	Lombardia	3,2
Campania	Lazio	3,1
Piemonte	Lombardia	2,9
Veneto	Lombardia	2,8
Sardegna	Lombardia	2,6
Marche	Emilia Romagna	2,5
Lombardia	Piemonte	2,4
Lazio	Toscana	1,9
Toscana	Lazio	1,3

**Lombardia: la prima destinazione per le imprenditrici provenienti da ben nove regioni** (Emilia Romagna, Piemonte, Valle d'Aosta e Veneto al Nord; Basilicata, Calabria, Puglia, Sicilia e Sardegna al Mezzogiorno)

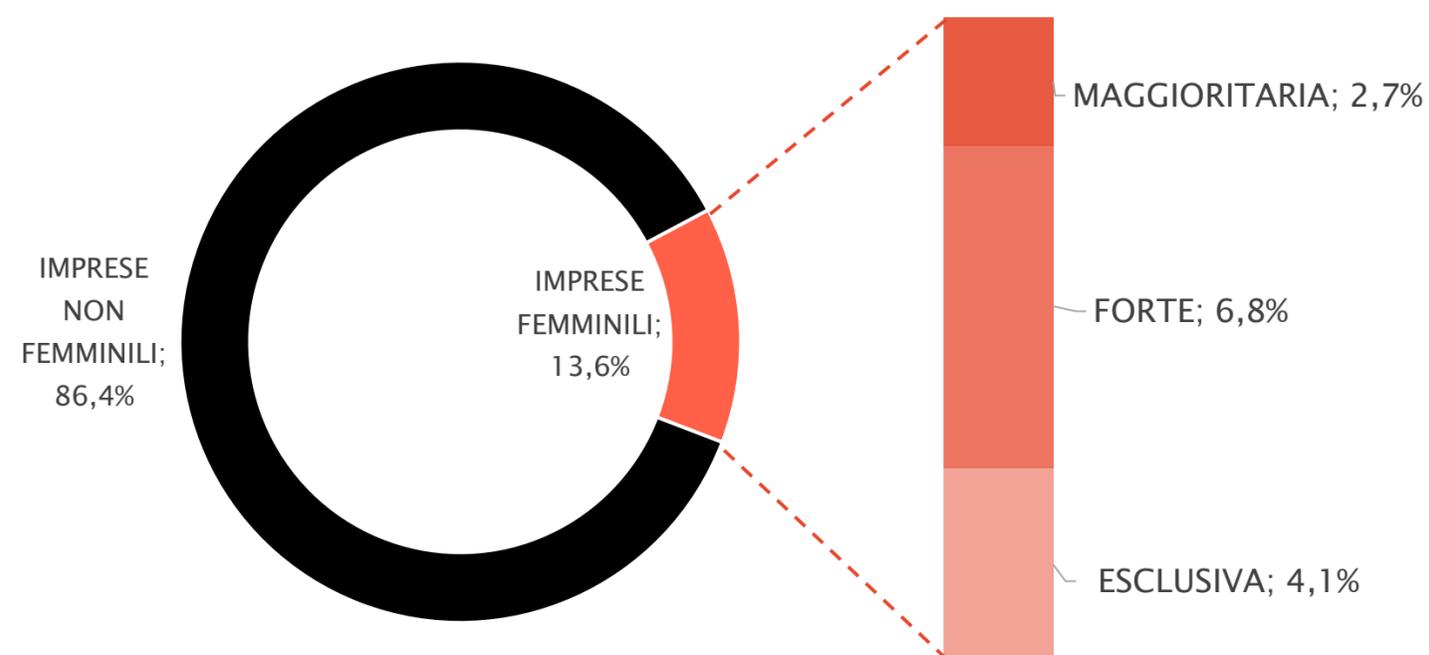
**Molto attrattivo anche Lazio**, essendo la prima «scelta» delle imprenditrici provenienti da altre quattro regioni



## Le startup innovative femminili

# LE STARTUP INNOVATIVE FEMMINILI

DISTRIBUZIONE DELLE START-UP INNOVATIVE PER GENERE E INTENSITA' DI PRESENZA FEMMINILE  
31 dicembre 2024



**1.648 le start-up innovative femminili in Italia:** il 13,6% delle 12.133 start-up innovative complessivamente iscritte presso l'apposita sezione del Registro imprese

Si tratta di imprese la cui *mission* è lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico

# QUALCHE NUMERO SULLE START-UP INNOVATIVE

PRINCIPALI CARATTERISTICHE DELLE STARTUP INNOVATIVE FEMMINILI  
Valori percentuali



## 80,9%

IMPRESE NEI SERVIZI  
(82,7% nel caso delle startup innovative non femminili)



## 19,8%

IMPRESE GIOVANILI  
(16,4% nel caso delle startup innovative non femminili)



## 16,9%

IMPRESE TITOLARI,  
DEPOSITARIE O  
LICENZIATARIE DI ALMENO  
UN BREVETTO O TITOLARE  
DI UN SOFTWARE  
REGISTRATO  
(19,4% nel caso delle startup innovative non femminili)



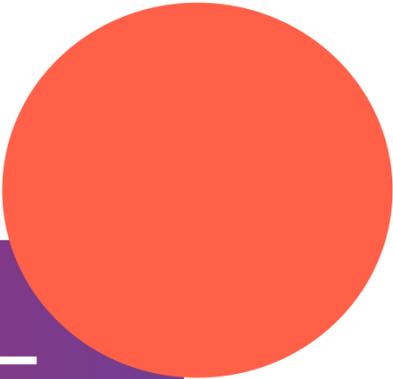
## 16,6%

IMPRESE AD ALTO VALORE  
TECNOLOGICO IN AMBITO  
ENERGETICO  
(14,6% nel caso delle startup innovative non femminili)



## 3,5%

IMPRESE A VOCAZIONE  
SOCIALE  
(1,5% nel caso delle startup innovative non femminili)



COMPORTAMENTI E  
FABBISOGNI  
DELLE IMPRESE FEMMINILI

# CARATTERISTICHE DELL'INDAGINE

L'analisi di seguito proposta mette in evidenza caratteristiche e comportamenti delle imprese femminili - e di quelle che non lo sono - sulla base delle risposte ottenute nel corso di un'indagine CATI (*Computer-Assisted Telephone Interview*) realizzata da UNIONCAMERE - Centro Studi Guglielmo Tagliacarne a dicembre 2024 su un campione statisticamente rappresentativo di 3.000 imprese (1.500 imprese femminili e 1.500 imprese non femminili), appartenenti al settore manifatturiero e dei servizi\* con più di 2 addetti. Al campione delle imprese non femminili è stata applicata la stessa composizione degli strati derivante dall'universo delle imprese femminili. I dati ottenuti dalla rilevazione sono stati riportati all'universo attraverso il calcolo di pesi calibrati che riproducono la distribuzione effettiva del numero di imprese secondo i diversi criteri di stratificazione adottati (settore, classe dimensionale, macroaree territoriali).

In particolare, l'indagine ha consentito di indagare: i) origini dell'impresa, modalità di finanziamento iniziale e livello di istruzione delle imprenditrici/degli imprenditori; ii) servizi di supporto al business; iii) pratiche di conciliazione nell'impresa; iv) realizzazioni e intenzioni di investimenti e formazione; v) utilizzo del credito e di incentivi; vi) intenzioni ad assumere e difficoltà nel reperire le competenze lavorative richieste.

Al fine di rilevare eventuali peculiarità e fabbisogni specifici in ottica di imprenditorialità di genere, le risposte delle imprese femminili sono state confrontate con quelle delle imprese non femminili.

\* Ad esclusione delle attività caratterizzate da una bassa incidenza (inferiore allo 0,5% di peso sul totale, ossia le sezioni O - Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale obbligatoria, T - Attività di famiglie e convivenze come datori di lavoro per personale domestico; produzione di beni e servizi indifferenziati per uso proprio da parte di famiglie e convivenze e U - Organizzazioni ed organismi extraterritoriali e - in aggiunta - la sezione L - Attività immobiliari).



Origine delle imprese

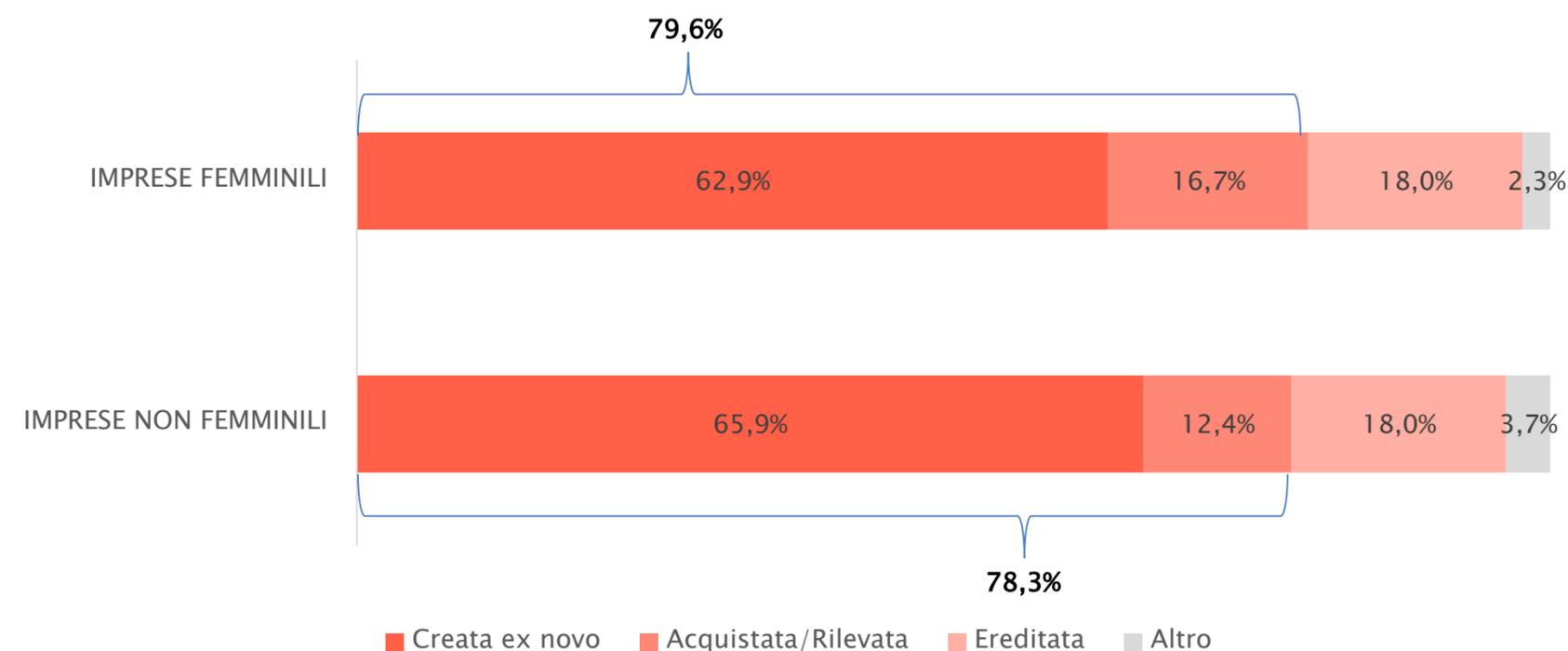
# GENESI DELLE IMPRESE

Non si evidenziano differenze significative tra le modalità di avvio delle imprese femminili e di quelle che non lo sono

**Otto imprese su dieci nascono per «volere» delle imprenditrici**, poiché oggetto di acquisizioni o create ex-novo

Circa due imprese su dieci sono state ereditate, sia nel caso delle imprenditrici che degli imprenditori

GENESI DELLE IMPRESE FEMMINILI  
Valori percentuali



\* La voce «altro» comprende i casi di scissione di ramo d'azienda o fusione di più società'

# LE IMPRESE FEMMINILI EREDITATE: PIU' STRUTTURATE E NELLA MANIFATTURA

**18,0%**  
IMPRESI FEMMINILI  
EREDITATE



**29,5%**  
IMPRESI FEMMINILI  
MANIFATTURIERE



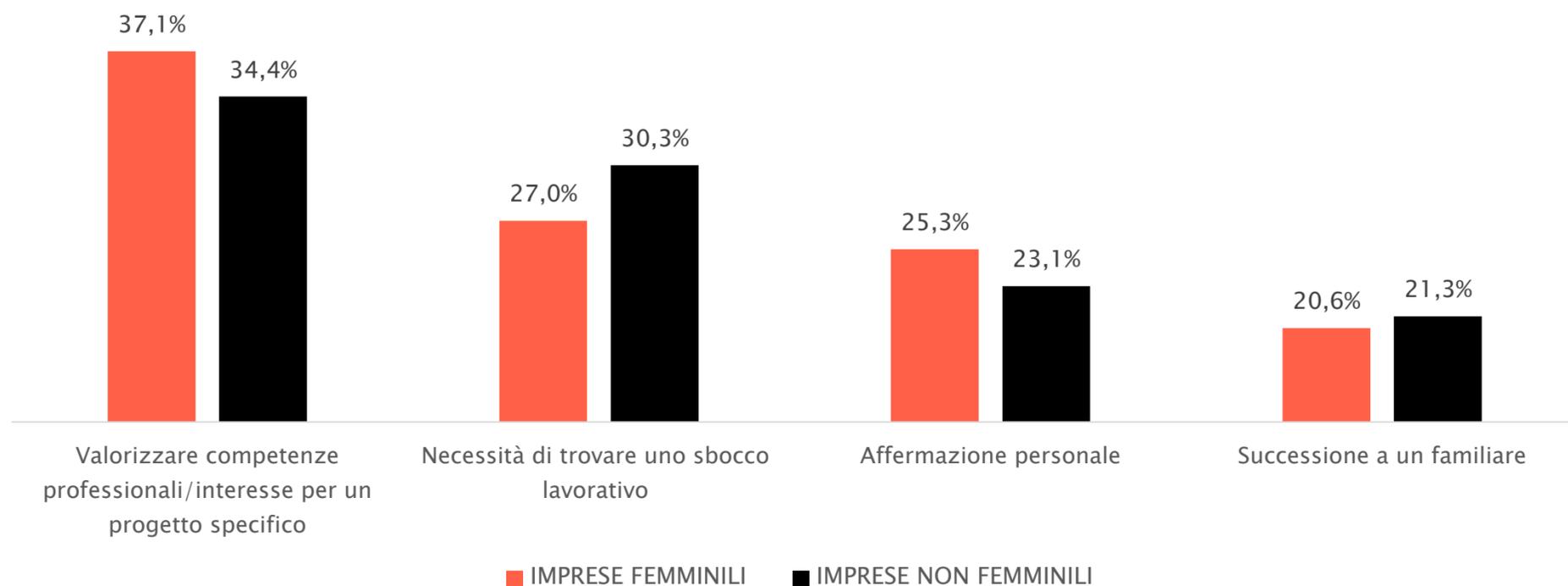
**24,6%**  
IMPRESI FEMMINILI  
CON 10+ ADDETTI

Le **imprese ereditate** tendono a essere realtà **più strutturate**, con una presenza significativa nel settore manifatturiero (29,5%) e una maggiore incidenza di aziende con oltre dieci addetti (24,6%)

Di contro, le imprese nate ex-novo mostrano dimensioni mediamente più contenute e si concentrano prevalentemente nei servizi, in coerenza con la struttura complessiva dell'imprenditoria femminile

# LE DONNE FANNO IMPRESA PER PASSIONE, NON PER NECESSITA'

PRINCIPALI MOTIVAZIONI CHE HANNO SPINTO LE IMPRENDITRICI/GLI IMPRENDITORI A FARE IMPRESA  
Valori percentuali, Domanda a risposta multipla



Le donne scelgono sempre più l'imprenditoria come percorso di autorealizzazione, non come alternativa forzata al lavoro dipendente

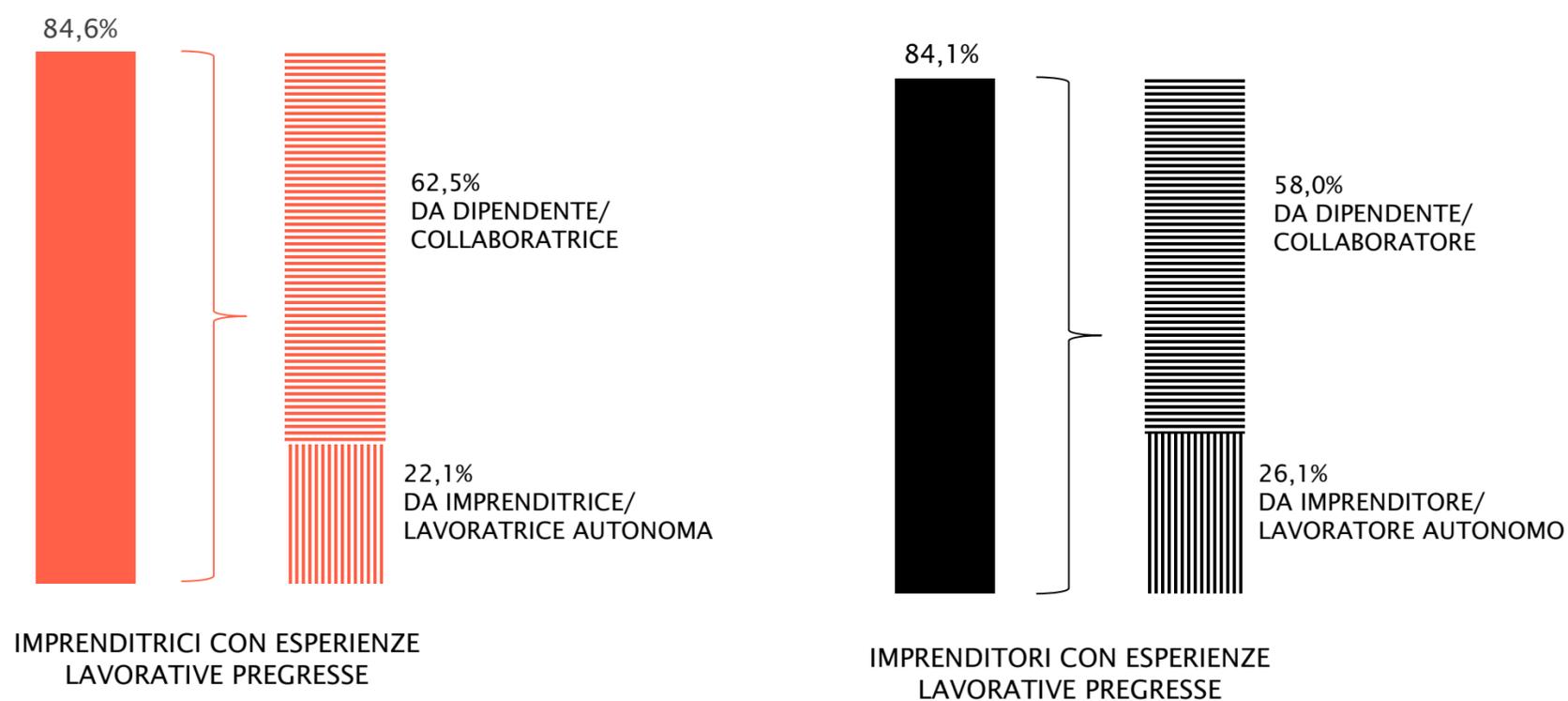
**Per il 37% delle imprenditrici (e per il 34,4% degli imprenditori) la spinta ad avviare un'impresa deriva dall'interesse/passione per uno specifico progetto**

Solo il 27% delle imprenditrici (e il 30% degli imprenditori) ha trovato nel business una soluzione ad una condizione di inoccupazione o un'alternativa al precedente lavoro

# NON CI SI IMPROVVISA IMPRENDITRICI/TORI

## IMPRENDITRICI E IMPRENDITORI CON ESPERIENZE LAVORATIVE PREGRESSE

Valori percentuali



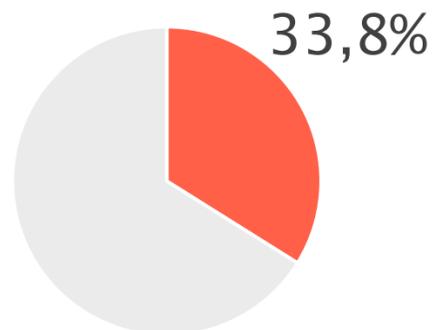
Per **l'85% circa delle imprenditrici** (e per una quota molto simile di imprenditori), il percorso verso l'imprenditoria non nasce da zero, ma **è il risultato di competenze e conoscenze maturate nel tempo**

Il 62% delle imprenditrici ha maturato esperienze da lavoro dipendente mentre il restante 22% ha alle spalle una carriera da lavoratore autonomo-imprenditrice/tore

Questi dati mostrano come – **spesso - l'avvio di un'impresa rappresenti l'evoluzione naturale di un percorso lavorativo già consolidato**

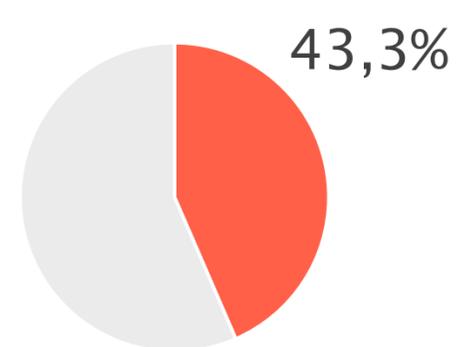
# FAMIGLIA: PRIMO ALLEATO DELL'IMPRESA

## PROPRIETA' FAMILIARE



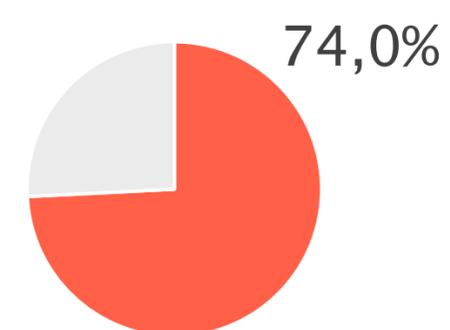
Imprese femminili in cui si ha il coinvolgimento di familiari dell'imprenditrice nel capitale sociale

## LAVORATORI FAMILIARI



Imprese femminili in cui i familiari dell'imprenditrice sono impegnati stabilmente in azienda come dipendenti/collaboratori

## CAPITALE FAMILIARE PER L'AVVIO



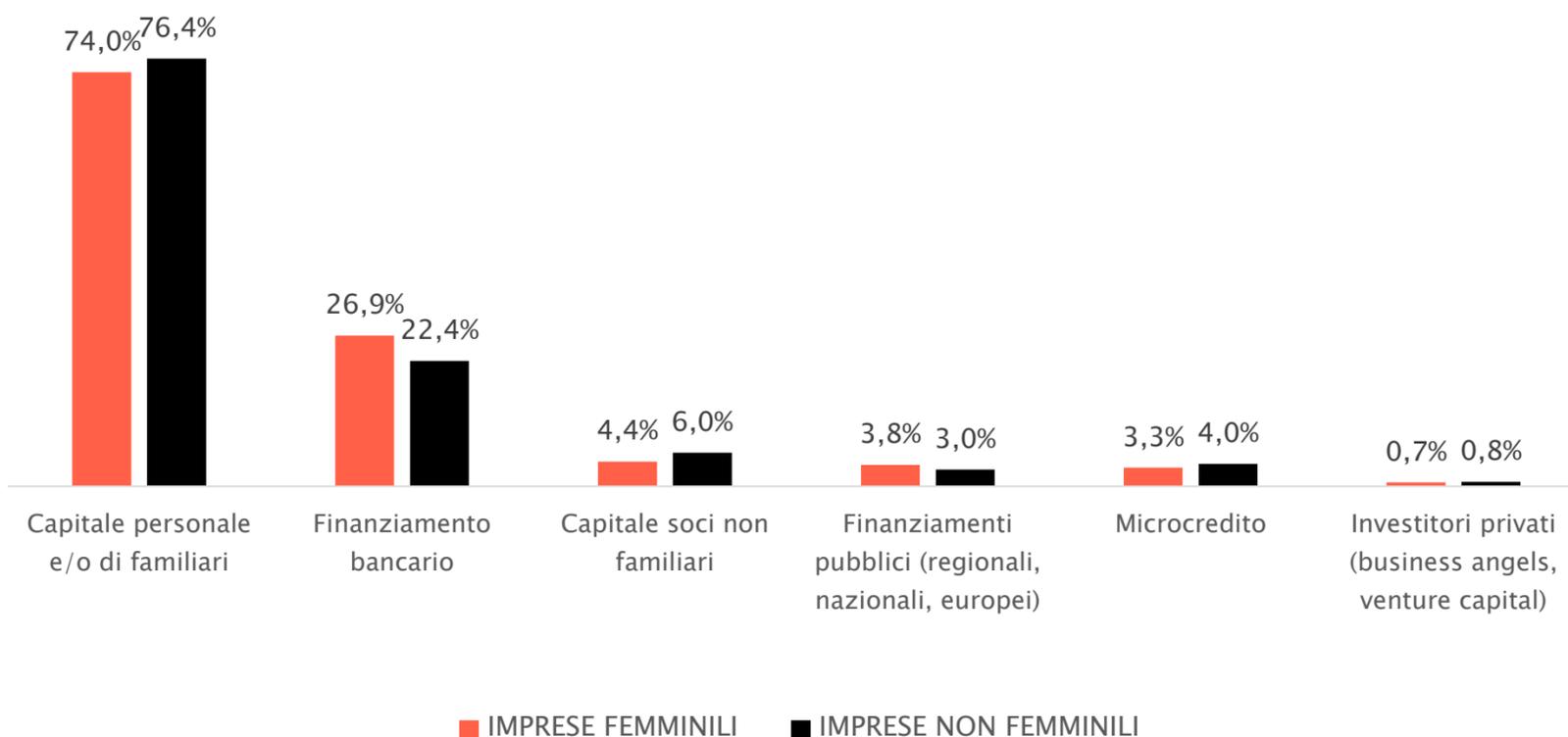
Imprenditrici che hanno utilizzato capitale proprio e/o dei familiari per avviare l'attività

La **famiglia rappresenta un supporto economico...**: circa tre imprenditrici su quattro hanno utilizzato capitale proprio/familiare per l'avvio dell'impresa (similmente a quanto avviene per gli imprenditori) e il 34% delle imprese femminili coinvolge la famiglia nel capitale sociale dell'impresa

**... ma anche una rete affettiva e di fiducia:** il 43,3% delle imprenditrici impiega familiari come collaboratori

# AUTOFINANZIAMENTO E POCO CREDITO ESTERNO PER L'AVVIO DI IMPRESA

TIPOLOGIA DI CAPITALI UTILIZZATI DALLE IMPRESE PER L'AVVIO DELL'ATTIVITÀ  
Valori percentuali, Domanda a risposta multipla



Per l'avvio d'impresa:

- ben **tre imprese femminili su quattro hanno fatto ricorso a capitali personali e/o di familiari** (quota pari al 76,4% nel caso delle imprese non femminili)
- **poco più di un quarto delle imprese femminili ha utilizzato prestiti bancari** (26,9%; 22,4% nel caso di quelle non femminili)
- **scarso ricorso ai finanziamenti pubblici** (utilizzati dal 3,8% delle imprese femminili e dal 3,0% di quelle che non lo sono)

Residuale l'utilizzo di strumenti di finanza complementare: meno dell'1% delle imprese vi fa ricorso, indipendentemente dal genere

# QUALITÀ E COMPETENZE: LE DOTI COMPETITIVE DELLE IMPRESE FEMMINILI

PUNTI DI FORZA DELLE IMPRESE SECONDO L'OPINIONE DELLE IMPRENDITRICI  
Valori percentuali, domanda a risposta multipla

66,5%

QUALITÀ DEI  
PRODOTTI/SERVIZI

29,5%

COMPETENZE DELLE  
RISORSE UMANE

18,4%

EFFICIENZA /FLESSIBILITÀ  
NELLA GESTIONE INTERNA

15,9%

INNOVATIVITÀ DEI  
PRODOTTI/SERVIZI

6,4%

RICONOSCIBILITÀ E  
AFFIDABILITÀ DEL BRAND



Livello di istruzione delle imprenditrici

# IMPRENDITRICI QUALIFICATE

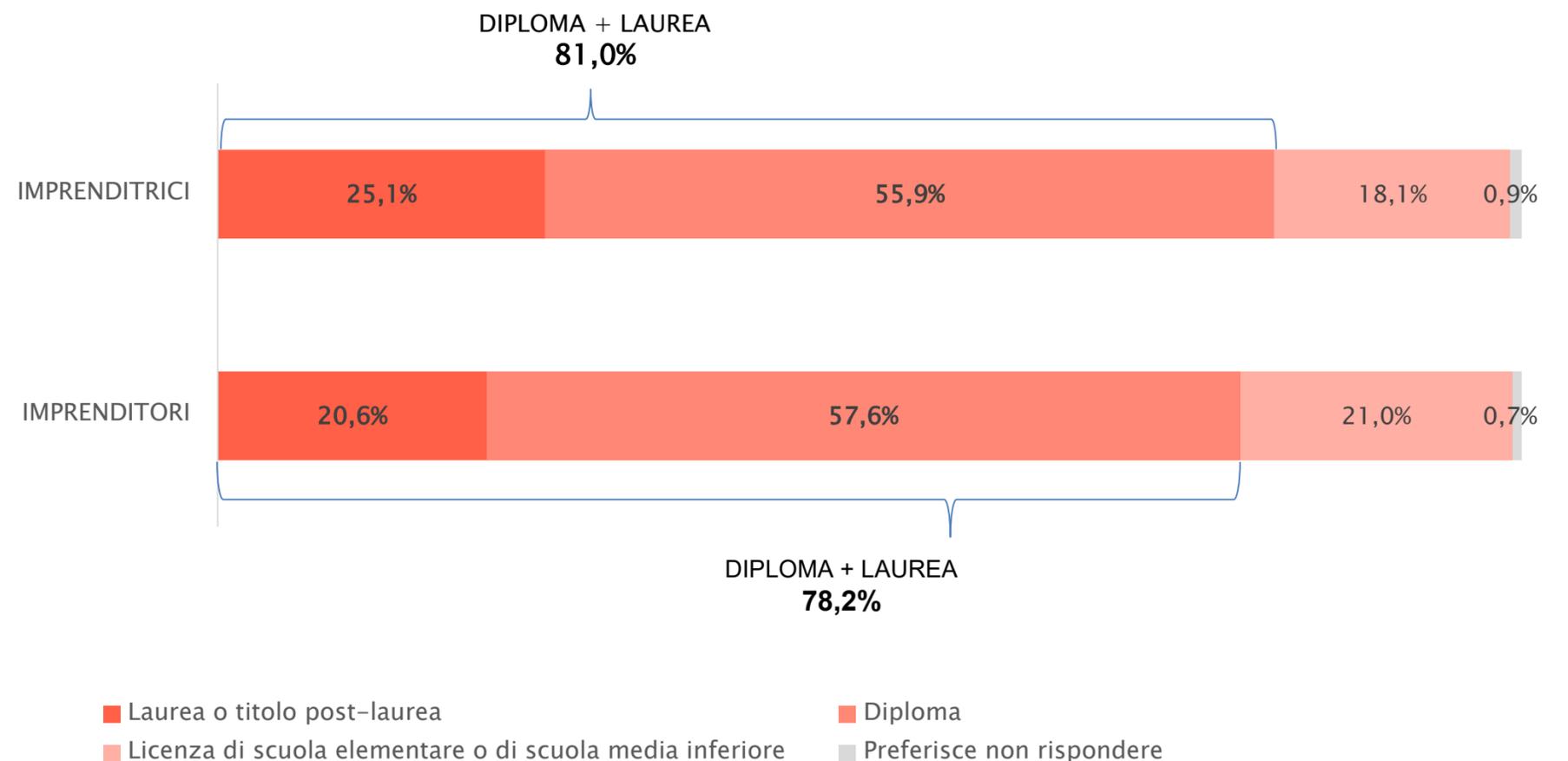
In linea con quanto si osserva per la popolazione generale, anche nel mondo dell'imprenditoria le donne mostrano un livello di istruzione mediamente più elevato rispetto agli uomini

**Un quarto delle imprenditrici (25,1%) ha conseguito un titolo di studio terziario** contro il 20,6% degli imprenditori

Le donne che scelgono di avviare un'attività sono sempre più qualificate e preparate e hanno alle spalle un solido percorso formativo

Più elevata la **quota di imprenditrici con laurea nel Mezzogiorno** ma anche **nella imprese con più di 10 addetti e costituite come società di capitale**

IMPRENDITRICI E IMPRENDITORI PER TITOLO DI STUDIO  
Valori percentuali



# LE COMPETENZE CHE PLASMANO LA LEADERSHIP

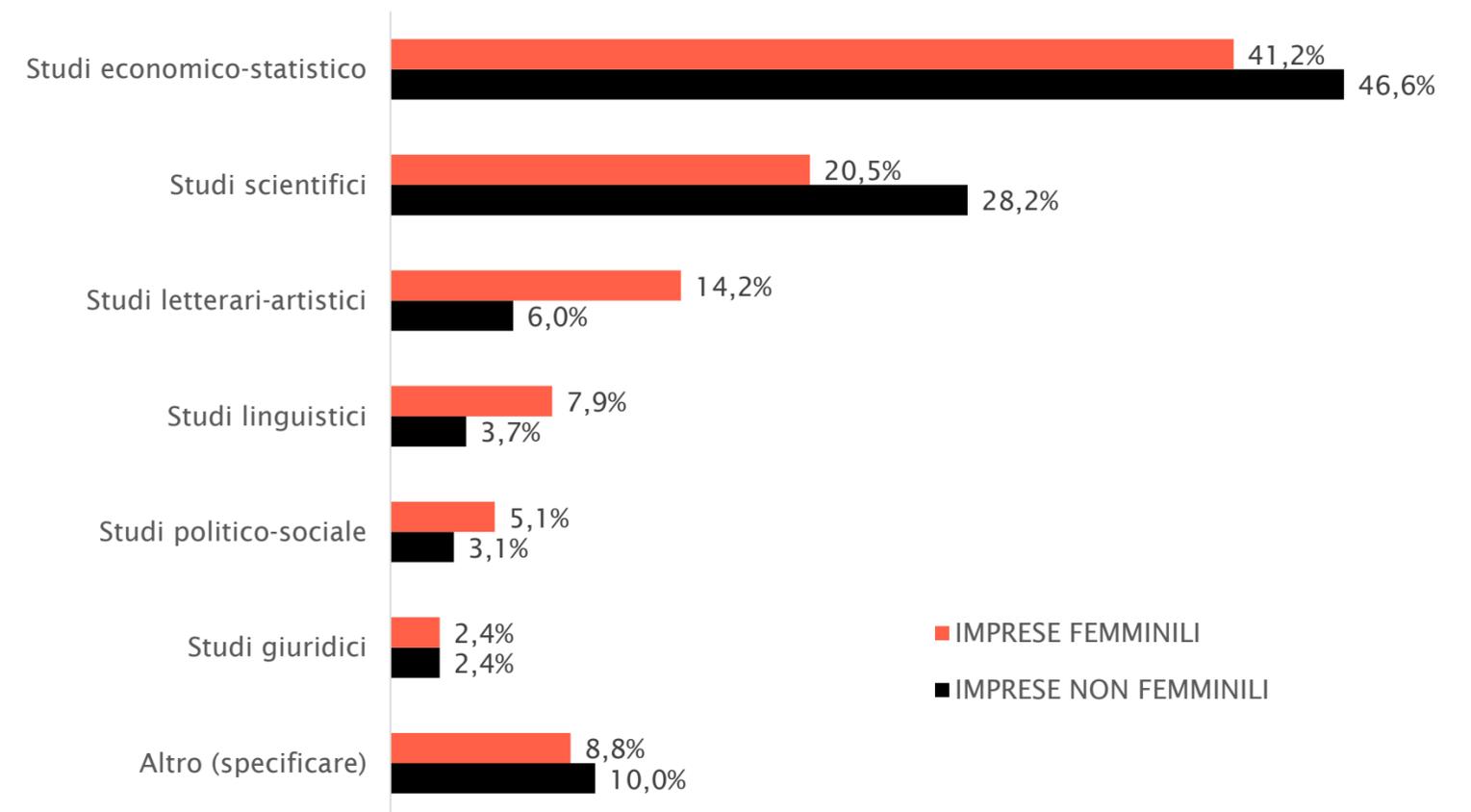
Tra le imprenditrici, **la formazione in ambito economico e statistico risulta la più diffusa**, in particolare tra quelle operanti nei settori della logistica (63,3%), della comunicazione (68,6%) e delle attività finanziarie e assicurative (68,6%)

Anche **la formazione in ambito tecnico e scientifico è ben rappresentata**, ma in misura maggiore tra gli imprenditori (28,2%) rispetto alle imprenditrici (20,5%); questo dato riflette l'andamento generale nel conseguimento di titoli nelle discipline STEM: nel 2023 il 25,0% dei giovani tra i 25 e i 34 anni con un titolo terziario ha una laurea in ambito STEM, ma la quota sale al 37,0% tra gli uomini e si riduce al 16,8% tra le donne (dati ISTAT)

È invece **più elevata tra le imprenditrici la percentuale di diplomate o laureate in ambito umanistico** (14,2% contro il 6,0% degli imprenditori), un'area che - pur meno tecnica - fornisce competenze fondamentali per il mondo del business, come soft skills, pensiero critico e sensibilità culturale

## AMBITO DI STUDIO DELLE IMPRENDITRICI E DEGLI IMPRENDITORI

Valori percentuali sul totale delle imprenditrici/imprenditori con diploma o laurea

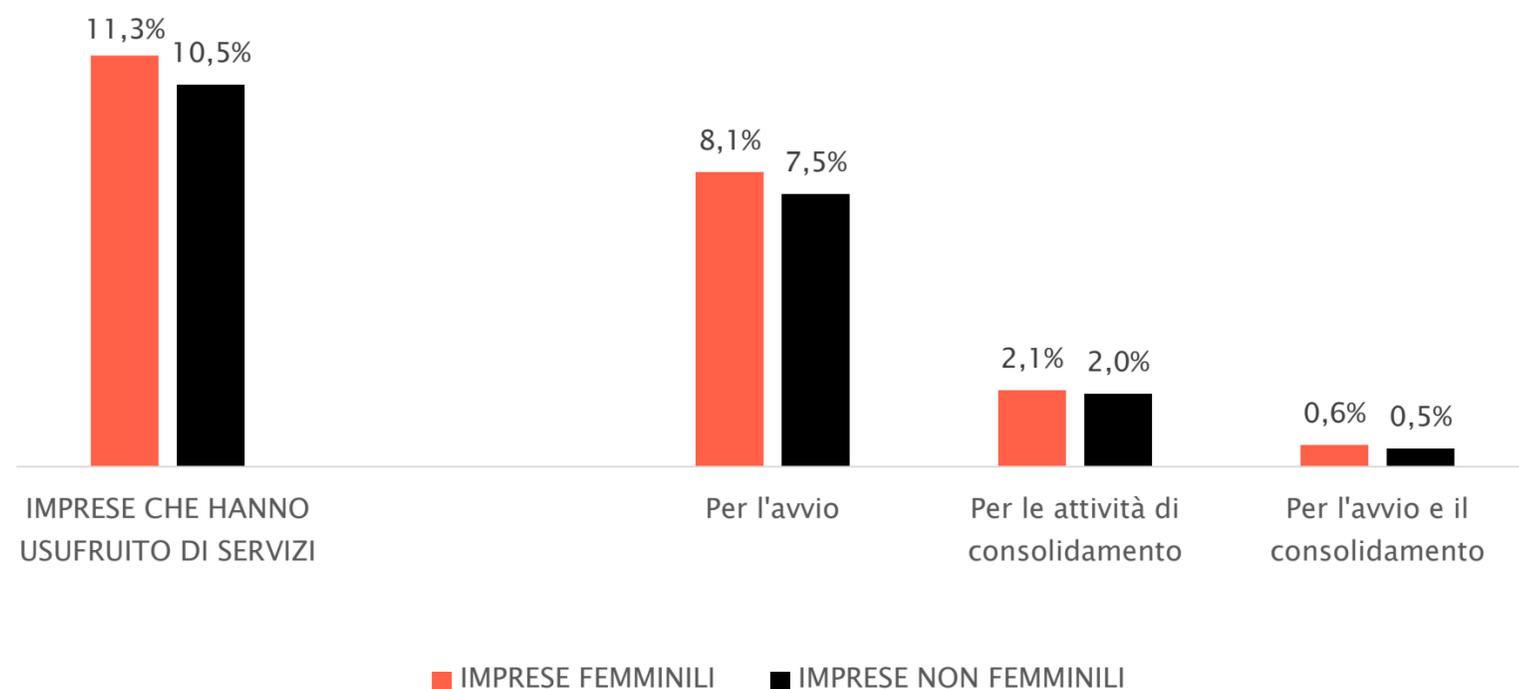




Servizi alle imprese

# POCHE LE IMPRESE CHE USUFRUISCONO DI SERVIZI SUPPORTO AL *BUSINESS*

IMPRESE CHE HANNO USUFRUITO DI SUPPORTO SPECIFICO PER L'AVVIO  
E/O IL CONSOLIDAMENTO DEL *BUSINESS*  
Valori percentuali



L'8% circa delle imprese femminili usufruisce di servizi di supporto specifico all'avvio di impresa (il 7,5% nel caso delle non femminili)

... con quote più alte tra le piccole imprese: rispettivamente 12,3% e 13,8% tra le imprese femminili e non

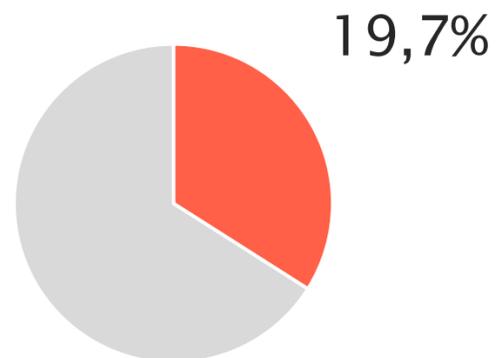
... e tra le imprese del Mezzogiorno e da parte di imprenditrici in possesso di una laurea

Il principale punto di riferimento? Le Camere di commercio: per il 41% delle imprese femminili che hanno usufruito di servizi di supporto e per il 44,1% delle non femminili, seguite dalle Associazioni di categoria (30,5% vs 33,8%)

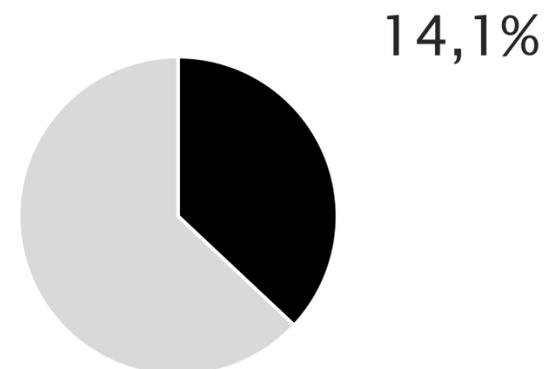
# ANALIZZARE PRIMA DI AGIRE: QUANTI LO FANNO?

IMPRESE CHE HANNO EFFETTUATO UN'ANALISI O UNO STUDIO DI MERCATO  
PRIMA DELL'AVVIO DI IMPRESA  
Valori percentuali sulle imprese create ex-novo

IMPRESE FEMMINILI



IMPRESE NON FEMMINILI



Maggiore attenzione da parte delle imprenditrici ad effettuare uno **studio di mercato all'avvio d'impresa: lo ha fatto un quinto circa delle imprese femminili** e il 14% di quelle non femminili

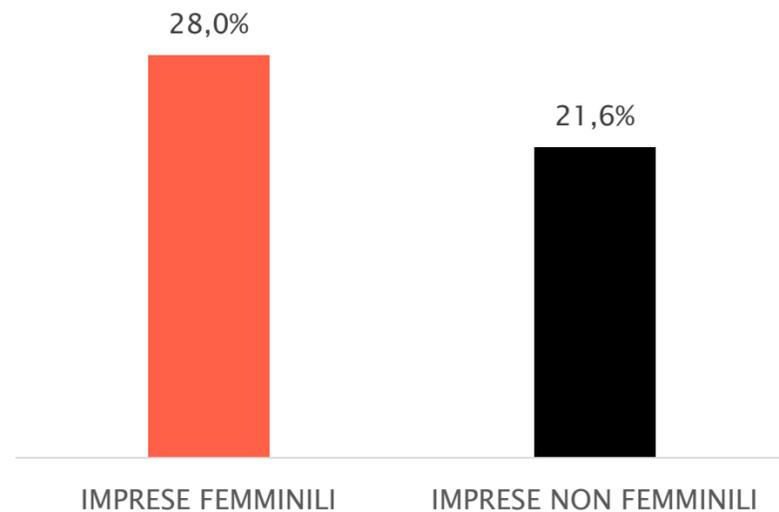
Queste percentuali - pur evidenziando una maggiore attenzione da parte delle imprenditrici - restano complessivamente basse



Politiche e pratiche di conciliazione

# LE IMPRESE FEMMINILI PIU' ATTENTE AL BENESSERE DEI LAVORATORI

IMPRESE CHE HANNO ADOTTATO POLITICHE DI CONCILIAZIONE TRA  
TEMPI DI LAVORO E DI VITA SOCIALE E FAMILIARE  
Valori percentuali



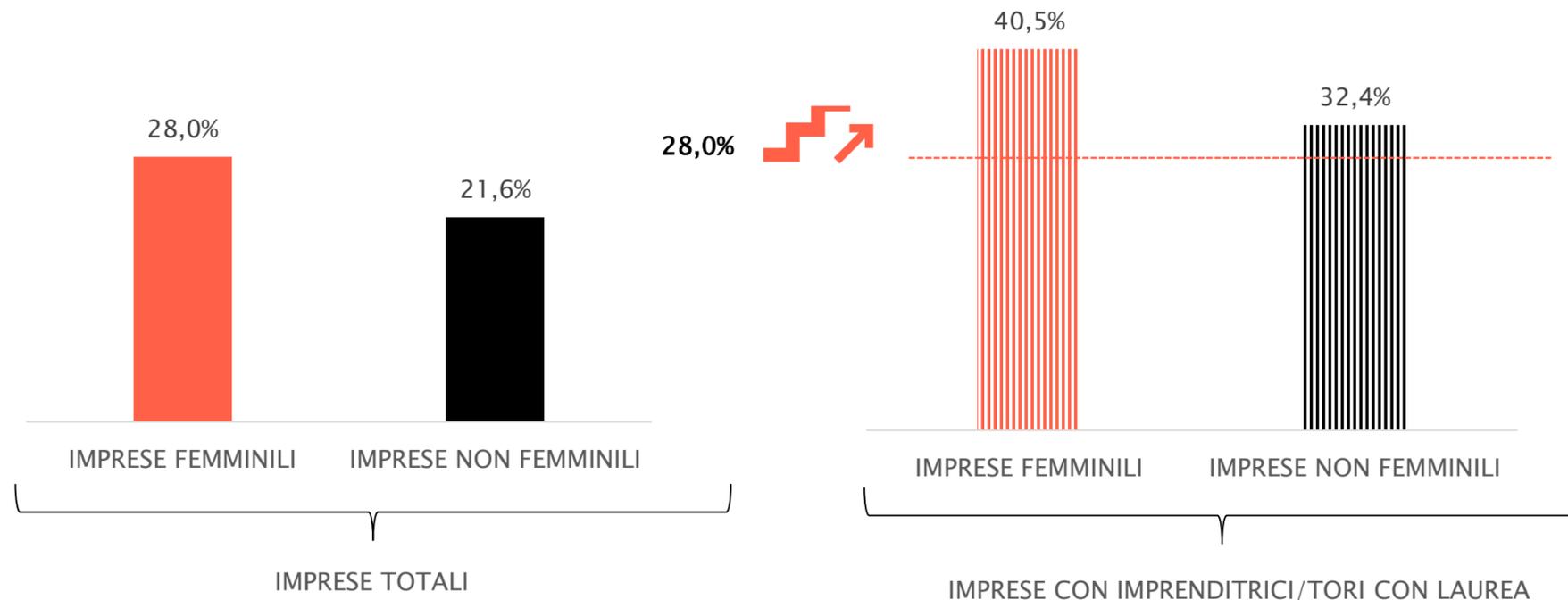
Le imprese femminili sono più sensibili al benessere dei dipendenti e **adottano con maggiore frequenza politiche di conciliazione tra vita privata e professionale** (nel 28% dei casi contro il 21,6% delle non femminili)

Per le imprenditrici e per gli imprenditori diventa sempre più importante equilibrare gli impegni di lavoro e di famiglia per i propri dipendenti, dando vita ad un modello di impresa che coniuga crescita economica e valore sociale

# PIÙ ISTRUZIONE, PIÙ WELFARE: L'EFFETTO DELLA LAUREA SULLA QUALITÀ DEL LAVORO

IMPRESE CHE HANNO ADOTTATO POLITICHE DI CONCILIAZIONE TRA  
TEMPI DI LAVORO E DI VITA SOCIALE E FAMILIARE

Valori percentuali sul totale e sulle imprese con a capo una imprenditrice/tore con laurea



La propensione delle imprese ad investire nel **welfare aziendale cresce significativamente** quando la leadership è composta da imprendatrici o imprenditori con un titolo di studio universitario

In particolare, tra le imprese femminili, la quota di quelle attente al benessere dei dipendenti passa dal 28% al 40,5% nel caso di imprendatrici con laurea (quote rispettivamente pari al 21,6% e al 32,4% nel caso di imprese non femminili)

Una formazione qualificata, pertanto, non solo fornisce competenze manageriali e gestionali, ma contribuisce anche a una maggiore consapevolezza del valore del benessere dei dipendenti

# WELFARE: PIU' NELLA MANIFATTURA E NELLE IMPRESE DI MAGGIORI DIMENSIONI

30,7%

IMPRESE FEMMINILI  
MANIFATTURIERE



42,7%

IMPRESE FEMMINILI  
10+ ADDETTI



28,0%

IMPRESE FEMMINILI  
CHE HANNO ADOTTATO  
POLITICHE DI CONCILIAZIONE  
TRA TEMPI DI LAVORO E DI VITA  
SOCIALE E FAMILIARE

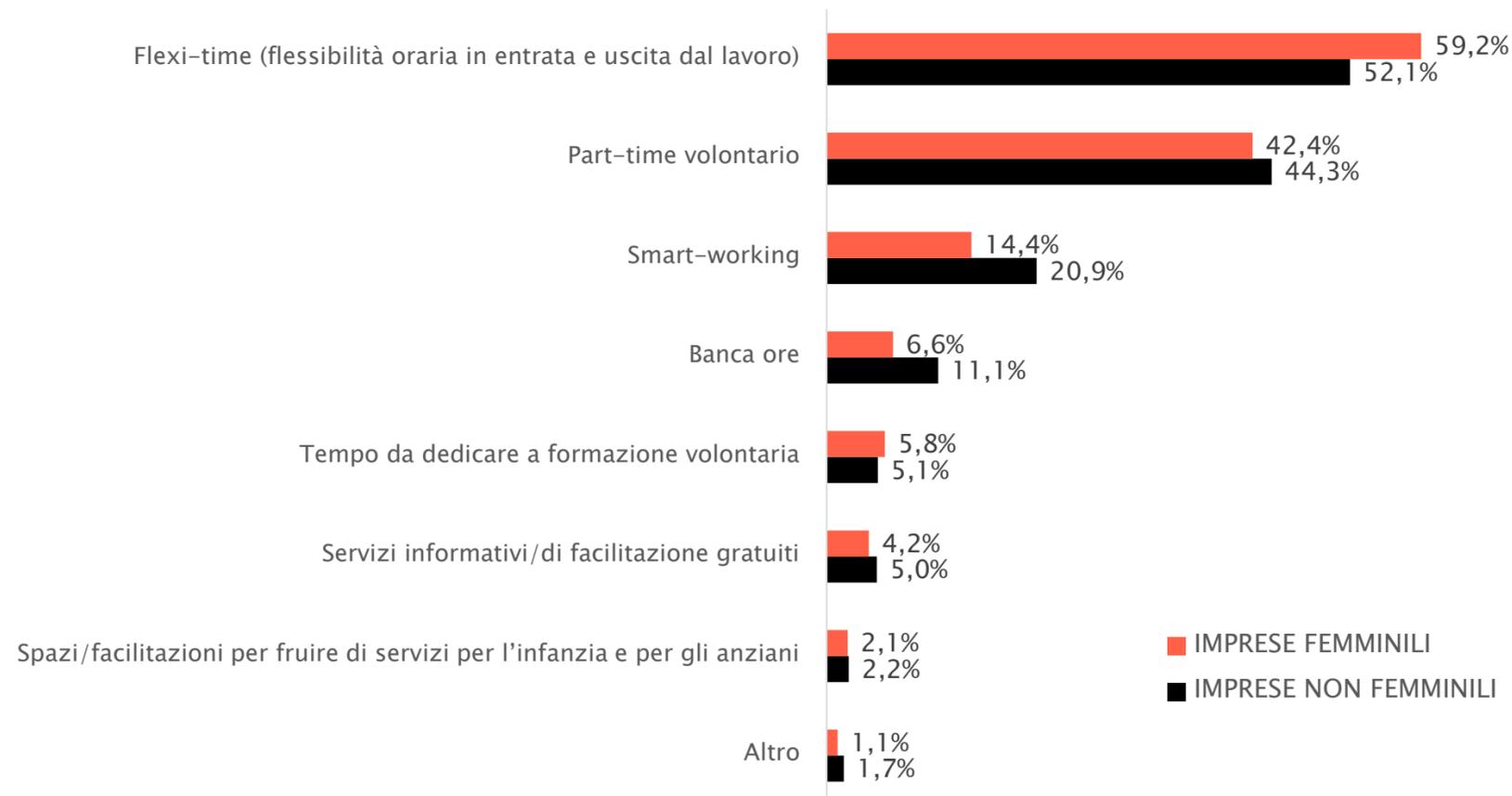
Le **imprese che adottano politiche di conciliazione** tendono – ancora una volta - ad essere realtà **più strutturate**, con una presenza significativa nel settore manifatturiero (30,7%) e una maggiore incidenza di aziende con oltre dieci addetti (42,7%)

Meno welfare, di contro, nelle imprese di servizi e con un numero di addetti compreso tra 2 e 9

# IL TEMPO, IL PRINCIPALE BENEFICIO PER L'EQUILIBRIO DEI DIPENDENTI

## STRUMENTI DI CONCILIAZIONE E WELFARE UTILIZZATI DALLE IMPRESE

Valori percentuali sul totale delle imprese che adottano politiche di conciliazione, Domanda a risposta multipla



Quale idea di conciliazione all'interno delle imprese?

In più della metà delle imprese si prevede un miglioramento della vita delle/dei dipendenti attraverso **il ricorso alla flessibilità oraria in ingresso: nel 59% di quelle femminili e nel 52% di quelle non femminili**

Ma anche il part-time volontario rappresenta una delle politiche di conciliazione più utilizzate, da più del 40% delle imprese, sia femminili che non

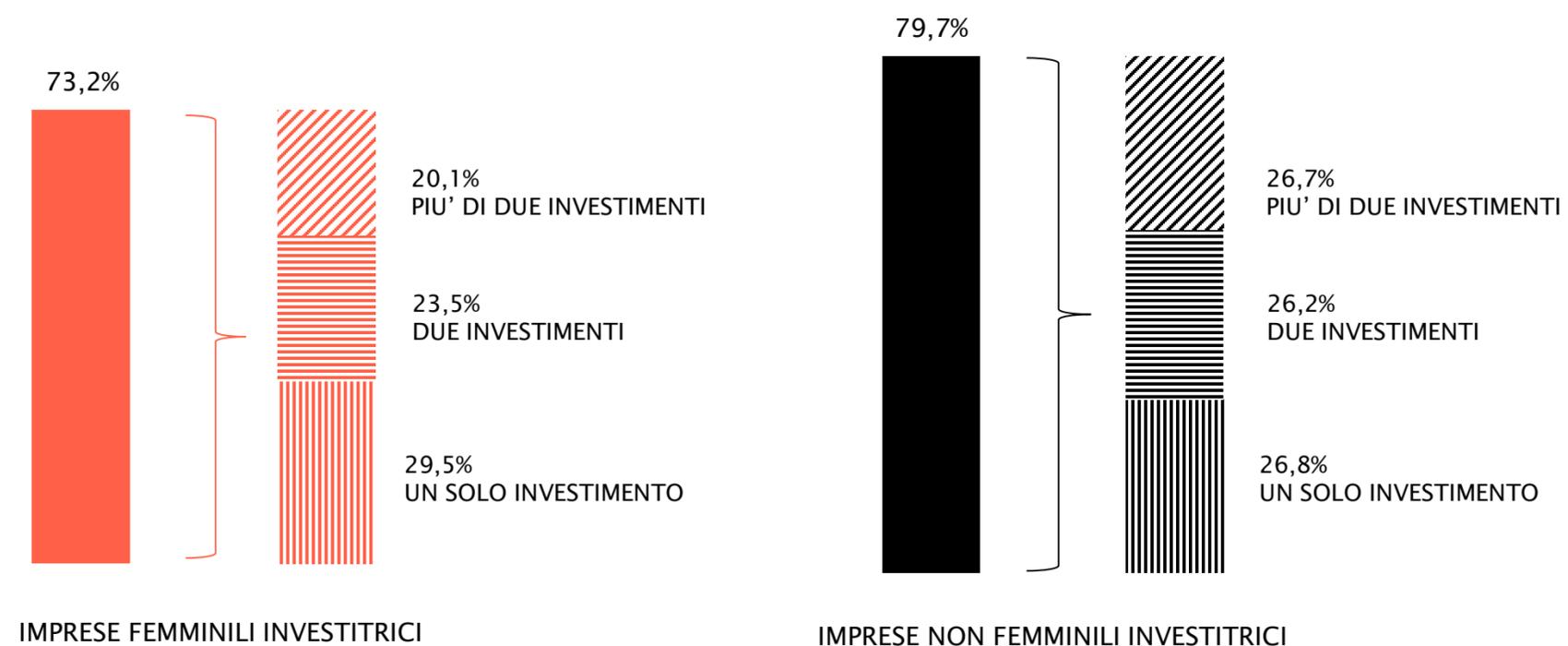
**Smart-working e banca ore** sono, invece, soluzioni adottate soprattutto nelle imprese non femminili con un gap rispettivamente di 6,5 e 4,5 punti percentuali rispetto alle quote delle femminili



Investimenti

# LA FORZA DI INVESTIRE NON E' UNA QUESTIONE DI GENERE

IMPRESE CHE HANNO INVESTITO NEL PERIODO 2022-2024 E INTENSITA' DI INVESTIMENTO  
Valori percentuali

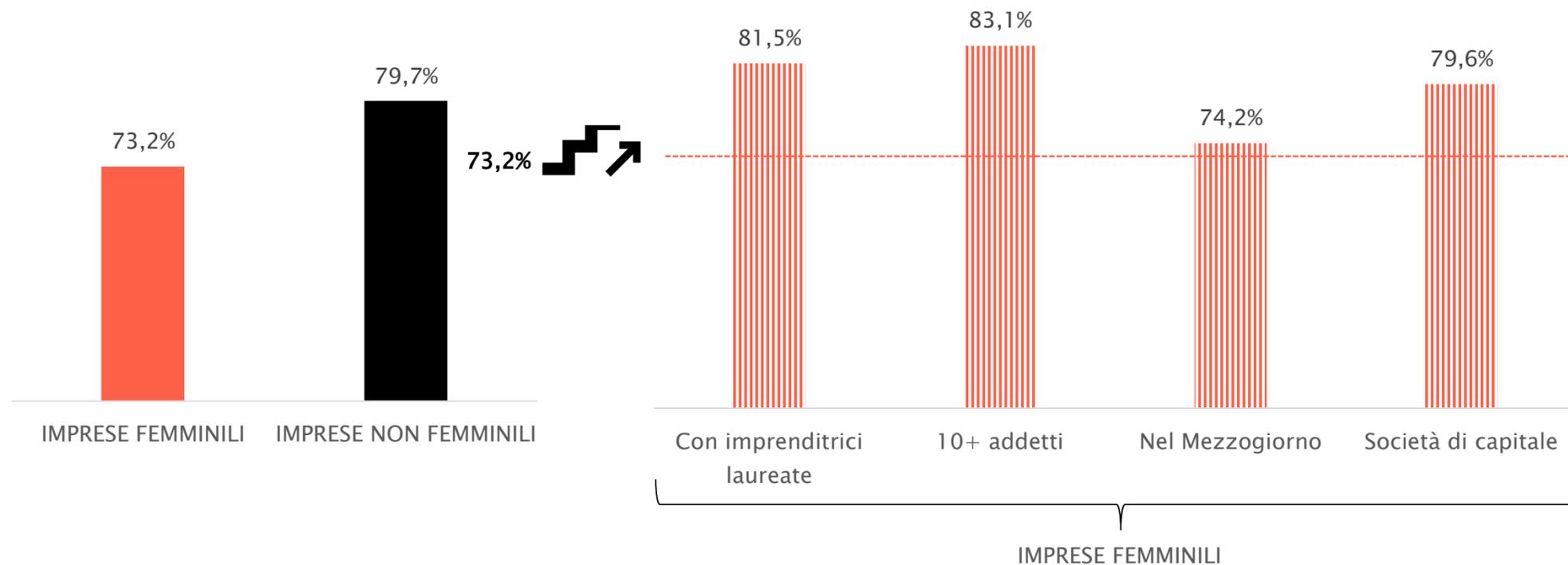


**Il 73,2% delle imprese femminili ha investito nel periodo 2022-2024 (contro l'80% delle non femminili)**

Divergenze importanti si registrano circa l'intensità degli investimenti: **il 29,5% delle imprese femminili ha realizzato un solo investimento (26,8% delle non femminili) e il 20% ha puntato su più di due investimenti (26,7% nel caso delle non femminili)**

# IL PROFILO DELLE IMPRESE FEMMINILI INVESTITRICI

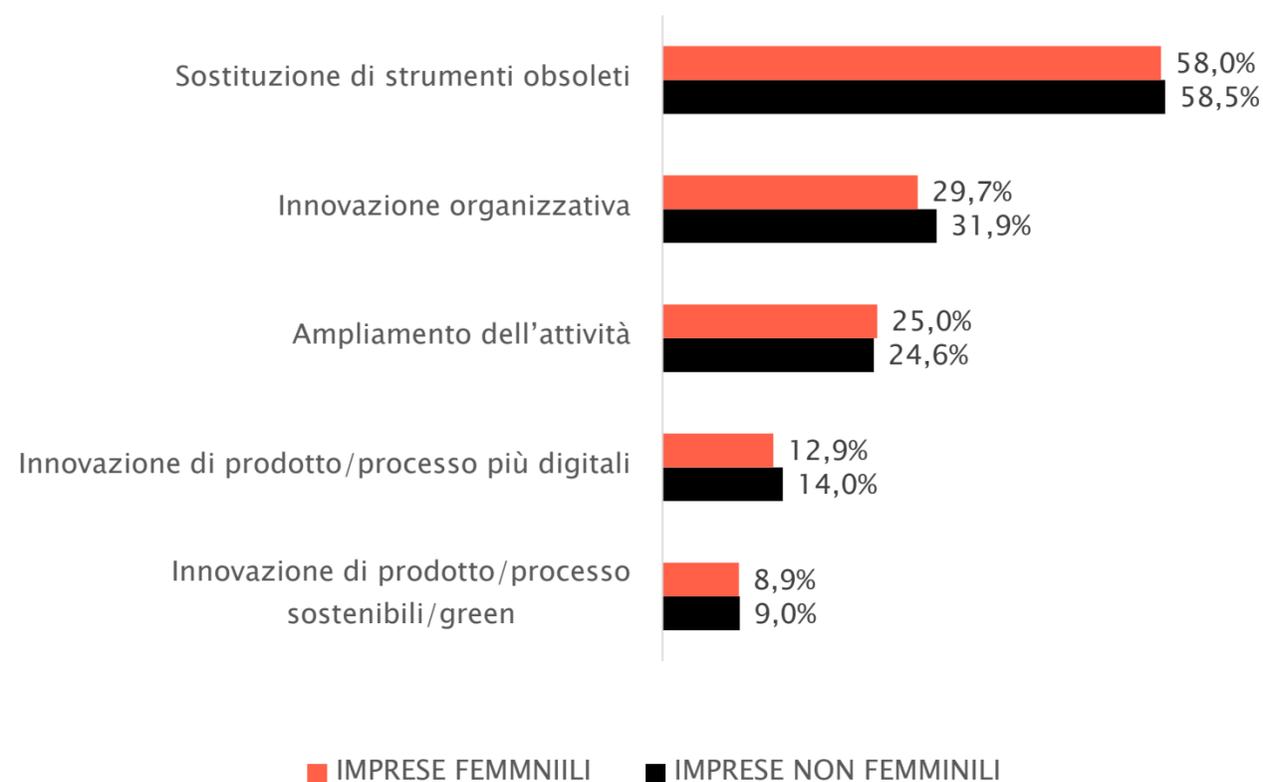
IMPRESE CHE HANNO INVESTITO NEL PERIODO 2022-2024  
Valori percentuali sul totale e in base ad alcune caratteristiche delle imprese



Più elevata la quota di imprese femminili investitrici tra quelle con più di 10 addetti e con a capo una imprenditrice in possesso di una laurea

# PAROLA D'ORDINE: AMMODERNAMENTO

FINALITA' DEGLI INVESTIMENTI REALIZZATI DALLE IMPRESE NEL TRIENNIO 2022-2024  
Valori percentuali sul totale delle imprese investitrici, Domanda a risposta multipla



Le scelte di investimento che sono state effettuate dalle imprese femminili poco differiscono da quelle delle imprese che non lo sono e sono orientate a rendere le imprese più resilienti e competitive nel lungo periodo

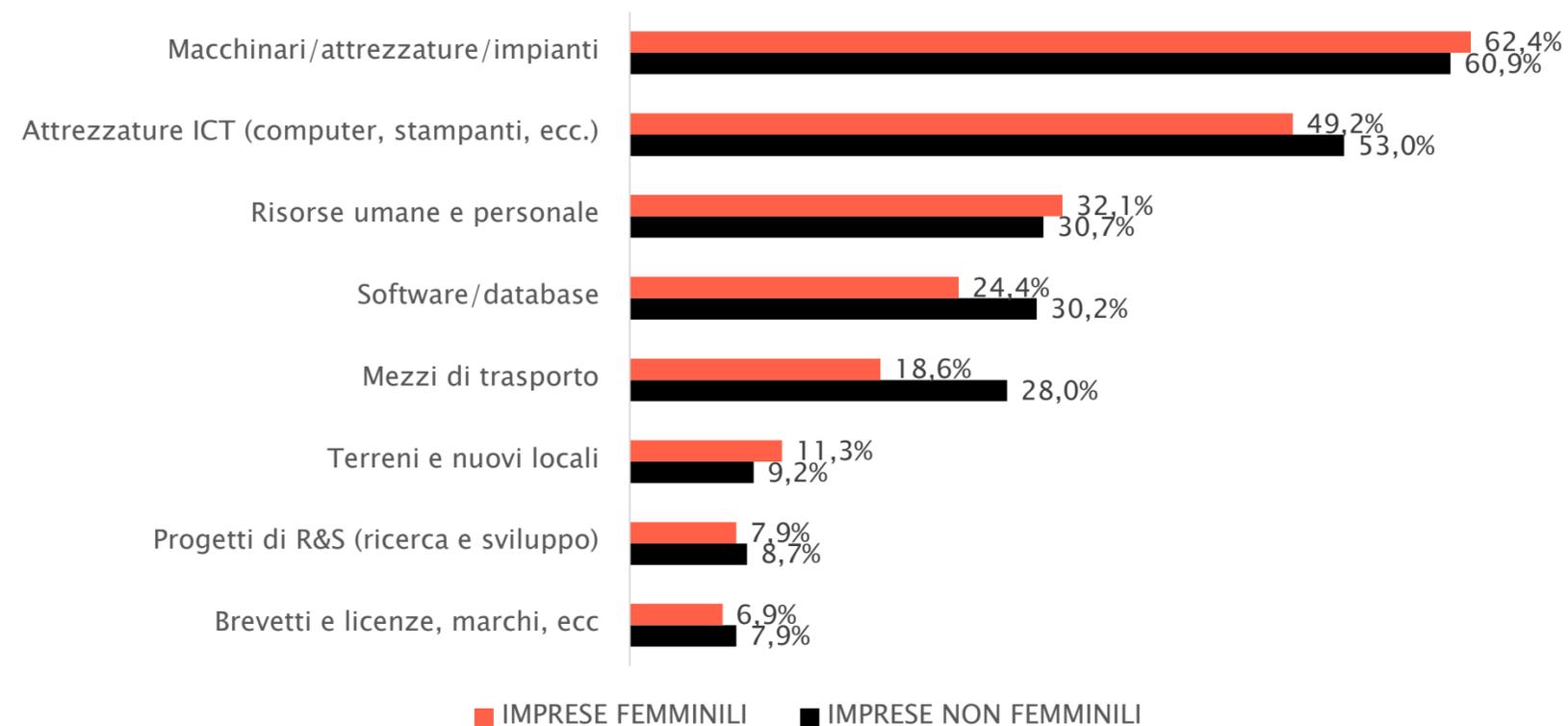
Le motivazioni che hanno spinto le imprese femminili – e non – ad investire sono state soprattutto l'ammmodernamento e l'innovazione organizzativa, seguite dall'ampliamento delle attività

Ma un quinto circa delle imprese – anche in questo caso femminili e non – hanno realizzato investimenti orientati all'innovazione di prodotto/processo digitale e/o green

# PREVALGONO GLI INVESTIMENTI IN BENI TANGIBILI

INVESTIMENTI\* REALIZZATI DALLE IMPRESE NEL TRIENNIO 2022-2024

Valori percentuali sul totale delle imprese investitrici, Domanda a risposta multipla



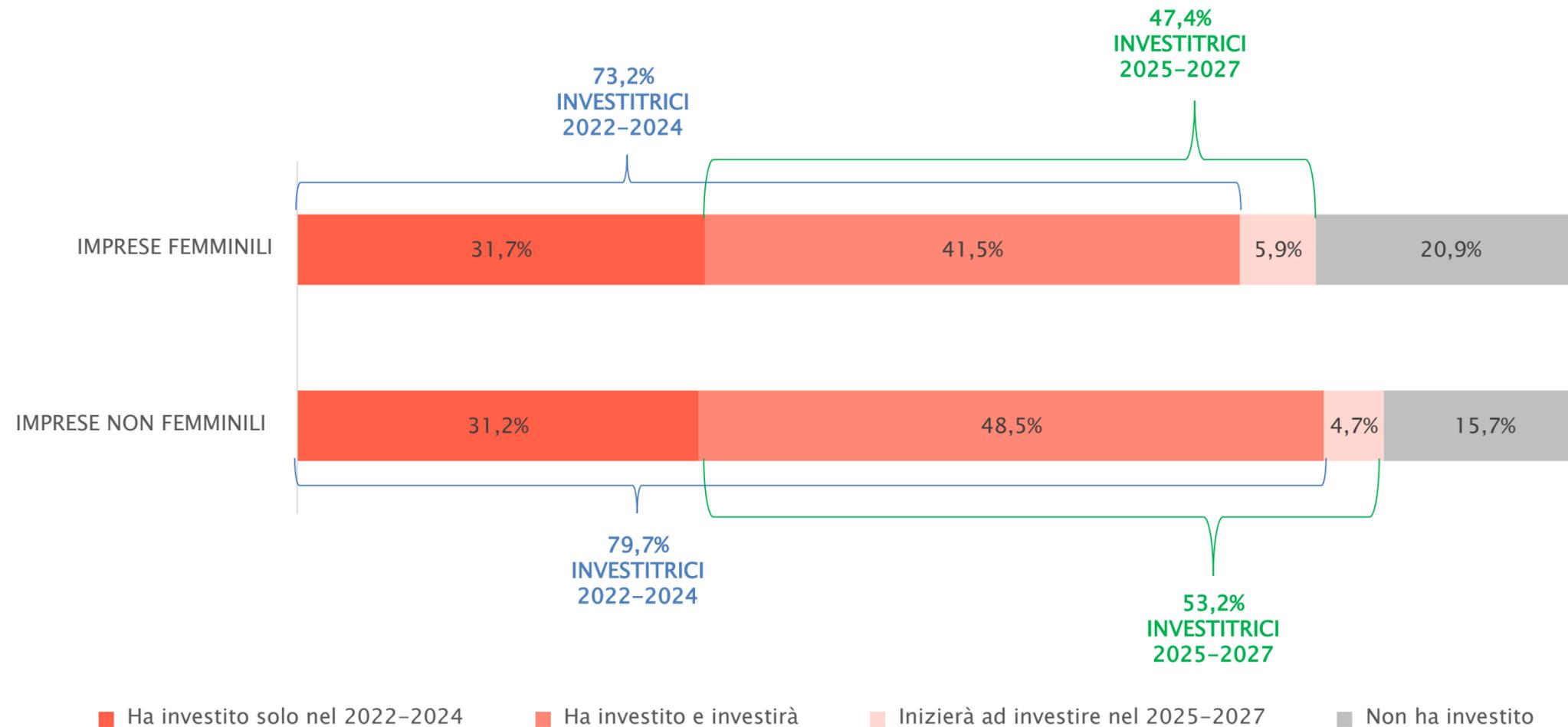
In cosa hanno investito le imprese femminili? **In beni tangibili più che intangibili, ossia in macchinari/attrezzature e strumentazioni specifiche ICT**, anche se con quote leggermente più basse rispetto alle imprese non femminili nel secondo caso (49,2% vs 53,0%)

**Un terzo circa delle imprese – femminili e non – ha investito nelle risorse umane e nel personale**

# IMPRESSE FEMMINILI: LA FORZA DI CONTINUARE AD INVESTIRE

DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESSE PER SCELTA DI INVESTIMENTO NEI PERIODI 2022-2024 e 2025-2027

Valori percentuali



Quattro imprese femminili su dieci non solo hanno realizzato degli investimenti nel periodo 2022-2024, ma prevedono di farlo anche nel periodo 2025-2027

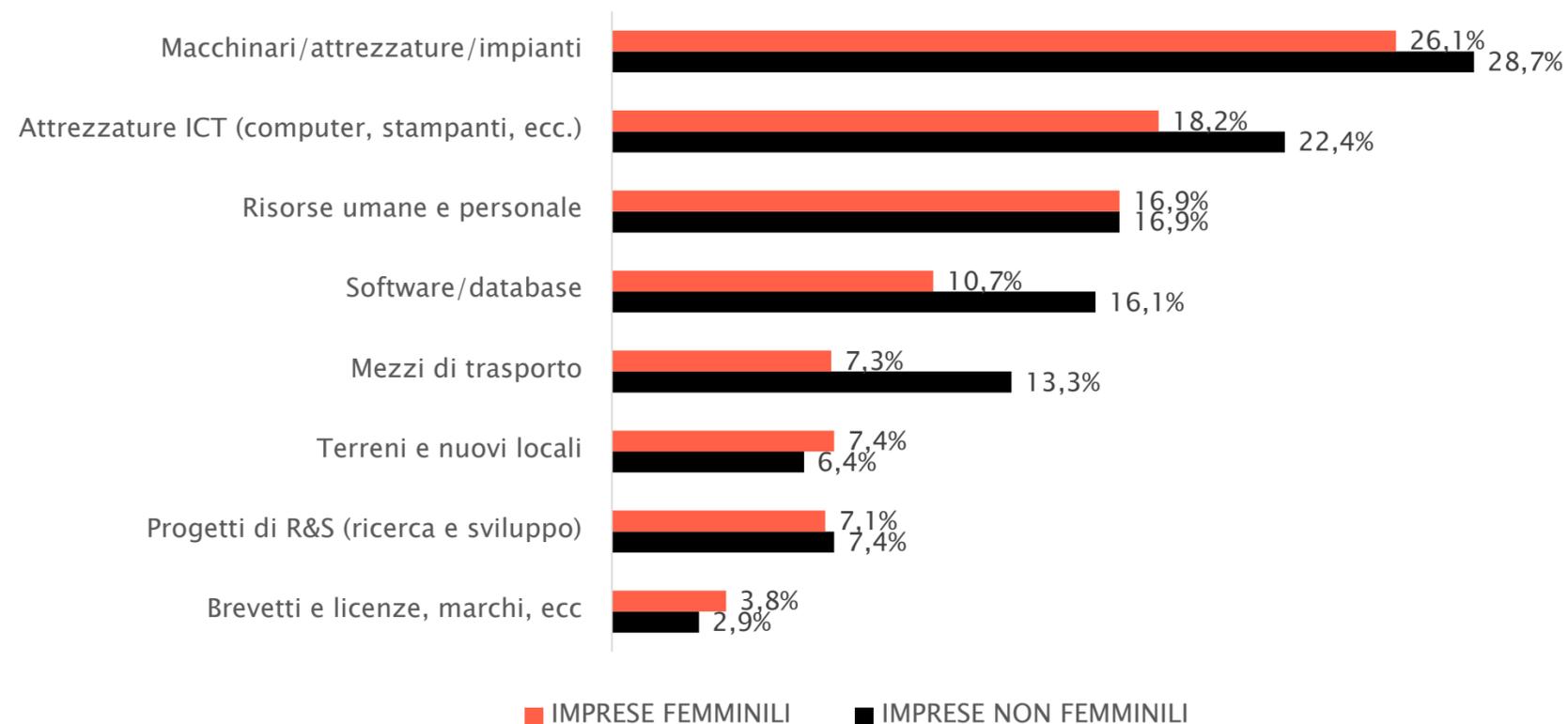
**Il 6% delle imprese femminili che non ha investito nello scorso triennio comincerà a farlo nel periodo 2025-2027 (il 5% nel caso delle imprese non femminili)**

## ... SOPRATTUTTO IN BENI STRUMENTALI

Con riferimento al periodo 2025-2027, non si evidenziano grandi divergenze tra le scelte di investimento delle imprese femminili e di quelle che non lo sono

Ma soprattutto non cambiano le priorità di investimento delle imprese femminili che continueranno a puntare su **investimenti in macchinari/attrezzature, strumentazioni ICT e capitale umano**

INVESTIMENTI\* CHE LE IMPRESE REALIZZERANNO NEL PERIODO 2025-2027  
Valori percentuali sul totale delle imprese che hanno dichiarato di investire, Domanda a risposta multipla



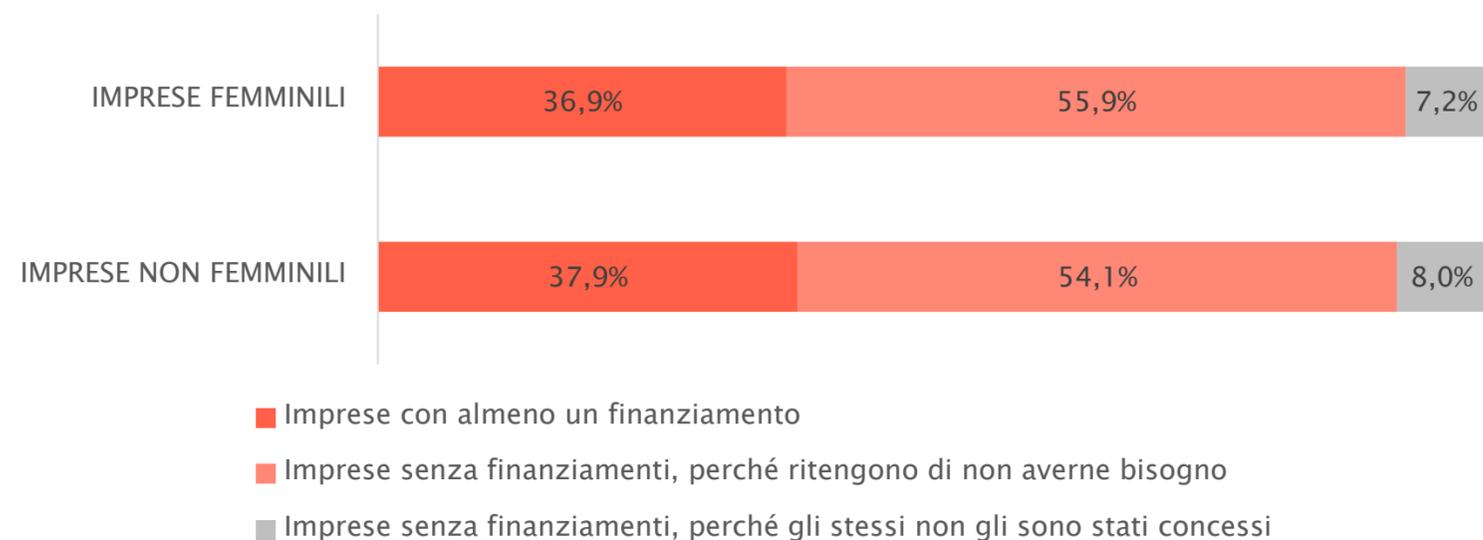
\* Al netto delle attività di formazione



Credito

# IL TEMA CRUCIALE DEL CREDITO

DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE IN BASE ALL'UTILIZZO O MENO DI UN FINANZIAMENTO BANCARIO  
Valori percentuali



**Il 37% circa delle imprese femminili fa ricorso a finanziamenti bancari** (quota simile a quelle delle non femminili)

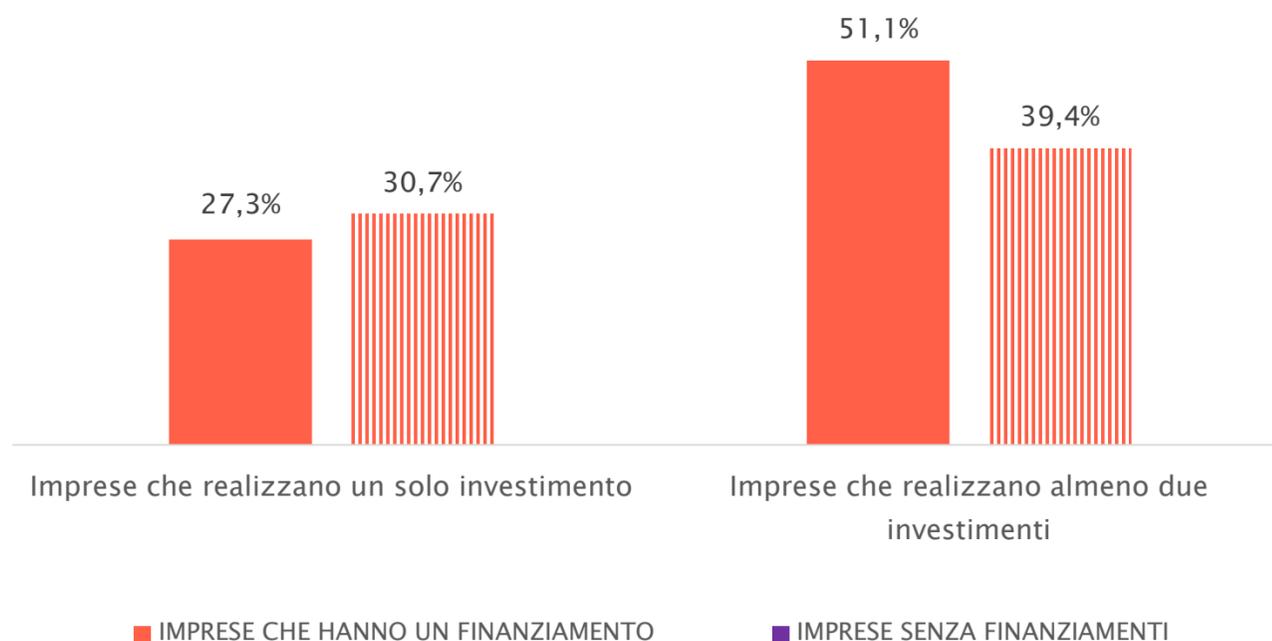
**Una quota così bassa è solo colpa delle banche...?** soltanto il 7,2% delle intervistate (8,0% degli intervistati) dichiara di aver fatto richiesta di finanziamento ma che lo stesso non gli è stato concesso

**...o anche di vision aziendale?** Il mancato ricorso al credito frena lo sviluppo delle attività ma non sempre le imprese ne sono consapevoli

**Settore e dimensione fanno la differenza:** ricorrono al credito di più le imprese manifatturiere e quelle di medio-grandi dimensioni

# CON IL CREDITO SI INVESTE DI PIU'

INTENSITA' DI INVESTIMENTO DELLE IMPRESE FEMMINILI CON ALMENO UN FINANZIAMENTO BANCARIO  
Valori percentuali



La competitività d'impresa: un mix di capacità, competenze e persone, ma servono finanziamenti

Tra le imprese femminili che hanno ottenuto credito, otto su dieci hanno investito (sette su dieci nel caso di quelle che non hanno un finanziamento in attivo)

... e cinque su dieci lo hanno fatto in più di una tipologia di investimento

# COSTI E BUROCRAZIA, I VERI OSTACOLI AL CREDITO

PRINCIPALI DIFFICOLTA' CHE LE IMPRESE FEMMINILI CHE NON HANNO OTTENUTO FINANZIAMENTI RILEVANO NEL RELAZIONARSI CON LA BANCA  
Valori percentuali

31,5%  
COSTO DEL CREDITO

31,3%  
RICHIESTE DI GARANZIE E  
COSTO DELLE STESSE

27,0%  
RICHIESTA DI  
DOCUMENTAZIONE  
ECESSIVE/COMPLICATE

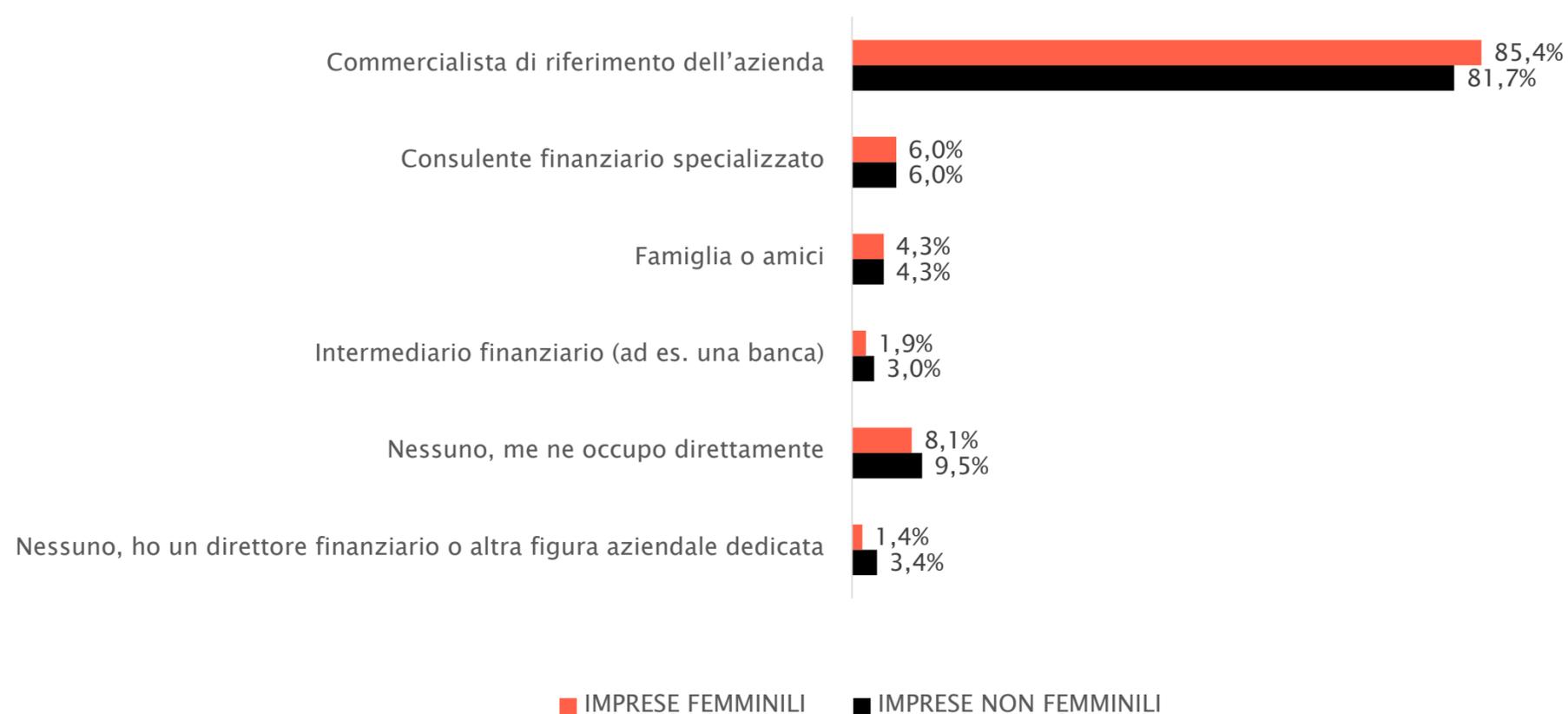
25,3%  
PROCEDURE  
ECESSIVAMENTE LUNGHE

7,7%  
PREGIUDIZI DA PARTE DEL  
PERSONALE BANCARIO\*

\* Per genere, titolo di studio, esperienza lavorativa, ecc. dell'imprenditrice/tore

# FIGURE DI RIFERIMENTO PER LA GESTIONE FINANZIARIA

FIGURE DI RIFERIMENTO NELLA GESTIONE FINANZIARIA DELL'AZIENDA  
Valori percentuali, Domanda a risposta multipla



Oltre il 90% delle imprese, sia femminili che non femminili, affida la gestione finanziaria a soggetti esterni, con una netta prevalenza del **commercialista come figura di riferimento**

Questo dato riflette **una tendenza trasversale nel tessuto imprenditoriale**, dove la gestione economico-finanziaria viene spesso delegata a professionisti esterni per ragioni di efficienza, competenza e contenimento dei costi

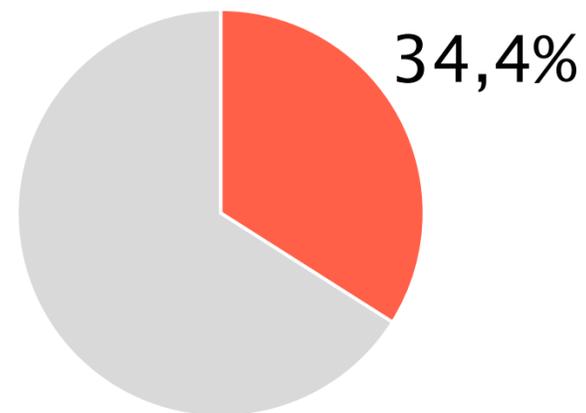


Formazione

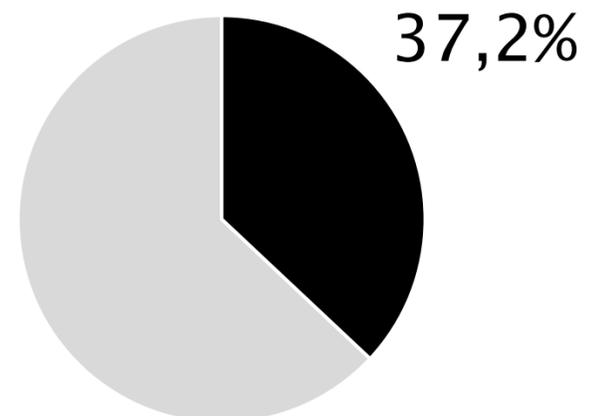
# LA FORMAZIONE: QUANTA...

IMPRESE CHE INVESTONO IN FORMAZIONE NEL 2025  
Valori percentuali

IMPRESE FEMMINILI



IMPRESE NON FEMMINILI



La **formazione** rappresenta un elemento chiave per il successo e la competitività delle imprese femminili e non

Ma vi investe poco più di una impresa femminile su tre (34%; 37% nel caso delle non femminili)

In termini assoluti stiamo parlando di circa 110 mila imprese femminili

## TIPOLOGIA DI FORMAZIONE PREVISTA NEL 2025

Valori percentuali sul totale delle imprese che fanno formazione, Domanda a risposta multipla



**Le imprese puntano soprattutto all'up-skilling** (72,5% delle imprese femminili e 70,2% delle non femminili)

**Mentre poche sono le imprese femminili che investono nella formazione finanziaria** (3,8% vs 4,7% delle non femminili) anche se più del 90% delle imprenditrici (e l'87% degli imprenditori) si rivolge a figure esterne all'impresa per la gestione finanziaria del proprio *business*

**La formazione manageriale: poca, ma più da parte delle imprenditrici**

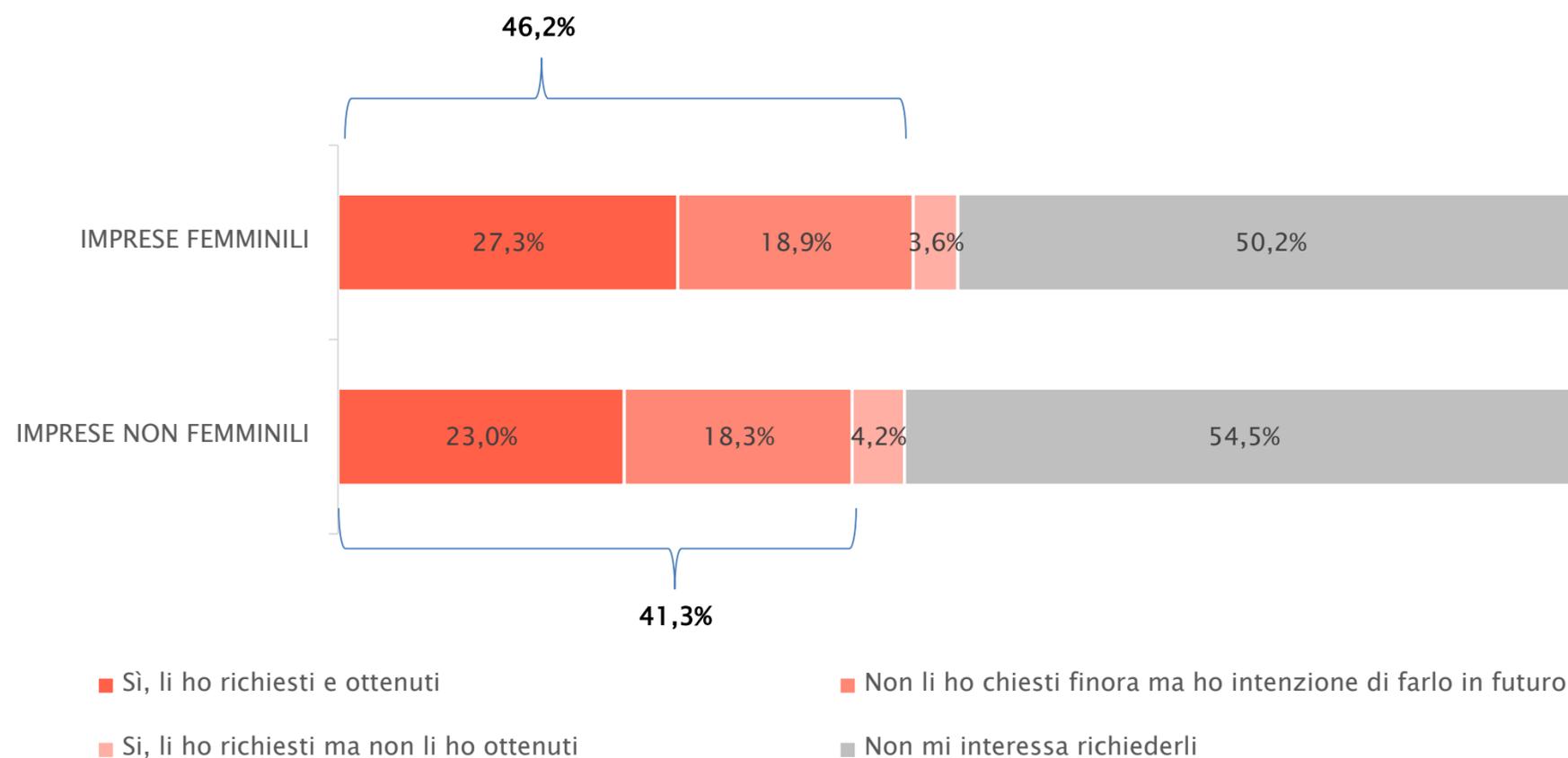


Incentivi

# GLI INCENTIVI: QUANTI LI CONOSCONO E QUANTI LI USANO?

DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE IN BASE ALL'UTILIZZO DI AGEVOLAZIONI/INCENTIVI

Valori percentuali

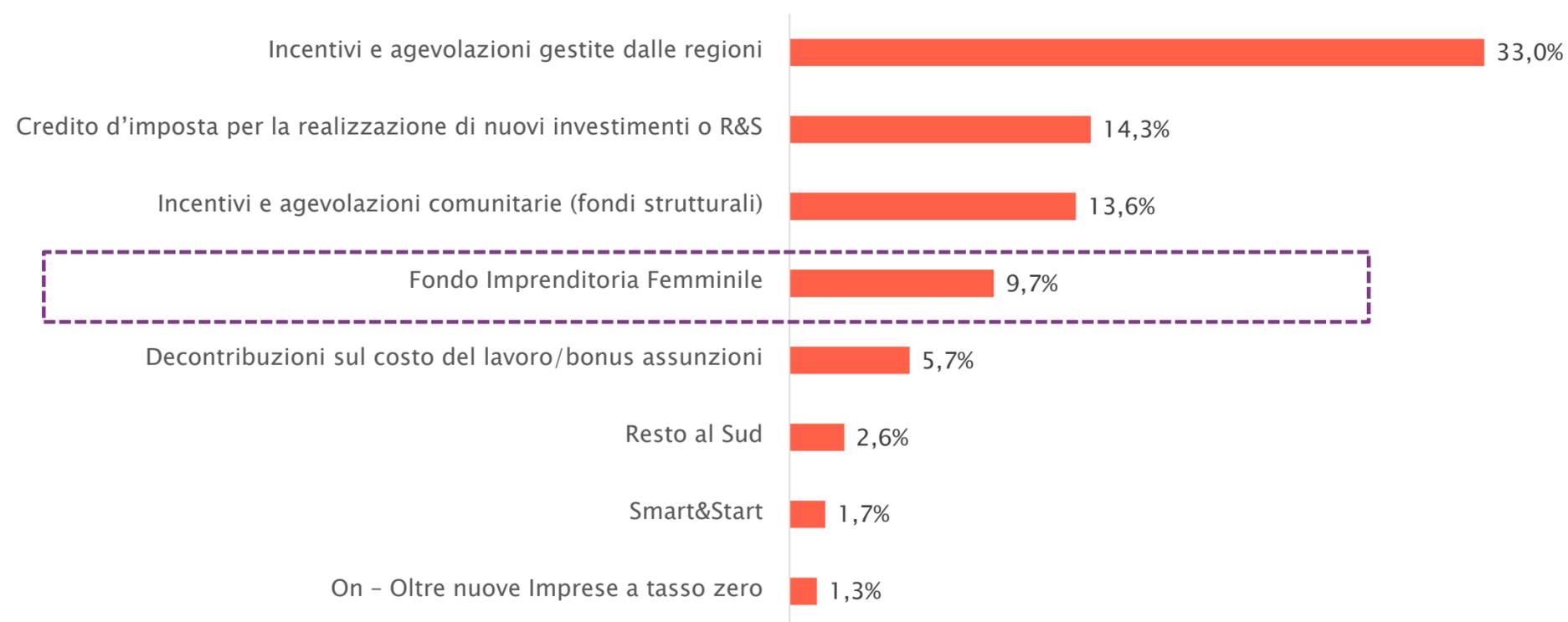


**Maggiore propensione delle donne a chiedere incentivi:** il 27,3% li ha già utilizzati e il 18,9% ha intenzione di utilizzarli (quote pari al 23,0% e al 18,3% nel caso delle non femminili); in termini assoluti stiamo parlando di circa 146mila imprese

Più incentivi tra le imprenditrici laureate (33%) e tra le imprese di medie e grandi dimensioni (rispettivamente 37% e 67%)

# MA QUALI INCENTIVI?

AGEVOLAZIONI/INCENTIVI PUBBLICI UTILIZZATI DALLE IMPRESE FEMMINILI\*  
Valori percentuali sul totale delle imprese incentivate, Domanda a risposta multipla



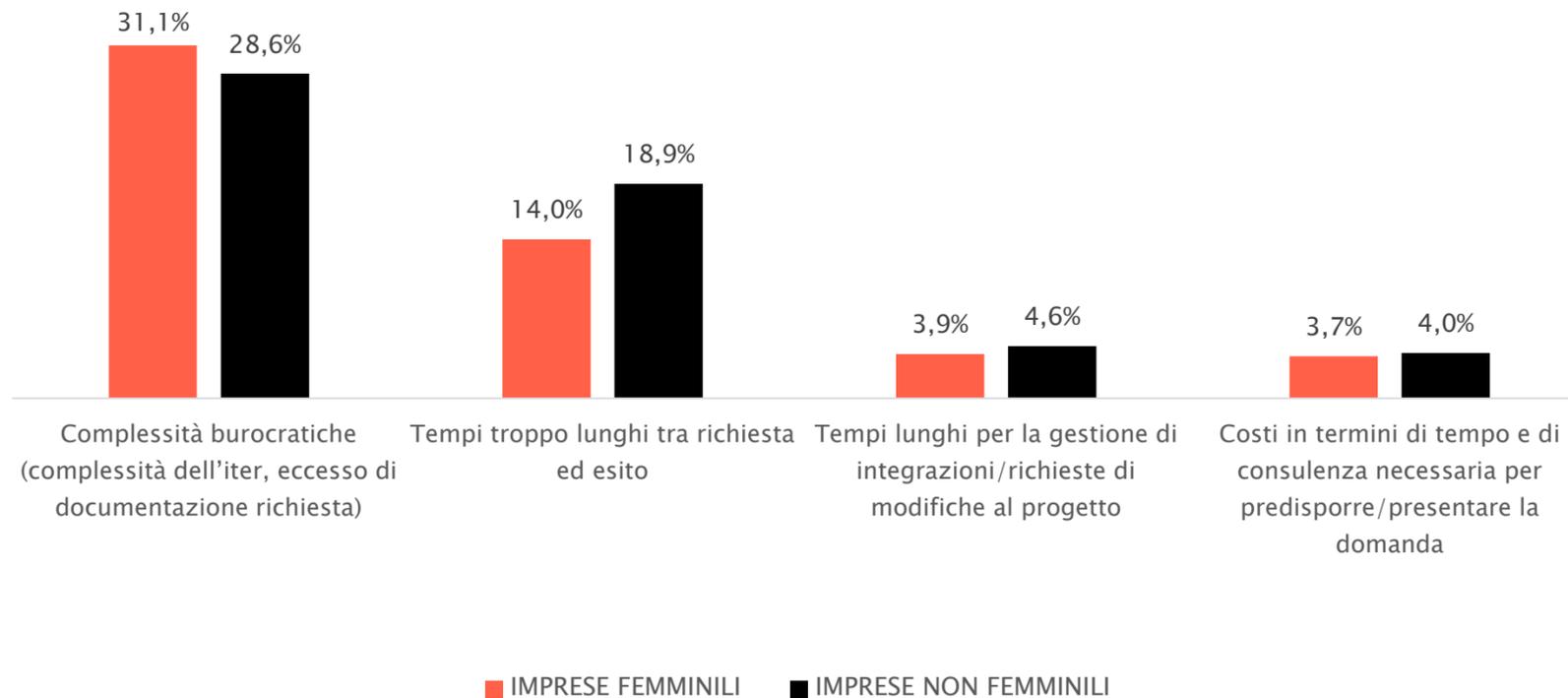
Gli «aiuti» regionali sostengono un'impresa femminile su tre, tra quelle incentivate (quattro su dieci delle non femminili) mentre il credito d'imposta risulta un'opportunità per il 14% delle imprese femminili incentivate

Le misure INVITALIA attrattive per il 15% delle imprese femminili e una impresa femminile incentivata su dieci ha utilizzato il Fondo Imprenditoria femminile

\* Al netto degli aiuti Covid

# OSTACOLI? TROPPIA BUROCRAZIA, TANTA INCERTEZZA

PRINCIPALI DIFFICOLTA' INCONTRATE DALLE IMPRESE NEL RICHIEDERE/UTILIZZARE AGEVOLAZIONI/INCENTIVI  
Valori percentuali sul totale delle imprese che hanno richiesto incentivi, Domanda a risposta multipla



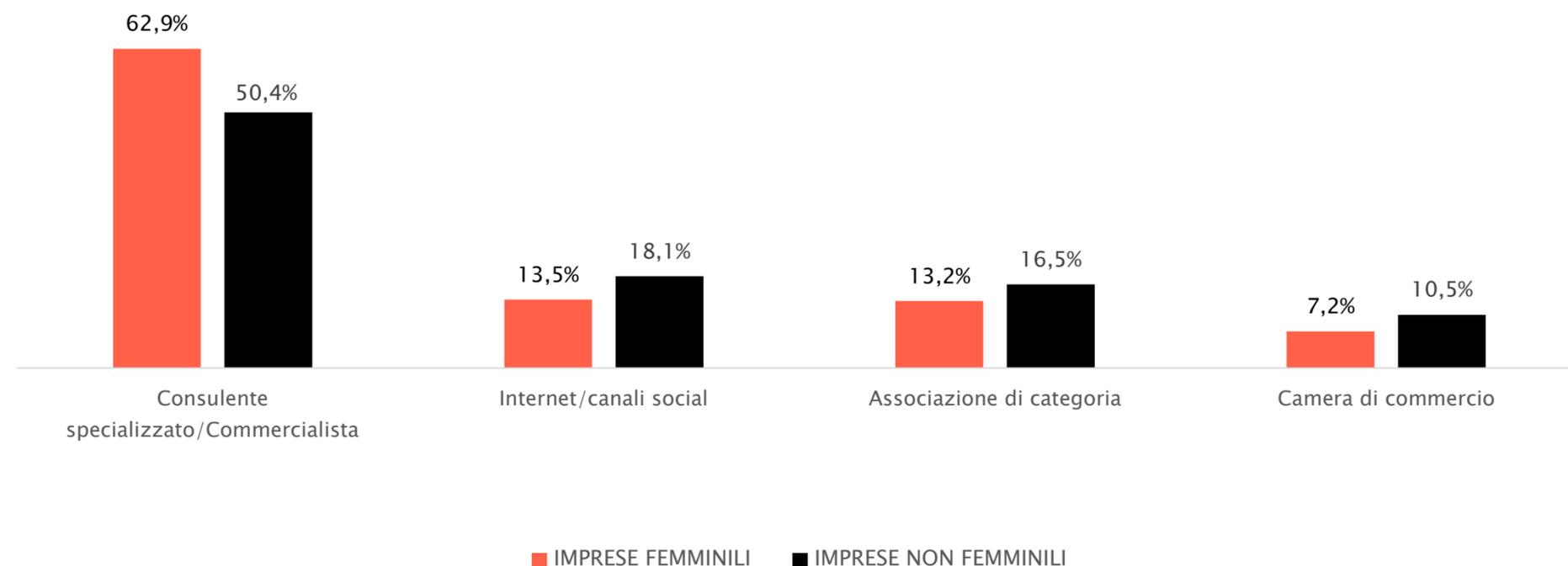
Le imprenditrici mostrano una maggiore propensione a informarsi e usufruire di incentivi pubblici, ma persistono difficoltà al loro utilizzo

Gli ostacoli più segnalati? **Complessità burocratiche e tempistiche troppo lunghe per la concessione** (indicati da una impresa su tre nel primo caso, da più di una su dieci nel secondo)

Riuscire ad orientarsi tra bandi e procedure complesse frena l'utilizzo di incentivi anche qualora gli stessi siano noti; servono pertanto strumenti di accompagnamento oltre che fondi

# MA LE IMPRESE COME NE VENGONO A CONOSCENZA?

PRINCIPALE MODALITA' TRAMITE CUI LE IMPRESE SONO VENUTE A CONOSCENZA DELLE AGEVOLAZIONI/INCENTIVI  
Valori percentuali sul totale delle imprese che hanno richiesto incentivi



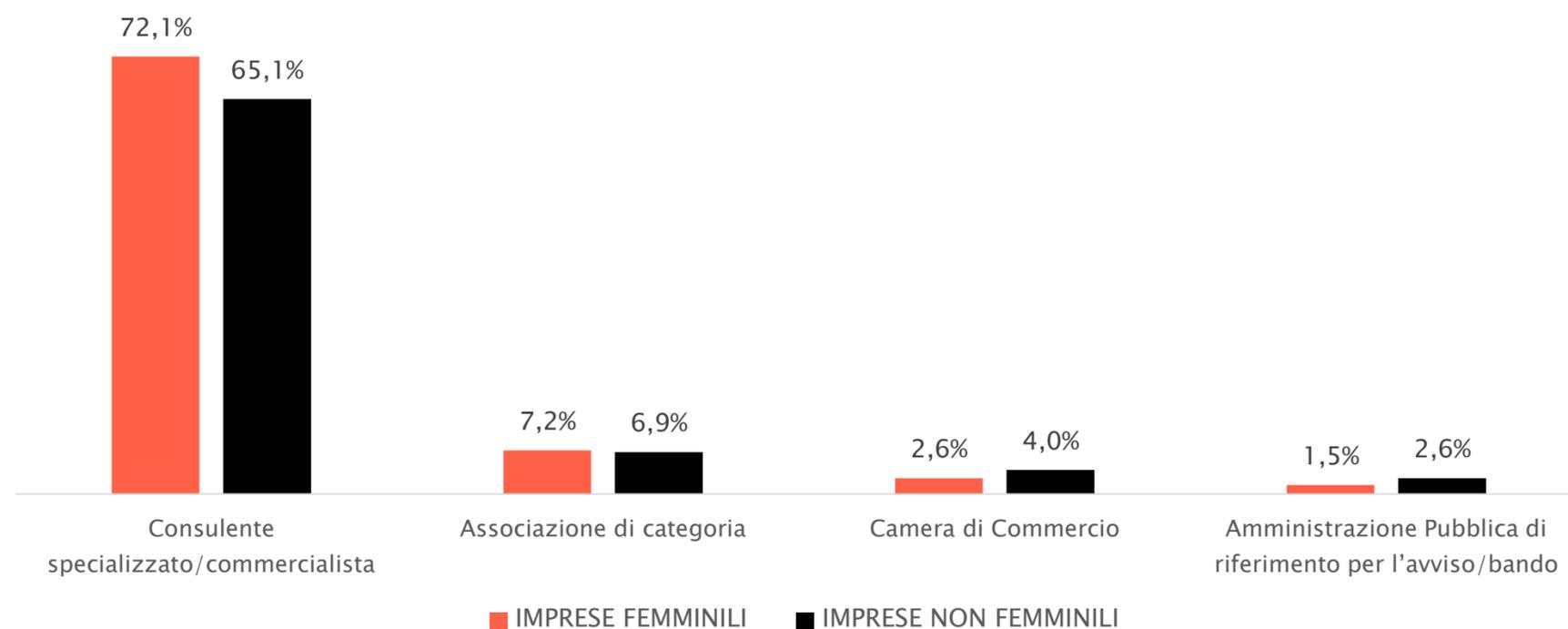
Le imprenditrici si «informano» tramite i consulenti esterni...: lo fanno sei imprese femminili su dieci, cinque su dieci nel caso delle non femminili

... mentre sono meno avvezze a cercare informazioni su internet

# SOGGETTI DI SUPPORTO ALLE ATTIVITA' DI PROGETTAZIONE/RENDICONTAZIONE

FIGURE DI SUPPORTO DI CUI LE IMPRESE SI SONO AVVALSE NELLA PROGETTAZIONE/RENDICONTAZIONE

Valori percentuali sul totale delle imprese che hanno richiesto incentivi, Domanda a risposta multipla

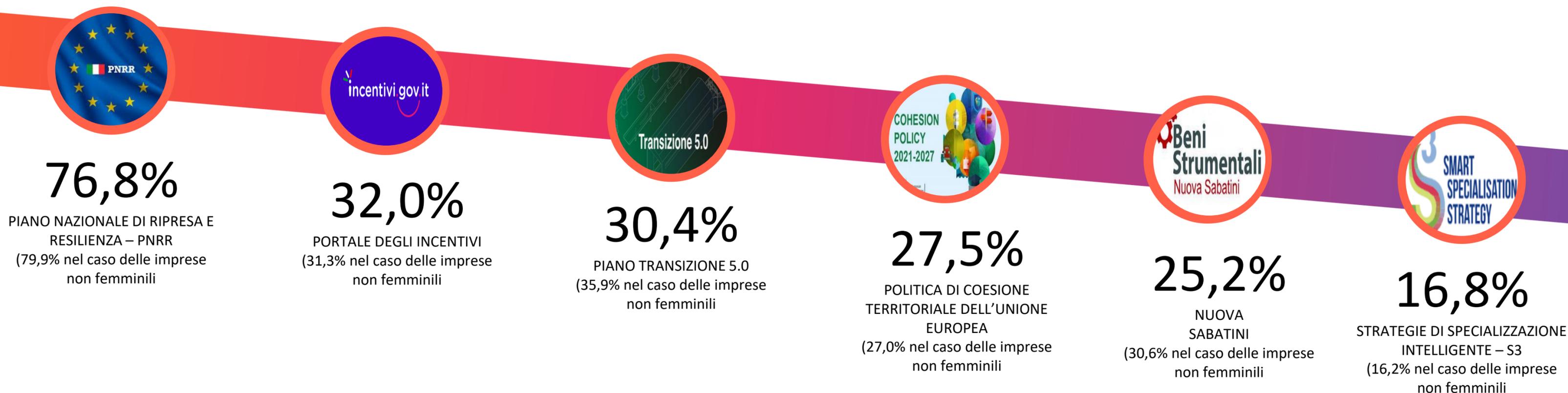


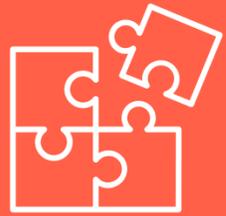
La maggior parte delle imprese - sia femminili che non - si affida principalmente a consulenti specializzati o commercialisti per le attività di progettazione e/o rendicontazione

Limitato il ricorso alle Associazioni di categoria, alle Camere di Commercio o alle Amministrazioni pubbliche, segno di una **forte esternalizzazione delle attività di gestione degli incentivi verso professionisti che spesso affiancano le imprese in tutti gli ambiti della loro attività**

# QUANTE IMPRESE CONOSCONO... ?

IMPRESE E CONOSCENZA DELLE MISURE PUBBLICHE  
Valori percentuali

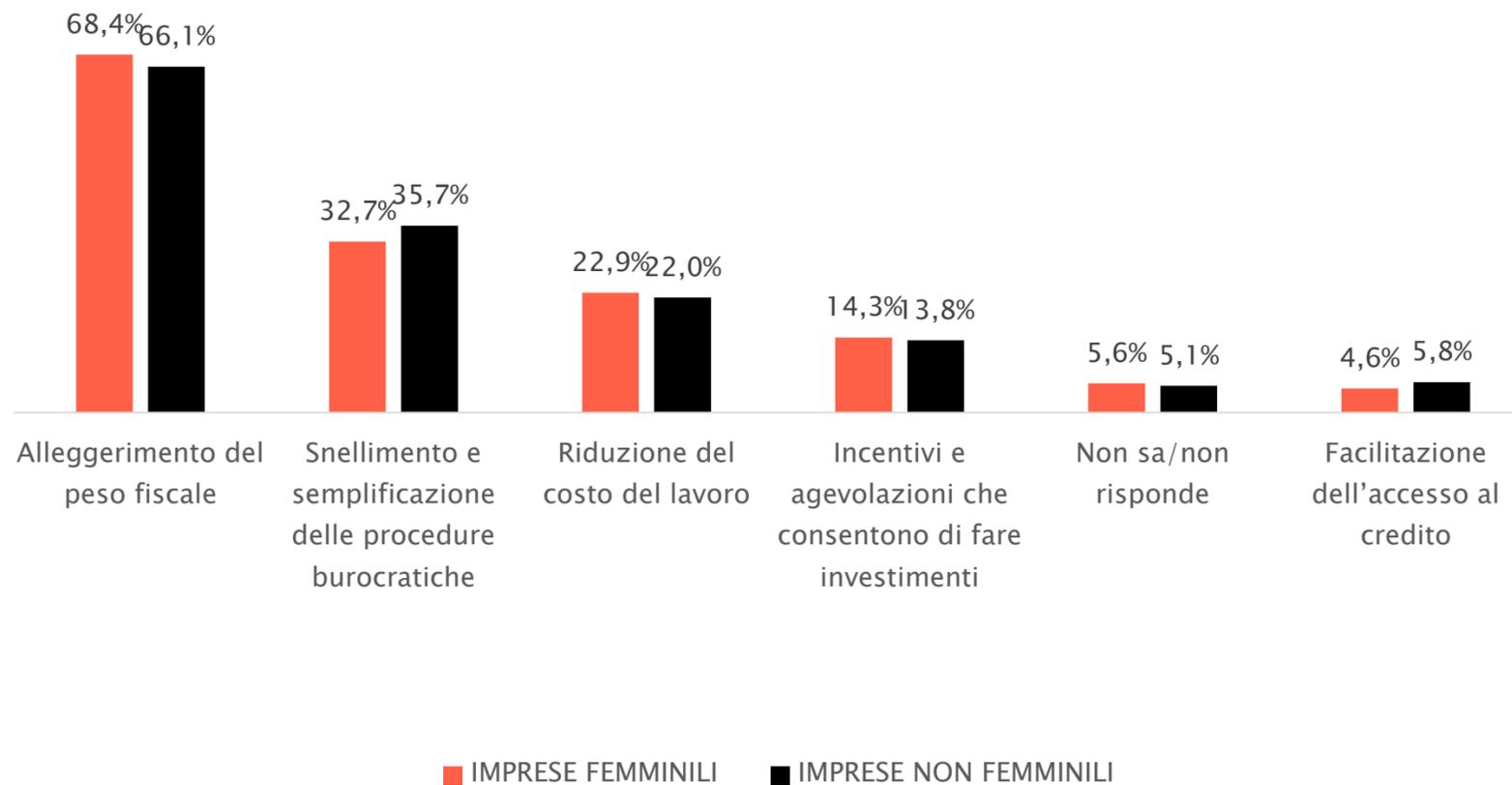




Policy richieste dalle imprese

# COSA CHIEDONO LE IMPRESE? MENO TASSE E PIU' SEMPLIFICAZIONE

POLICY RICHIESTE DALLE IMPRESE  
Valori percentuali, Domanda a risposta multipla



Per migliorare il contesto in cui operano, le imprese – femminili e non – chiedono un **alleggerimento del carico fiscale, una maggiore semplificazione burocratica e una riduzione del costo del lavoro**

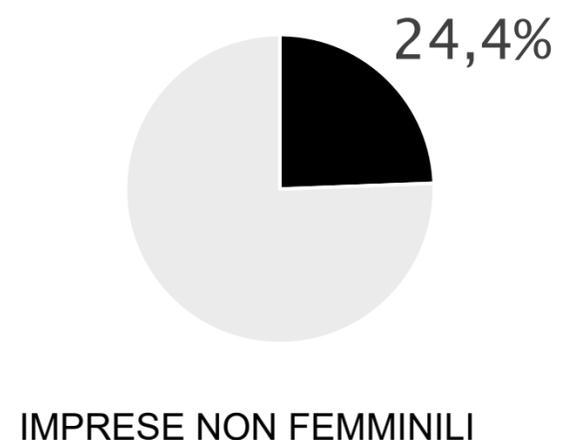
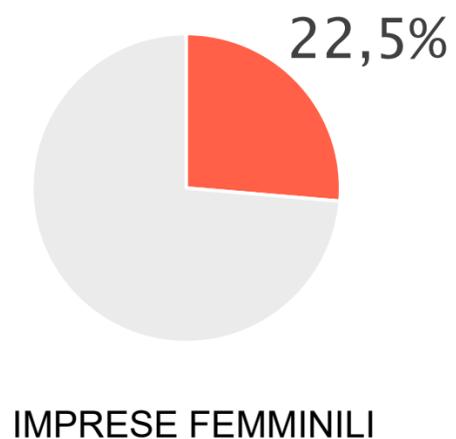
La convergenza tra imprese a conduzione femminile e non su questi temi evidenzia un'esigenza trasversale, che prescinde dal genere, ma incide in maniera determinante sulla sostenibilità e competitività dell'attività d'impresa



## Assunzioni e competenze lavorative

# LE ASSUNZIONI NELLE IMPRESE FEMMINILI

IMPRESE CHE HANNO IN PROGRAMMA DI ASSUMERE NEL 2025  
Valori percentuali

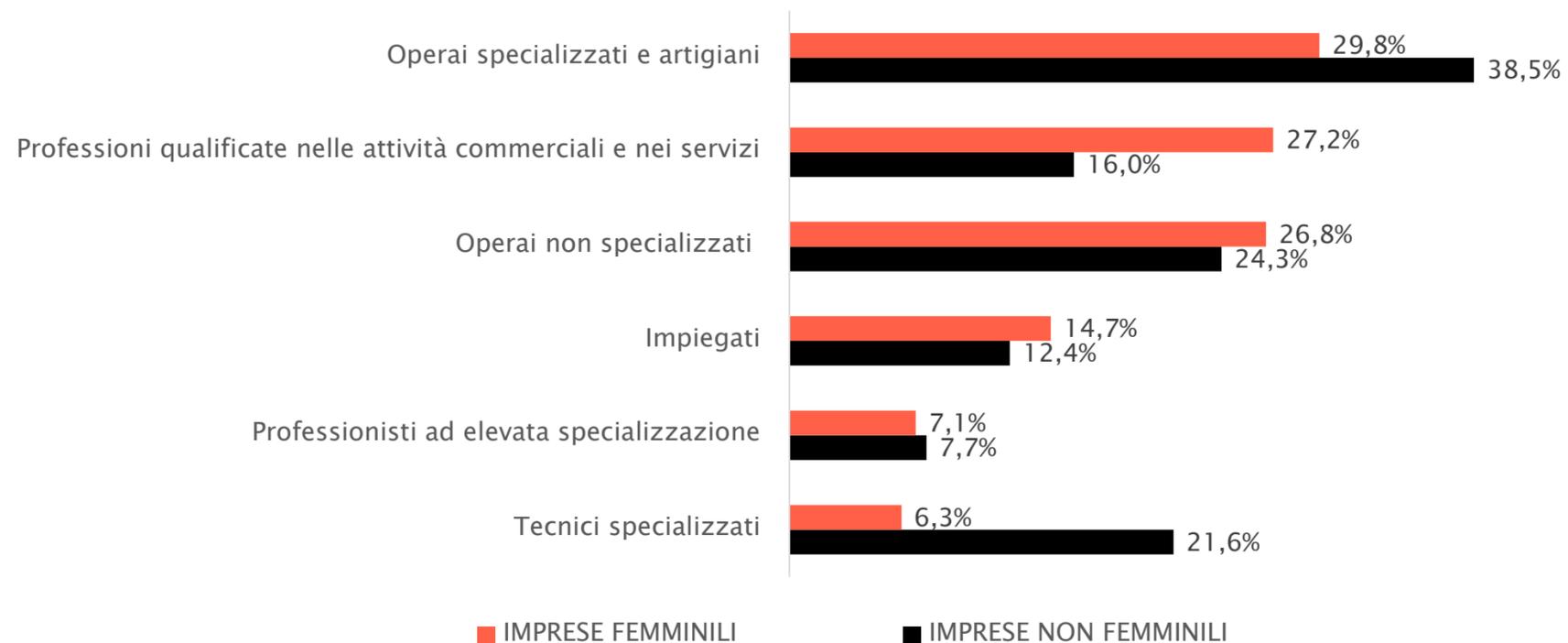


Nel 2025, **il 22,5% delle imprese femminili prevede di effettuare nuove assunzioni**; tra queste, si registra un equilibrio tra chi ricerca candidati con esperienza (10,9%) e chi è disposto ad assumere anche profili senza esperienza pregressa (11,6%)

Dal punto di vista territoriale, le imprese femminili del Mezzogiorno mostrano una propensione all'assunzione (27%) superiore alla media nazionale

# FIGURE PROFESSIONALI RICERCATE

PRINCIPALI FIGURE PROFESSIONALI DI CUI LE IMPRESE AVVERTONO L'ESIGENZA  
Valori percentuali sul totale delle imprese che prevedono assunzioni, Domanda a risposta multipla



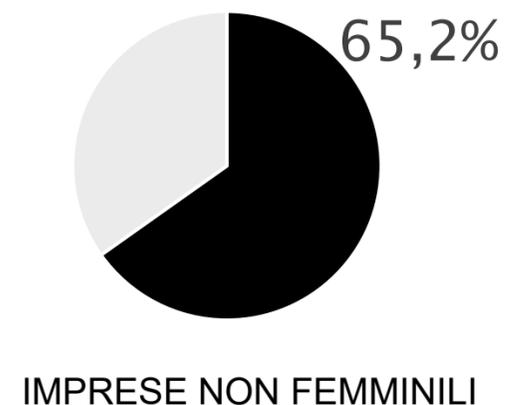
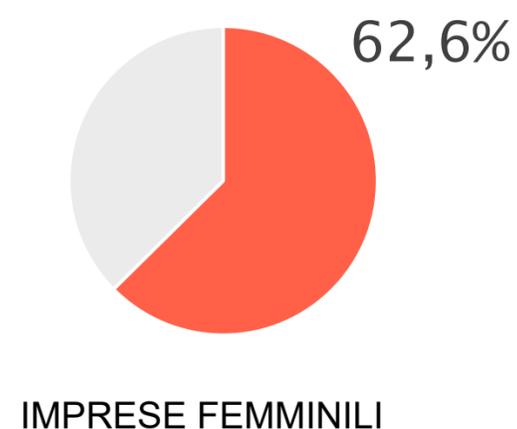
Maggiore richiesta di profili qualificati nelle attività di servizi e commercio all'interno delle imprese femminili (27% vs il 16% delle non femminili) e più tecnicità nelle imprese non femminili (22% contro il 6% delle imprese femminili), in coerenza con la struttura settoriale complessiva dell'imprenditoria femminile

Per entrambe le tipologie di impresa si manifesta un fabbisogno significativo di manodopera operaia, seppur con livelli di qualificazione diversi

Nelle imprese femminili la richiesta di operai specializzati è pari al 30% (contro 39% delle non femminili) e supera quella degli operai non specializzati (27% contro il 24% delle non femminili)

# DIFFICOLTA' NEL REPERIMENTO DELLE COMPETENZE

IMPRESE CHE SEGNALANO DIFFICOLTA' NEL REPERIRE COMPETENZE  
Valori percentuali sul totale delle imprese che prevedono assunzioni

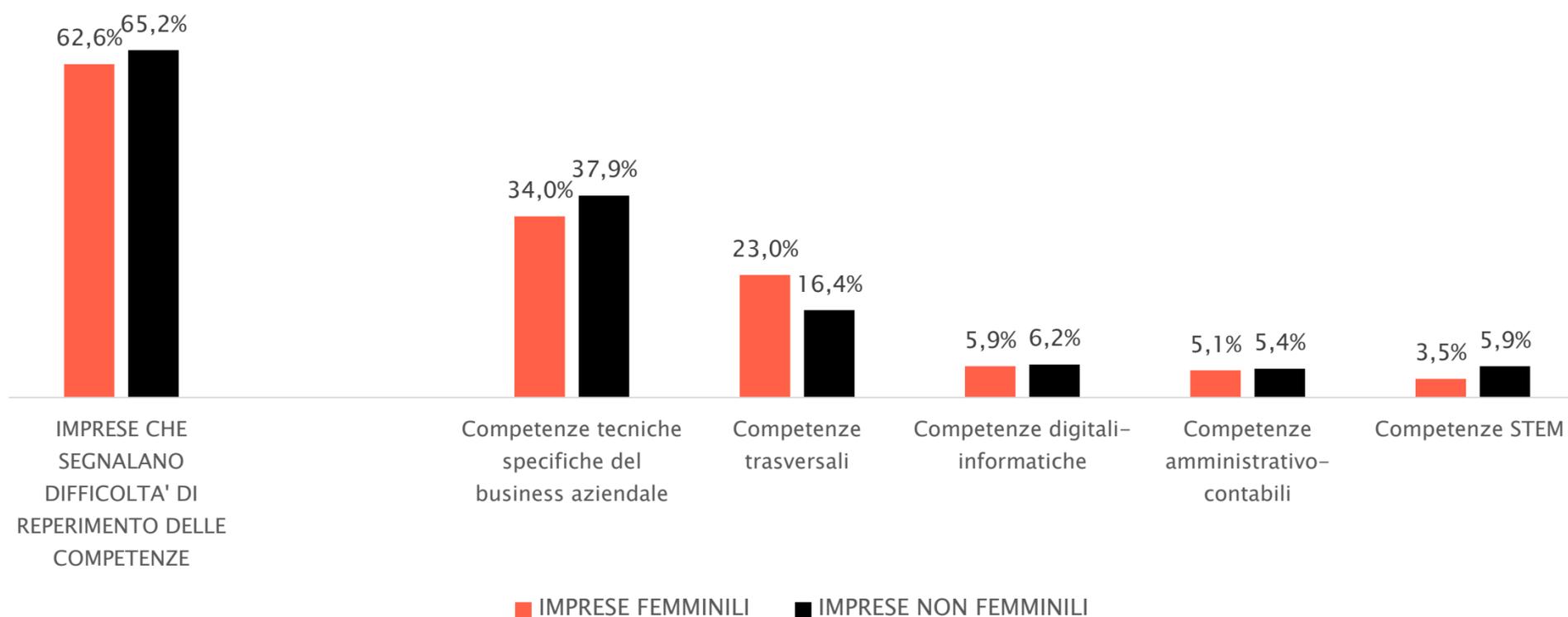


La difficoltà nel reperire le competenze necessarie rimane una criticità significativa per il 62,6% circa delle imprese femminili, una percentuale comunque più bassa rispetto a quella delle imprese non femminili

# LA CARENZA DI COMPETENZE NEL MERCATO DEL LAVORO

## COMPETENZE DI DIFFICILE REPERIMENTO

Valori percentuali sul totale delle imprese che prevedono assunzioni, Domanda a risposta multipla



Le imprese femminili segnalano **difficoltà nel reperire profili con competenze tecniche adeguate**, anche se in misura leggermente inferiore rispetto alle imprese non femminili (34,0% vs 38%)

Criticità riguardano anche le **soft skill, diventate sempre più centrali nei processi di selezione**: quasi un'impresa femminile su quattro segnala difficoltà nel trovarle (16% nel caso delle imprese non femminili)



Capitale di rischio e capitale umano come  
leve per la crescita delle imprese femminili

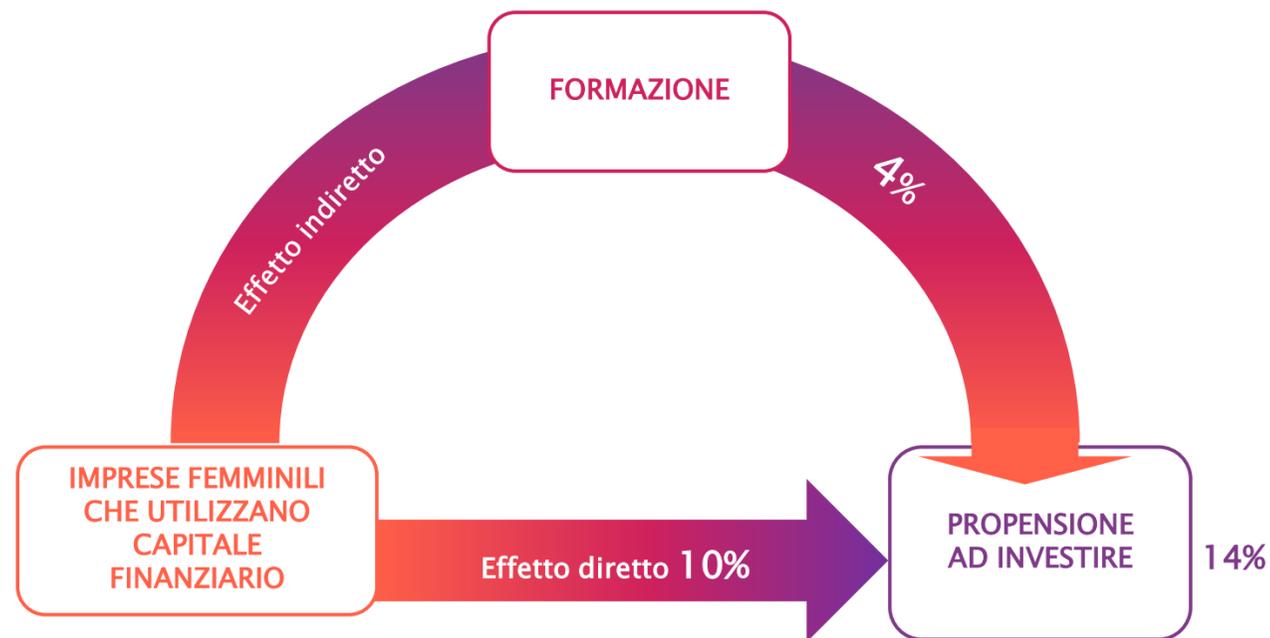
# L'EFFETTO COMBINATO DI FINANZIAMENTI E FORMAZIONE SULLA PRODUTTIVITA' DELLE IMPRESE FEMMINILI



Le **imprese femminili** che utilizzano la leva finanziaria (finanziamenti all'avvio e incentivi pubblici) mostrano, rispetto alle altre imprese femminili, **un livello di produttività del lavoro** (calcolato come rapporto tra valore aggiunto e addetti) **superiore del +33%, che sale al 40% quando è accompagnato da investimenti in formazione in capitale umano**

In questo caso, ad un «effetto diretto» derivante dal capitale finanziario sulla performance aziendale si aggiunge quello «indiretto» della formazione, che incide per circa un quinto sull'aumento della produttività

# CAPITALE FINANZIARIO E UMANO: MOTORI DEGLI INVESTIMENTI AL FEMMINILE



Il capitale finanziario funge anche da *booster* sugli investimenti

Infatti, **le imprese femminili che sfruttano la leva finanziaria** – come finanziamenti all'avvio e incentivi pubblici - **mostrano una probabilità di investire superiore del +10% rispetto alle altre imprese femminili**

Ma, quando le imprese femminili **investono anche in formazione**, la **probabilità di investire aumenta ulteriormente, arrivando al 14%**

Sulla propensione delle imprese femminili agli investimenti intervengono due effetti: uno «diretto» legato al fatto che di per sé il capitale finanziario stimola gli investimenti semplicemente attraverso la disponibilità di risorse e uno «indiretto» legato alla formazione e alla qualificazione del capitale umano, che vi incide per circa un terzo

\* La stima degli effetti (diretto e indiretto) è stata effettuata attraverso una *mediation analysis* (structural equation modelling, Hayes, 2022): variabile dipendente = propensione ad investire; variabile di mediazione corrisponde alla formazione, che indica se l'impresa ha investito in almeno nella formazione; principale variabile indipendente binaria = 1 se l'impresa ha investito nel capitale finanziario (ottenendo finanziamenti all'avvio e incentivi pubblici)

# L'Imprenditoria Femminile in Italia