

Dossier
Imprenditoria femminile

In Italia solo una impresa su cinque è fondata da donne

Identikit. Secondo il rapporto di **Unioncamere** e del **Centro studi Tagliacarne** e **Sicamera** le imprenditrici sono più istruite e hanno più spesso esperienze pregresse anche all'estero rispetto ai colleghi uomini



Se utilizzano incentivi e credito bancario all'avvio delle attività, il livello di produttività cresce del 33%

Monica D'Ascenzo

Fanno le imprenditrici per scelta e non per ripiego, sono più istruite, preferiscono lavorare con altre donne e sono attente al benessere dei collaboratori. È l'identikit disegnato delle aziende guidate da donne messe in luce nel rapporto realizzato da **Unioncamere** con il supporto del **Centro studi Tagliacarne** e **Sicamera**. L'analisi è parte 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.

Certo, non mancano i risvolti negativi: si tratta di imprese meno produttive, più piccole di dimensione e che utilizzano molto il capitale familiare per l'avvio, cosa che limita la propensione a investire e innovare. Caratteristiche, queste, che possono spiegare anche la lenta evoluzione che si è registrata negli ultimi dieci anni: le aziende al femminile sono aumentate solo dello 0,4% dal 2014 a fine dello scorso anno e contano oggi per meno di un'impresa su quattro. C'è da dire, comunque, che dal rapporto emerge che se queste aziende puntano sul capitale finanziario, utilizzando incentivi e credito bancario all'avvio, il loro livello di produttività cresce del 33% e raggiunge un incremento del 40% se a questo si aggiunge anche la formazione.

«È un'imprenditoria matura, istruita, motivata, con una leadership consapevole quella espressa dalle donne in Italia - sottolinea il presidente di **Unioncamere**, **Andrea Prette** - . Un'impresa diffusa, che alimenta anche le economie dei territori più fragili e soggetti a spopolamento, e

quindi una risorsa preziosa che va accompagnata e seguita perché continui a rafforzarsi. Le imprenditrici sono anche molto attente alle opportunità offerte dagli incentivi del sistema pubblico ma, al tempo stesso, chiedono maggiore semplificazione nell'accesso agli stessi. In tal senso, continua ad essere fondamentale la presenza di strumenti e strutture di accompagnamento oltre che di fondi».

Il milione e 300 mila aziende guidate da donne presenti nel nostro Paese lo scorso anno, pari al 22,2% del totale delle imprese italiane, si rivela una leva fondamentale per innalzare la partecipazione femminile al mercato del lavoro. Le donne, infatti, rappresentano oltre la metà dei dipendenti all'interno delle imprese femminili (54% contro il 39% nelle imprese non femminili).

L'universo femminile dell'impresa italiana è contraddistinto da dimensioni aziendali piuttosto piccole: il 96,2% ha meno di 10 addetti, sebbene le "taglie" superiori stiano aumentando. E sconta purtroppo un livello di produttività inferiore del 60% rispetto a quello delle imprese non femminili.

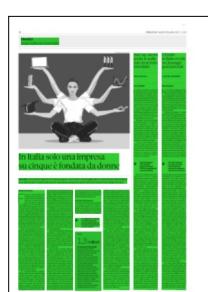
Interessante il ritratto delle imprenditrici, che presentano livelli di istruzione mediamente più alti rispetto ai colleghi uomini (25% delle imprenditrici laureate a fronte del 21% degli imprenditori) e che nell'85% dei casi provengono da un percorso lavorativo precedente al di fuori delle imprese di famiglia. Quando scelgono di mettersi in proprio, lo fanno come percorso di autorealizzazione (nel 37% dei casi) e non come un'alternativa alla mancanza di lavoro dipendente (27%). Questa motivazione genera imprese più orientate alla qualità e alla valorizzazione delle risorse umane. Cosa che emerge anche considerando l'attenzione riservata ai collaboratori: il 28% delle imprese femminili, infatti, adotta misure di conciliazione dei tempi di vita

lavorativa e privata (contro il 22% delle non femminili) e la presenza di una leadership laureata aumenta l'attenzione al welfare fino al 40%.

Fonti di finanziamento

Uno dei tanti dolenti per il comparto è certamente quello del finanziamento delle aziende. Il 74% delle imprese femminili fa ricorso al capitale proprio o familiare per l'avvio. Fatto che, pur generando una maggiore stabilità iniziale, può frenare la propensione delle imprese ad investire in modo strutturato. Se però le capitanerie d'azienda decidono di far ricorso al credito bancario (strada praticata dal 37% delle imprese femminili, in misura analoga a quella delle imprese non femminili), in otto casi su 10 investono (contro il 70% delle imprese femminili che non hanno attivato finanziamenti bancari). Le imprenditrici, inoltre, sono molto propense a chiedere incentivi: il 27% li ha già utilizzati e il 19% ha intenzione di utilizzarli (quote pari al 23% e al 18% nel caso delle non femminili). Le misure più utilizzate? Aiuti regionali e credito d'imposta; il 15% ha utilizzato incentivi gestiti da Invitalia.

Nonostante dimensioni mediamente più contenute, le imprese femminili mostrano una buona propensione ad investire, soprattutto in beni tangibili (macchinari, attrezzature Ict) e ammodernamento organizzativo. Inoltre quelle che utilizzano finanziamenti all'avvio e incentivi pubblici mostrano - come detto -, rispetto alle altre, una maggiore produttività del lavoro (+33%), che sale



ulteriormente (+40%) quando le aziende guidate da donne puntano anche sulla formazione del capitale umano. Inoltre, queste imprese mostrano una probabilità di investire superiore del +10% rispetto alle altre imprese femminili, che diventa del +14% quando si impegnano anche sul fronte della formazione.

A livello geografico emerge che «Roma è la prima provincia italiana per numero di imprese femminili: quasi 100mila (96.421) al 30 settembre 2025; e il tasso di occupazione femminile nella capitale ha raggiunto il 58,5%, valore più alto di sempre» sottolinea Lorenzo Tagliavanti, presidente della Camera di Commercio di Roma.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Start up, ancora poche le realtà nate da un'idea femminile

Innovazione

Greta Ubbiali

In Italia si contano 1.648 start up innovative con una donna sulla tolda di comando. Nonostante siano in crescita sia il numero di laureate sia i livelli occupazionali femminili, la presenza di founder donna nell'ecosistema innovativo nazionale resta al palo. Così solo il 13,6% delle 12.133 società complessivamente iscritte nell'apposita sezione del Registro imprese sono fondate o co-fondate da donne, evidenziando una forte sottorappresentazione nel settore.

Entrando più nel dettaglio, fotografa il report «L'imprenditoria femminile in Italia» di Unioncamere, queste start up operano per la stragrande maggioranza nel comparto dei servizi (quasi l'81%) e sono attente alla sostenibilità. Il 16,6% è infatti ad alto valore tecnologico in ambito energetico mentre il 3,5% sono aziende a vocazione sociale.

Il 19,8% sono imprese giovanili, una percentuale superiore rispetto alle start up innovative non femminili, in un contesto dove le attività con-

trollate da under35 rappresentano un simbolo di rigenerazione economica.

Operano spesso nel comparto dei servizi (quasi l'81%) e sono attente alla sostenibilità

Sul fronte della proprietà intellettuale, il 16,9% è titolare, depositaria o licenziataria di almeno un brevetto - parametro utile per misurare la presenza di donne fra gli inventori e quindi dell'effettiva partecipazione femminile alle attività di innovazione - o titolare di un software. Tra i punti di forza, le imprenditrici mostrano livelli di istruzione mediamente più alti rispetto agli uomini, con una maggiore probabilità quindi di trasformare il sapere in impresa. Tuttavia questo non si traduce automaticamente in iniziative di maggior successo.

Le dinamiche demografiche di queste giovani imprese fanno infatti emergere alcune difficoltà. Fonti di finanziamento e resilienza sono due nodi ancora da sciogliere. Tra gli incentivi offerti dal sistema pubblico, l'1,7% delle start up femminili ha fatto ricorso al bando Smart&Start (gestito da Invitalia) ma, in generale, le donne scontano un divario significativo in termini di supporto sul mercato. Così, per l'avvio di un nuovo progetto, le imprenditrici utilizzano molto il capitale familiare. Questo fattore, pur generando maggiore stabilità iniziale, limita la propensione a innovare.

La fatica nell'attrarre finanziamenti è visibile anche a livello internazionale. Nel 2024 le start up fondate da donne in Europa hanno raccolto 5,76 miliardi di euro, pari a solo il 12% del capitale totale investito dai fondi di venture capital (con un calo del 12% rispetto all'anno precedente) mentre negli Stati Uniti hanno catalizzato 45,3 miliardi di dollari, pari al 22,7% degli investimenti (in flessione del 1,9% sul 2023). Anche la sopravvivenza resta un aspetto critico: a 5 anni dall'avvio c'è un differenziale di 5 punti percentuali nel mantenimento dell'attività tra le start up femminili e le altre imprese, e la forbice si allarga negli anni successivi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Di padre in figlia: novità nei passaggi generazionali

Aziende familiari

Silvia Pagliuca

Non è più un dialogo esclusivo tra padri e figli: ai vertici delle aziende familiari italiane guadagnano spazio le donne. Circa un'impresa su quattro declina al femminile la propria leadership. Un trend sostenuto da una nuova generazione di leader: preparate, con esperienze esterne all'azienda di famiglia e una visione internazionale.

Sempre più spesso, le nuove amministratrici delegate prendono in mano le redini delle imprese, con uno stile basato su ascolto, sostenibilità e cultura del merito. È il caso di Federica Minozzi, ceo di Iris Ceramica Group, che dopo un allontanamento dalla realtà di famiglia è tornata per guidarne l'espansione internazionale e l'innovazione tecnologica. Oppure di Maria Laura Garofalo, che ha trasformato Garofalo Health Care in uno dei principali gruppi sanitari privati italiani, portandolo alla quotazione e ottenendo il Cavallierato al merito del lavoro. E ancora: Francesca Cerruti, che in ab medica ha rotto il modello patriarcale introducendo managerializzazione e parità di genere; Michela Conterno, protagonista del rilancio industriale e dell'in-

Ai vertici sempre più ceo cresciute nelle fabbriche ma con una laurea e esperienze all'estero

ternazionalizzazione dell'azienda di famiglia, la Lati Industria Termoplastici, che oggi è Marchio storico di interesse nazionale; e Gaia Paradisi che, diventata Ceo a soli 27 anni dopo la scomparsa del padre, ha reso l'impresa metalmeccanica fondata dal nonno - la torneria Paradisi - una realtà

partecipativa capace di attrarre talenti. Storie diverse, unite dallo stesso denominatore: tutte hanno dovuto misurarsi con il doppio stereotipo, di genere e di generazione. Essere donne ed essere "figlie di" ha significato affrontare stereotipi radicati da superare con l'unica leva possibile: la competenza. Ma c'è anche un altro modello che continua a farsi strada: la guida condivisa tra fratelli e sorelle. È il caso di Laura Ottaviani che amministra l'argenteria Ottaviani insieme al fratello Marco, portando nel gruppo un imprinting creativo e digitale; Annalisa e Roberto Gandolfi guidano Erreà, marchio internazionale dello sportswear che ha trasformato una bottega sartoriale in un player globale; mentre Roberta e Alessandro Vitrini, impegnati nella managerializzazione di Vitrifrigi, sono l'esempio di come la coppia sorella-fratello possa essere complementare nella gestione dei processi industriali e delle strategie. Sono modelli in cui ruoli e responsabilità sono distribuiti in modo chiaro, sulla base di vocazioni, formazione e obiettivi condivisi. L'obiettivo comune è quello di far crescere le realtà aziendali anche attraverso l'internazionalizzazione.

Non solo, molte delle imprese familiari guidate dalle figlie o dal duo fratello-sorella, hanno intrapreso percorsi strutturati verso la certificazione della parità di genere, promosso l'equilibrio vita-lavoro e una cultura rispettosa e inclusiva. La sfida dei prossimi anni sarà trasformare queste esperienze in un modello diffuso, in cui il passaggio generazionale diventa un'opportunità per creare sviluppo anche attraverso la diversità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I DATI

1,3 milioni

Le imprese al femminile

Sono le imprese italiane fondate da donne, pari al 22,2% del totale, secondo i dati del rapporto realizzato da [Unioncamere](#) con il supporto del [Centro studi Tagliacarne](#) e [Sicamer](#). Lenta l'evoluzione che si è registrata negli ultimi dieci anni: le aziende al femminile sono aumentate solo dello 0,4% dal 2014 a fine dello scorso anno. Si tratta prevalentemente di realtà di dimensioni aziendali piuttosto piccole: il 96,2% ha meno di 10 addetti, sebbene le "taglie" superiori stiano aumentando. E scontano un livello di produttività inferiore del 60% rispetto alle altre imprese.