

UNIONCAMERE GUIDANO IMPRESE PICCOLE E SPESSO NATE DA CAPITALI FAMILIARI

Donne manager, 1,3 milioni di imprese sono diventate rosa

Mediamente attente al welfare e maggiormente istruite

CREDITO BANCARIO

Quelle che vi accedono hanno più propensione agli investimenti

● Fanno le imprenditrici per scelta e non per ripiego, sono più istruite, preferiscono lavorare con altre donne e sono attente al benessere dei propri collaboratori. Sono in tutto 1,3 milioni. Ma di limiti ne hanno tanti: le aziende sono meno produttive, più piccole di dimensione e utilizzano molto il capitale familiare per l'avvio, cosa che limita la propensione ad investire e innovare. Se però puntano sul capitale finanziario (utilizzando incentivi e credito bancario all'avvio), il loro livello di produttività cresce del +33% e raggiunge il +40% se a questo si aggiunge anche la formazione.

Sono alcune delle caratteristiche delle aziende guidate da donne messe in luce nel rapporto [Unioncamere](#) con il supporto del [Centro studi Tagliacarne e Sicamere](#).

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 a Roma ha raggiunto il 58,5%, valore più alto di sempre. In assoluto, però, il tasso di femminilizzazione delle imprese, a Roma come in Italia, è ancora troppo basso: in pratica, un'impresa su 5 è rosa. La presenza delle donne in posizioni apicali è, poi, ancora limitata. Il milione e 300mila aziende guidate da donne presenti nel nostro Paese lo scorso anno (+0,4% rispetto al 2014), pari al 22,2% del totale delle imprese italiane, si rivela una leva fondamentale per innalzare la partecipazione femminile al mercato del lavoro.

Le 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, scelgono di mettersi in proprio come percorso di autorealizzazione (nel 37% dei casi) e non come una 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 imprese maschili), ma la presenza di una leadership laureata aumenta l'attenzione al welfare fino al 40%.

L'universo femminile dell'impresa italiana, contraddistinto da dimensioni aziendali piuttosto piccole (il 96,2% ha meno di 10 addetti, sebbene le «taglie» superiori stiano aumentando), sconta purtroppo un livello di produttività inferiore del 60% rispetto a quello delle imprese non femminili. Il 74% delle imprese femminili fa ricorso al capitale proprio o familiare per l'avvio d'impresa, fattore che, pur generando una maggiore stabilità iniziale, può frenare la propensione

delle imprese ad investire in modo strutturato.

Se però le capitanie 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 8 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. ([Ansa](#))

