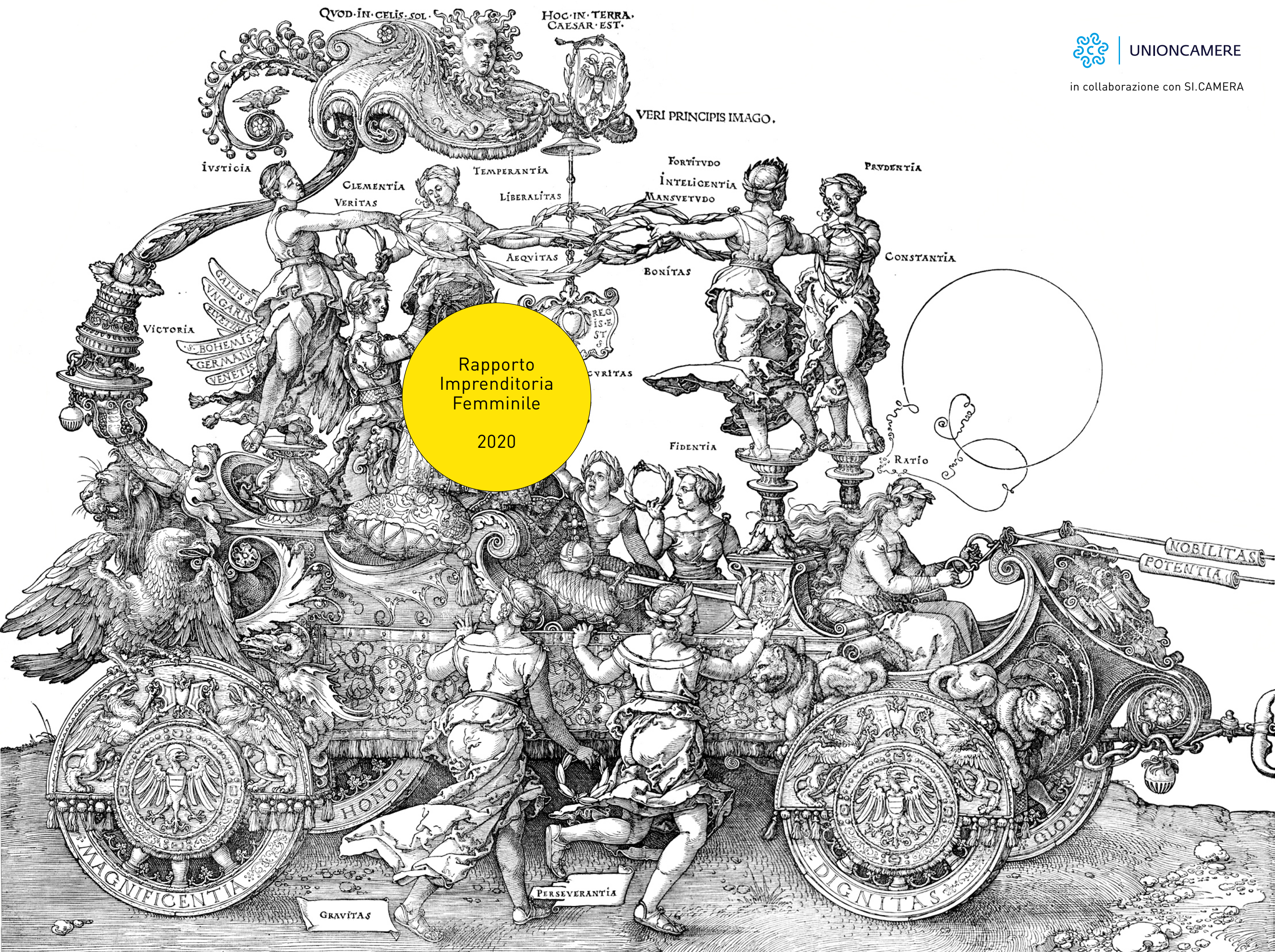




Rapporto
Imprenditoria
Femminile

2020

Il tessuto imprenditoriale italiano vede un'interessante presenza di imprese femminili: al 3° trimestre 2020 sono 1.336.646, pari al 22,0% del totale imprese. Si tratta di una imprenditoria, a confronto con quella non femminile, prevalentemente più piccola di dimensione, più presente nel Mezzogiorno, più giovane, guardando sia agli imprenditori under 35 sia all'età dell'impresa. I settori a maggior presenza di donne sono quelli legati al Wellness, Sanità e assistenza sociale, manifattura Moda, Istruzione e Turismo&Cultura, mentre dal punto di vista geografico le regioni più femminili sono Molise, Basilicata e Abruzzo per il Mezzogiorno, Umbria, Toscana e Marche per il Centro, e Valle d'Aosta per il Nord. Comunque, l'imprenditoria femminile è un capitale imprenditoriale che in realtà viaggia lungo l'intera Penisola, soprattutto da Sud verso Nord: 9,8% è la quota di donne imprenditrici nate nel Mezzogiorno che fanno impresa nel Centro-Nord (per gli uomini il valore è ancora più alto e pari a 12,3%) contro il 4,2% corrispondente alla quota di donne nate nel Centro-Nord che fanno impresa nel Mezzogiorno (per gli uomini 3,3%). Prima dell'arrivo del COVID-19, negli ultimi 5 anni, dal 2014 al 2019, le imprese femminili sono aumentate maggiormente rispetto a quelle maschili: +2,9% (+38.080 in valori assoluti) contro +0,3% (+12.704). L'indagine Unioncamere svolta nel 2019 su un campione di 2.000 imprese (1.000 femminili e 1.000 maschili) evidenzia che non esiste solo un effetto genere sui comportamenti delle imprese, ma anche un effetto generazione. Ciò perché all'interno delle imprese femminili, quelle giovanili, rispetto a quelle non giovanili, mostrano migliori performance sotto tutti i punti di vista: innovano di più, investono di più nel green e nella responsabilità sociale di impresa. Da tale evidenza è emersa la necessità di cogliere un eventuale effetto genere a parità di generazione, confrontando all'interno delle imprese giovanili, quelle femminili rispetto a quelle non femminili. Si scopre che le imprese femminili sono meno digitalizzate (il 19% ha adottato o sta adottando misure di impresa 4.0 rispetto al 25% delle imprese non femminili), vuoi anche per una minore conoscenza delle attuali misure sulla transizione digitale. Al contempo, tuttavia, emerge con forza una significativa attenzione "rosa" alla responsabilità sociale di impresa: le imprese femminili, rispetto a quelle non femminili, sono più green-oriented (31% ha investito nella sostenibilità ambientale consapevole dei rischi legati al cambiamento climatico contro il 26% delle altre imprese); non solo già adottano di più pratiche di welfare aziendale (il 72% delle imprese femminili contro il 67% delle altre imprese), ma lo svilupperanno maggiormente anche nei prossimi tre anni (69% contro 60%).

Uno degli ostacoli più alti per le imprese femminili si chiama credito: è basso il ricorso al credito bancario (solo il 20% delle imprese "rosa"), vuoi anche per un sentimento di scoraggiamento aspettandosi un rifiuto da parte della banca (8% nel caso femminile contro il 4% negli altri casi): e quando le imprese femminili chiedono credito, il credito-crunch è maggiore (sul totale dei casi in cui vi è un ricorso al credito bancario: 8% è la quota di imprese "rosa" in cui il credito erogato non è stato adeguato o la richiesta non è accolta, contro il 4% delle altre imprese). Ciò anche perché il sistema bancario chiede alle imprese femminili maggiori garanzie reali, di terzi, di solidità finanziaria e di crescita economica.

Oltre al credito, le altre difficoltà si chiamano fisco (dichiarata dal 49% delle imprese femminili), burocrazia (37%) e andamento negativo dell'economia (21%). Ed è proprio quest'ultimo a emergere con forza in un momento di recessione economia, quale è quello attuale, causato dalla crisi da COVID-19. Una indagine condotta da Unioncamere nel mese di ottobre (2020) su un campione di 2.000 imprese manifatturiere e dei servizi finalizzata a comprendere l'impatto e le risposte delle imprese alla crisi da COVID-19 evidenzia come oltre la metà delle imprese -senza differenze di genere - (55-56% sia per quelle femminili che maschili) dichiara una riduzione del fatturato nel 2020. Ma le difficoltà riguarderanno la ripresa, perché le imprese femminili mostrano un ritardo di uno-due anni: la quota delle imprese "rosa" che dichiara che ritornerà ai livelli pre-covid nel 2021 è inferiore a quella delle non femminili (29% vs 34%), mentre diventa più alta se ci spostiamo al 2022 (25% vs 19%) o al 2023 (10% vs 7%).

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Dati i gap strutturali sopra evidenziati, di fronte alle criticità dell’attuale crisi, non è un caso che le imprese femminili richiedano maggiormente, rispetto alle altre, misure di sostegno alla liquidità (28% vs 20%), un migliore accesso al credito (9% vs 7%) e aumento della digitalizzazione (5% vs 3%).

Dietro alle difficoltà delle imprese femminili si nasconde un forte potenziale, fatto di una maggiore volontà da parte di esse, rispetto alle altre imprese, di valorizzare le competenze ed esperienze professionali (24% vs 21% la quota imprese guidate dalla voglia di valorizzare le competenze ed esperienze professionali), di una più diffusa presenza di laureati (41% vs 38% la quota di imprese con occupati laureati), di una più intensa relazionalità (3,81 vs 3,58 il numero medio di stakeholder con i quali un’impresa intrattiene rapporti). Un potenziale che però è ancora inespresso, perché come già visto, le imprese femminili fanno meno innovazione (56% vs 59%), sono meno digital-oriented ad export-oriented (9% vs 13% la quota di imprese che operano all’interno delle Catene globali del valore).

Oltre a tramutare in competitività questo già esistente potenziale fatto di tante imprese, è importante non perdere un altro potenziale che rischia di essere mancato: quello della nuova imprenditorialità, perché la crisi da COVID-19 sta impattando notevolmente sulla natalità imprenditoriale, con un accento su quella femminile. Nel semestre aprile-settembre 2020 (che potremmo definire semestre COVID), rispetto allo stesso semestre 2019 (NO-COVID) le iscrizioni delle imprese femminili si sono ridotte di quasi 7 punti percentuali in più rispetto a quelle non femminili (-26,6%, pari a -11.543 in valori assoluti, contro il -20,0%). È emblematico scoprire come negli ultimi sei anni, in ogni trimestre, lo stock delle imprese femminili sia cresciuto più velocemente rispetto a quelle non femminili: solo nel secondo e nel terzo trimestre 2020 le variazioni sono state molto simili (-0,3% e -0,4% nel secondo; -0,3% in entrambi i casi nel terzo). E tutto ciò considerando che le cessazioni hanno segnato una riduzione nel semestre COVID senza particolari differenze di genere (attorno al -30%), verosimilmente effetto delle forti misure di sostegno alle attività economiche. Il tema delle cessazioni non deve essere però sottovalutato, soprattutto pensando alle imprese femminili alla luce della loro minore probabilità di sopravvivenza. Secondo elaborazioni effettuate sulle imprese nate nel 2014, la probabilità di sopravvivenza a 3 anni delle imprese femminili è del 78,0%, più bassa rispetto alle altre imprese di oltre 4 punti percentuali, così come a 5 anni (65,5% nel caso femminile, più bassa di oltre 6 punti percentuali rispetto alle altre imprese). Sostenere la natalità imprenditoriale femminile significa sostenere anche in parte l’innovazione, perché, secondo i più recenti dati di metà novembre, 13 startup innovative su 100 sono “rosa”.

Infine, c’è un altro capitale umano “rosa” che sembra non espletare tutto il suo potenziale: quello legato al mondo della ricerca, perché se la percentuale di donne è praticamente uguale a quella degli uomini tra i dottori di ricerca e assegnisti, con l’avanzare della carriera accademica, a partire dai ricercatori, la presenza femminile diventa minoritaria, e tale divario si amplifica con il salire della qualifica professionale (professore associato e ordinario).

I passi da fare sono molti, oggi ancora di più dovendo fare i conti con una crisi che rischia di accentuare le difficoltà allargando i gap. L’Italia è il paese dell’Unione europea (UE-27) con il tasso di occupazione (15-64 anni) femminile più basso (56,5%) ed il terzo, dopo Malta e Romania, con il divario più elevato tra i tassi di occupazione dei due generi: -18,5 punti percentuali a sfavore delle donne. Pur tuttavia, negli ultimi anni sono stati fatti anche passi in avanti, perché si è assistito in Italia ad una crescita (nel periodo 2015-2019) più intensa del tasso di occupazione femminile rispetto a quello maschile: +2,4 punti percentuali (sopra il +1,8 punti percentuali della media UE) contro +0,9 punti percentuali. In questo quadro l’imprenditorialità femminile svolge un ruolo importante nel sostenere l’occupazione. Il network delle Camere di commercio europee – anche coerentemente agli orientamenti dell’Esecutivo europeo - è in prima fila nella promozione dell’imprenditorialità femminile e della parità di genere con la creazione di reti, la realizzazione di programmi di mentoring e training, l’organizzazione di eventi tematici. Tra le buone pratiche la rete italiana dei Comitati Imprenditoria Femminile presso le Camere di Commercio è un’ iniziativa senza eguali riconosciuta dalle più importanti istituzioni internazionali così come si distingue anche l’Osservatorio Imprenditoria Femminile di Unioncamere - Infocamere , l’ unico strumento che permette la lettura dei dati disaggregati per genere.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche



LE IMPRESE FEMMINILI IN ITALIA: CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE.

SUMMARY

CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE

Donne e impresa: visione di insieme
Settori e territori
Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili
Età e sopravvivenza delle imprese
Start-up innovative
Mobilità geografica delle imprenditrici
Donne nelle società: proprietà e management

SCENARIO COMPETITIVO

Indagine: aspetti metodologici
Motivazioni a fare impresa
Ostacoli e frontiere della competitività
Fonti di finanziamento
Responsabilità sociale d'impresa
Performance e internazionalizzazione

MERCATO DEL LAVORO

Quadro generale
Occupazione in Italia
Occupazione alle dipendenze
Ruolo in famiglia
Donne nella ricerca

COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE

Occupazione
Imprese
Comportamenti delle imprese

DIMENSIONE EUROPEA

Unione Europea e imprenditorialità
Sistema camerale europeo: buone pratiche

Donne e impresa: una visione di insieme.

Come noto l’impresa, in qualità di settore istituzionale dedito alla produzione di beni e servizi, svolge un ruolo cardine ai fini dello sviluppo economico, attorno al quale ruotano tutti gli altri settori istituzionali, quali, in primo luogo, la pubblica amministrazione e le famiglie. Studiare l’imprenditoria significa analizzare quindi alla fonte le caratteristiche economiche di un Paese e le sue traiettorie di crescita economica.

In questa prospettiva, tra le varie forme di imprenditoria che stanno emergendo o si stanno affermando, vi è certamente quella femminile. Oramai il tema “impresa femminile” è sempre più al centro delle agende delle istituzioni internazionali, perché il binomio “competitività-sostenibilità” passa anche dall’imprenditoria rosa¹. Motivo per cui diventa determinante la conoscenza del fenomeno “impresa femminile”, rispetto alla quale sono indispensabili le informazioni statistiche. Non a caso, la Commissione Europea, nel Piano di Azione Imprenditorialità 2020, invita gli Stati membri «a raccogliere dati disaggregati per genere e produrre aggiornamenti annuali sulla situazione delle imprenditrici a livello nazionale»². Così come l’OCSE individua nel potenziamento dell’informazione statistica una delle principali raccomandazioni agli Stati per lo sviluppo della parità di genere nel sistema economico³.

Rispetto a ciò, il sistema camerale italiano, grazie al patrimonio informativo fondato sui dati del Registro delle imprese⁴, e valorizzati dall’Osservatorio dell’imprenditoria femminile, rappresenta una best practice pienamente riconosciuta a livello internazionale⁵.

Entrando più nello specifico, Unioncamere nel 2008 – partendo dalla legge 215/92 e in considerazione delle modifiche legislative intervenute sul libro soci delle società di capitali - ha elaborato un algoritmo per la definizione di impresa femminile all’interno del Registro delle imprese delle Camere di commercio. Si definisce femminile un’impresa la cui partecipazione di genere risulta superiore al 50%, mediando la composizione delle quote di partecipazione e le cariche attribuite.

¹ Come afferma l’OCSE, sostenere l’uguaglianza di genere significa sostenere il benessere e la felicità: «Gender equality is not just about economic empowerment. It is a moral imperative, it is about fairness and equity, and includes many political, social and cultural dimensions. Gender equality, however, is also a key factor in self-reported well-being and happiness across the world.» [OECD, Gender equality in education, employment and entrepreneurship . Final Report to the MCM 2012, 23-24 may 2012, Paris, p.2].

² Commissione europea, Piano d’azione imprenditorialità 2020. Rilanciare lo spirito imprenditoriale in Europa, Bruxelles 2013, p.25.

³ «ensure the collection, production and development of timely and internationally comparable gender-sensitive data and indicators» [OECD, Recommendation of the council on gender equality in education, employment and entrepreneurship, 29-30 may 2013, Paris, p.5].

⁴ L’utilizzo dei dati di registro risponde anche all’invito sottolineato in studi dell’OCSE sul potenziamento dell’informazione statistica attraverso proprio l’utilizzo dei registri amministrativi: «Public policy for women’s entrepreneurship has to be supported by better data. Integrating gender dimension in national business register...» [Piacentini M., Women Entrepreneurs in the OECD: Key Evidence and Policy Challenges, OECD Social, Employment and Migration Working Papers, No. 147, OECD Publishing, 2013, p.26].

⁵ «The Observatory therefore plays a key role in providing information for tailoring and evaluating policy measures, whereas in most other OECD countries it is hard to find such detailed data on the development of women entrepreneurship and the challenges faced.» [OECD, Italy: key issues and policies OECD Studies in SMEs and Entrepreneurship, OECD Publishing, 2014, p.151].

«Compared with most other countries, Italy has a long tradition of tailored programmes at national and regional levels that explicitly target female entrepreneurs. This reflects long-standing concern to increase the country’s female labour market participation rate using female self-employment as one potential lever.» [OECD 2014, op. cit., p.149].

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

In particolare, l’algoritmo formulato, tenendo conto sia delle precedenti definizioni normative sia delle elaborazioni di Unioncamere, prevede che siano qualificate femminili:

- le imprese individuali di cui siano titolari donne ovvero gestite da donne;
- le società di persone in cui la maggioranza dei soci è di genere femminile;
- le società di capitali in cui la maggioranza delle quote di partecipazione sia nella titolarità di donne, ovvero in cui la maggioranza delle cariche sia attribuita a donne, ovvero le imprese in cui la media tra le quote di partecipazione nella titolarità di donne e le quote delle cariche attribuite a donne risulti superiore al 50%;
- le imprese cooperative in cui la maggioranza dei soci sia di genere femminile.

Quindi, grazie alle informazioni del Registro delle imprese delle Camere di commercio è possibile fornire informazioni precise e utili per la migliore definizione delle politiche industriali a favore dello sviluppo imprenditoriale, e quindi economico, del Paese.

A fine 2019, sono oltre 38mila in più le imprese femminili iscritte al Registro delle Camere di commercio rispetto al 2014. Con questo aumento costante, le imprese femminili sono arrivate a 1 milione e 340mila rappresentando il 22% del totale delle imprese⁶.

Al fine fornire le informazioni più utili per le politiche di sviluppo dell’imprenditoria “rosa”, è opportuno entrare all’interno delle sue caratteristiche, a partire dal punto di vista strutturale per arrivare fino ad analizzare i comportamenti delle imprese femminili sulla base dei risultati di un indagine condotta ad hoc e che sarà oggetto dei prossimi capitoli.

Da un punto di vista strutturale, l’imprenditoria rosa si caratterizza per una maggiore concentrazione nel settore dei servizi, dove operano circa i due terzi delle imprese (66,2% per oltre 886 mila) contro solo poco più della metà nel caso delle imprese maschili (55,4%) facendo registrare una dinamica molto positiva. Rispetto al 2014, infatti, le imprese femminili nel settore terziario sono aumentate di oltre 34 mila unità con un aumento percentuale del 4 ben maggiore sia del 2,9 di quelle maschili che del dato complessivo +3,1%.

Così, quello femminile risulta un segmento produttivo meno “industrializzato”, dato che solo 11,3 imprese rosa su 100 operano nell’industria a fronte di quasi 27 su 100 per quelle maschili. In questo caso però, nell’analisi 2014-2019, si osserva che le imprese femminili fanno registrare un aumento di oltre 800 imprese a fronte di una forte diminuzione di quelle maschili (-64.723). Se da un lato il ruolo della donna può contribuire a portare innovazione in un settore più “storico e tradizionale” come quello agricolo⁷ o in molti volti del terziario, dall’altro lato appare importante aiutare ad avvicinare il fare impresa femminile al settore industriale, con particolare riguardo a molti ambiti del manifatturiero, perché significherebbe fare entrare la donna in modalità imprenditoriali più complesse sì, ma dall’alto tasso di crescita tecnologica, innovativa e aziendale, contribuendo a sostenere la forza industriale del nostro Paese.

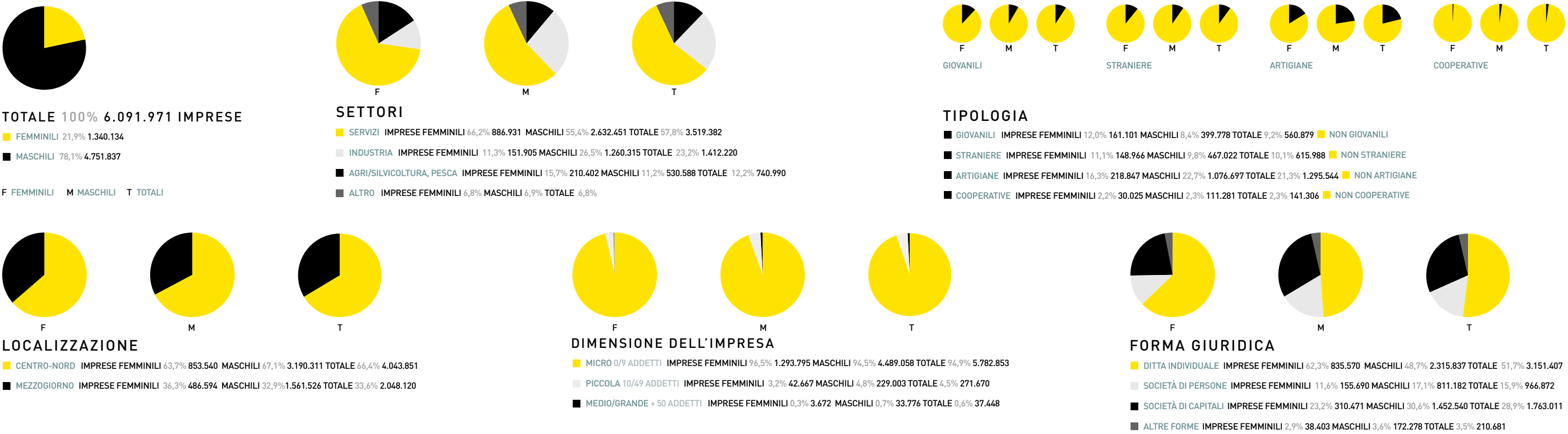
Data anche una minore presenza nel settore industriale, che tuttavia sta crescendo, l’imprenditoria femminile si dimostra un po’ meno “artigiana” di quella maschile, in virtù del fatto che solo circa 16 imprese femminili su 100 sono artigiane (poco meno di 218 mila in valori assoluti), laddove tra quelle maschili lo sono circa 23 su 100. Anche in questo caso però, la dinamica è positiva al contrario di quella maschile. Con un aumento di oltre 2.600 imprese, la quota di imprese femminili a carattere artigiano cresce di oltre un punto percentuale contro una diminuzione di oltre 7 punti per il settore maschile. Anche in questo caso, di fronte ad una generale contrazione dell’artigianato, la presenza femminile rappresenta un importante sostegno ad uno spaccato storico della nostra economia.

⁶ La presente analisi si basa sui dati riferiti al 31 dicembre 2019.
⁷ Si fa presente che sebbene il settore primario inglobi, oltre al comparto agricolo, anche quelli di silvicoltura e pesca, le imprese femminili si concentrano quasi esclusivamente nel primo; tant’è che nel proseguo si parlerà più genericamente di settore agricolo.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Relativamente alla dimensione media delle imprese al femminile, si può certamente notare una spiccata dimensione “micro”. Circa 97 imprese su 100 guidate da donne non hanno oltre i 9 addetti (94,5 su 100 nel caso delle imprese maschili), di cui ben 62,3 su 100 non più di un addetto (poco più di 835 mila) a fronte di un 48,7 per le imprese maschili. Questa tendenza si coglie osservando anche la dinamica nel periodo di osservazione: delle circa 19 mila micro imprese nazionali in più rispetto al 2014, circa 30 mila sono a carattere femminile con un conseguente saldo negativo di quelle maschili di oltre 10mila unità. Questo aspetto sottolinea rilevanti questioni legate al capitalismo molecolare, relativamente ai tanti ostacoli che affrontano le imprese di ridotte dimensioni in termini, ad esempio, di accesso al credito, di investimenti, di internazionalizzazione ecc. Non a caso, i risultati dell’indagine indicano un effetto genere a sfavore delle imprese femminili in tema di credit crunch. Va tuttavia osservato anche una crescita di oltre 3mila unità di imprese medio-grandi (con oltre 50 addetti), che sembra indicare l’avvio di un nuovo approccio della “donna” all’impresa verso modelli aziendali più strutturati. Infatti, le società di capitali condotte da donne sono aumentate di oltre il 28%

L'imprenditoria femminile in Italia, a confronto con quella maschile: una visione di insieme, anno 2019 (valori assoluti e percentuali)



Nota: per i dati sui settori di attività e la classe di anno di iscrizione esiste anche la voce “non classificate” i cui dati non sono riportati.
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

nel 2019 rispetto a cinque anni prima arrivando a rappresentare oltre il 23% delle imprese femminili, mentre le società di persone e le imprese individuali, che restano, comunque, la forma giuridica più diffusa nell’universo imprenditoriale femminile, si stanno progressivamente riducendo. Dal punto di vista territoriale, le imprese femminili si concentrano, rispetto a quelle maschili, maggiormente nel Mezzogiorno (36,3%), che se da un lato potrebbe risentire anche del fattore dell’autoimpiego, dall’altro resta il fato che esiste un tessuto imprenditoriale già esistente sul quale si può intervenire per aumentarne la capacità competitiva, a prescindere dalle ragioni che l’hanno generato. Comunque, negli ultimi anni anche il fare impresa femminile si sta trasformando, perché, con l’oramai eliminazione del gap di istruzione tra i due generi, l’avventura imprenditoriale è vista come un’opportunità a tutti gli effetti di piena affermazione professionale, e non solo come semplice auto-impiego, come confermato anche dai risultati dell’indagine. Dietro a questo mutamento potrebbe in parte celarsi una delle spiegazioni sottostanti la maggiore presenza giovanile tra le imprese femminili: basti pensare che 12 imprese rosa su 100 sono guidate da under 35 a fronte delle circa 8 su 100 se si tratta di imprese maschili⁸. Le giovani imprenditrici con poco più di 161mila unità rappresentano il 12% del totale delle imprenditrici contro una percentuale minore per gli uomini (8,4). Tuttavia nel periodo si verifica un peggioramento della dinamica, con la diminuzione di oltre 16mila imprese femminili giovanili che suggerisce che incentrare politiche per lo sviluppo dell’imprenditoria giovanile è un investimento ancora più necessario per il futuro della crescita economica del nostro Paese. Leggermente più intensa rispetto al caso maschile è la partecipazione straniera (oltre l’11% sono le imprese straniere tra quelle femminili; circa il 10% tra quelle maschili), effetto, come vedremo più avanti, di una forte presenza femminile nei settori ad alta intensità di imprenditorialità straniera, quali il sistema moda e il commercio. Sono circa 149mila le imprenditrici straniere, aumentate di oltre 27mila unità rispetto al 2014.

Dinamica delle imprese femminili 2014-2019 a confronto con quella maschile (valori assoluti)

	IMPRESE FEMMINILI		IMPRESE MASCHILI		TOTALE	
	VALORI ASSOLUTI	%	VALORI ASSOLUTI	%		%
Agricoltura, silvicoltura e pesca	-9.588	-4,4	-15.678	-2,9	-25.266	-3,3
Industria	806	0,5	-64.723	-4,1	-63.917	-4,3
Servizi	34.464	4,0	72.967	2,9	107.431	3,1
Micro (0-9 add.)	29.886	2,4	-10.719	-0,2	19.167	0,3
Piccola (10-49 add.)	7.649	21,8	20.042	9,6	27.691	11,3
Medio-grande (50 add. e oltre)	545	17,4	3.381	11,1	3.926	11,7
Ditta individuale	-11.159	-1,3	-96.395	-4,0	-107.554	-3,3
Società di persone	-20.859	-11,8	-100.065	-11,0	-120.924	-11,1
Società di capitali	68.030	28,1	207.967	16,7	275.997	18,6
Altre forme	2.068	5,7	1.197	0,7	3.265	1,6

	IMPRESE FEMMINILI		IMPRESE MASCHILI		TOTALE	
	VALORI ASSOLUTI	%	VALORI ASSOLUTI	%		%
Centro-Nord	19.040	2,3	-28.395	-0,9	9.355	0,2
Mezzogiorno	19.040	4,1	41.099	2,7	60.139	3,0
Giovanili	-16.609	-9,3	-62.123	-13,4	-78.732	-12,3
Straniere	27.569	22,7	63.745	15,8	91.314	17,4
Artigiane	2.642	1,2	-89.059	-7,6	-86.417	-6,3
Cooperative	454	1,5	-2.248	-2,0	-1.794	-1,3
TOTALE	38.080	2,9	12.704	0,3	50.784	0,8

⁸ La definizione di imprese giovanili si basa sulla stessa logica dell’algoritmo di definizione di imprese femminili, con la sola sostituzione della variabile “genere” con quella di “età”.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

I settori di attività economica e i territori.

L'approfondimento nello specifico dettaglio settoriale consente di cogliere alcune specificità dell'imprenditoria femminile che non emergerebbero facilmente da un'osservazione di più alto rilievo che si limiti ai macro-settori di attività. L'analisi settoriale consente, inoltre, lo studio di politiche specifiche per colmare il gender gap in quei comparti dove sono meno diffuse le imprese rosa ma che sono di rilevante importanza per il progresso economico. Contestualmente consente di indirizzare in maniera più specifica i possibili interventi di supporto alle donne imprenditrici sulla base delle caratteristiche dei settori in cui sono maggiormente presenti.

Imprese femminili e maschili per settore di attività economica, anno 2019 (valori assoluti e percentuali)

	IMPRESE FEMMINILI		IMPRESE MASCHILI		TOTALE
	VALORI ASSOLUTI	%	VALORI ASSOLUTI	%	
Agricoltura, silvicoltura e pesca	210.402	28,4	530.588	71,6	740.990
Industria	152.905	10,8	1.260.315	89,2	1.412.220
Industria in senso stretto	98.554	16,8	486.369	83,2	584.923
- industria manifatturiera	95.388	17,2	460.800	82,8	556.188
Alimentare, bevande e tabacco	15.664	22,1	55.155	77,9	70.819
Tessile, abbigliamento, pelli e calzature	34.577	36,3	60.633	63,7	95.212
Legno e mobilio	5.432	9,0	54.847	91,0	60.279
Carta e stampa	4.466	17,7	20.753	82,3	25.219
Chimica, farmaceutica e petrolifero	3.435	15,1	19.369	84,9	22.804
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	3.967	14,3	23.715	85,7	27.804
Metalmeccanica	14.814	9,7	138.421	90,3	153.235
Elettrotecnica e strumentazione di precisione	3.223	12,8	21.867	87,2	25.090
Altre industrie manifatturiere	9.810	12,9	65.040	87,1	75.850
- altre industrie in senso stretto	3.166	11,0	25.269	89,0	28.735
Costruzioni	53.351	6,4	773.946	93,6	827.297

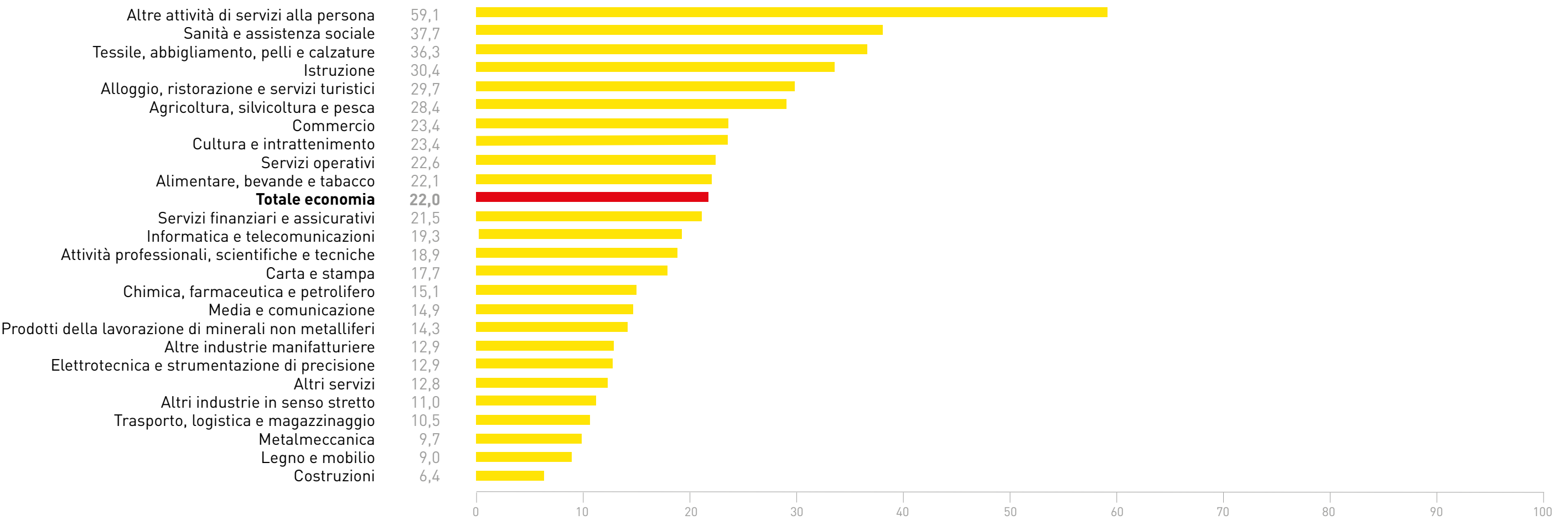
* il totale comprende anche le imprese non classificate
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

	IMPRESE FEMMINILI		IMPRESE MASCHILI		TOTALE
	VALORI ASSOLUTI	%	VALORI ASSOLUTI	%	
Servizi	886.931	25,2	2.632.451	74,8	3.519.382
Commercio	353.955	23,4	1.157.037	76,6	1.510.992
Trasporto, logistica e magazzinaggio	17.526	10,5	150.122	89,5	167.638
Alloggio, ristorazione e servizi turistici	141.567	29,7	334.577	70,3	476.144
Media e comunicazione	4.064	14,9	23.189	85,1	27.253
Informatica e telecomunicazioni	21.475	19,3	89.877	80,7	111.352
Servizi finanziari e assicurativi	27.247	21,5	99.672	78,5	126.919
Servizi operativi	108.543	22,6	371.058	77,4	479.601
Attività professionali, scientifiche e tecniche	41.087	18,9	176.381	81,1	217.468
Sanità e assistenza sociale	16.721	37,7	27.647	62,3	44.368
Istruzione	9.641	30,4	22.042	69,6	31.683
Cultura e intrattenimento	18.346	23,4	59.914	76,6	78.260
Altre attività di servizi alla persona	121.250	59,1	83.900	40,9	205.150
Altri servizi	5.509	12,9	37.045	87,1	42.554
TOTALE*	1.340.134	22,0	4.751.837	78,0	6.091.971

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Osservando la distribuzione del tasso di femminilizzazione - corrispondente alla quota delle imprese femminili sul totale imprese di settore – nei vari settori sono diversi gli aspetti degni di nota. Il settore più “rosa” è quello degli “altri servizi alla persona”, dove quasi 60 imprese su 100 sono guidate da donne (oltre 121 mila in valori assoluti). Alla “sanità e assistenza sociale” (servizi per anziani, asili nido, centri di medicina estetica, ecc.) fa capo la seconda quota di imprese femminili in ordine di incidenza, pari al 37,7% (poco meno di 17 mila in assoluto), a dimostrare che è stata verosimilmente l’evoluzione storica dei servizi sociali e la successiva espansione del welfare a favorire l’incontro tra un’offerta in costante aumento e un’analoga domanda da parte delle donne. Un welfare che spesso trova nell’imprenditoria femminile anche una carica innovativa dei servizi offerti⁹.

Graduatoria settoriale secondo la quota di imprese femminili sul totale imprese del settore, anno 2019 (valori percentuali)

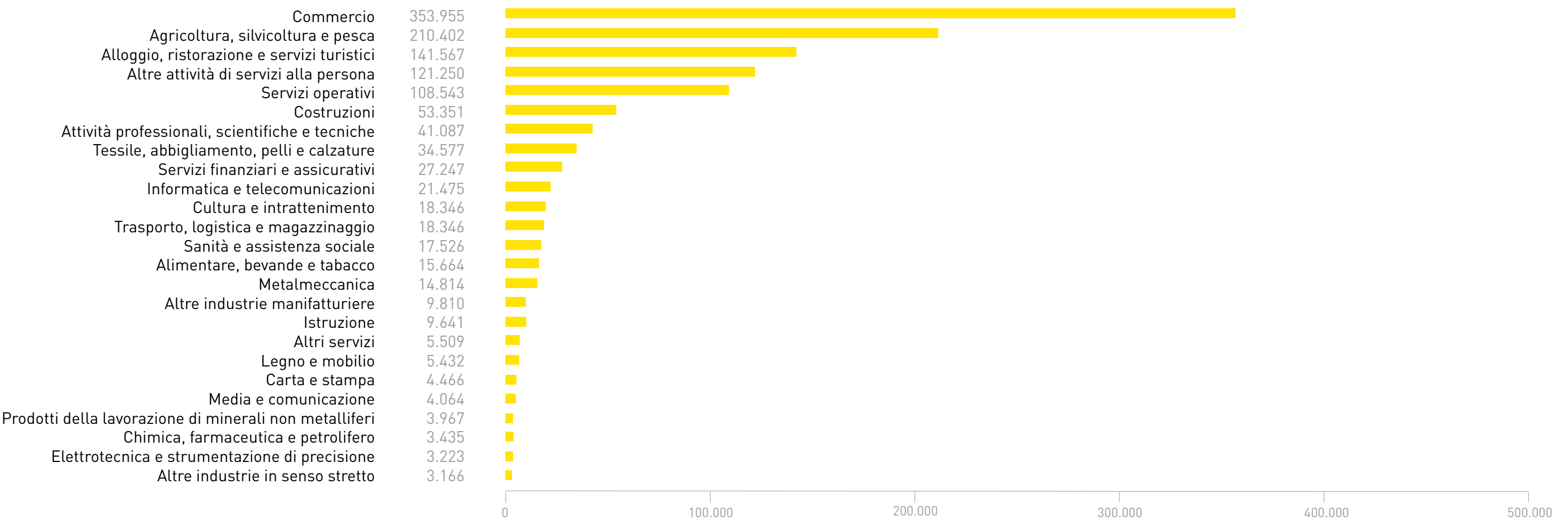


⁹ Il Global Entrepreneurship and Developmet Istitute individua proprio nell’imprenditorialità femminile quella duplice funzione di “innovative drive” da un lato e di “welfare” dall’altro: «Through their entrepreneurial activities, high potential female entrepreneurs improve their economic welfare, and contribute to the economy and social fabric of society through job creation, innovative products, processes, and services, and cross-border trade» (GEDI The Global Entrepreneurship and Development Institute, The 2015 Female Entrepreneurship Index, 2014, p.6).

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Un altro settore che rappresenta storicamente un terreno molto fertile rispetto alle attitudini del genere femminile è quello del sistema moda (tessile, abbigliamento, pelli e calzature), un altro ambito dove tradizioni e attitudini del genere femminile trovano piena espressione, e in cui, più di qualsiasi altro settore, il genere femminile si incontra con l’artigianalità: in totale, più di un terzo delle imprese che operano nel sistema moda sono guidate da donne (36,3%), oltre 34 mila in valori assoluti. Di rilievo è anche la presenza del genere rosa nel settore dell’istruzione, che in parte lambisce la dimensione sociale dell’imprenditoria rosa: in tale settore sono circa 30 su 100 le imprese femminili, più di 9 mila in termini assoluti.

Graduatoria settoriale secondo la numerosità di imprese femminili, anno 2019 (valori assoluti)



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme	Indagine: aspetti metodologici	Quadro generale	Occupazione	Unione Europea e imprenditorialità
	Settori e territori	Motivazioni a fare impresa	Occupazione in Italia	Imprese	Sistema camerale europeo: buone pratiche
	Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili	Ostacoli e frontiere della competitività	Occupazione alle dipendenze	Comportamenti delle imprese	
	Età e sopravvivenza delle imprese	Fonti di finanziamento	Ruolo in famiglia		
	Start-up innovative	Responsabilità sociale d’impresa	Donne nella ricerca		
	Mobilità geografica delle imprenditrici	Performance e internazionalizzazione			
	Donne nelle società: proprietà e management				

Dinamica delle imprese femminili 2014-2019 per settore a confronto con quella maschile (valori assoluti)

	VARIAZIONI 2014-2019					
	FEMMINILI	%	MASCHILI	%	TOTALE	%
Agricoltura, silvicoltura e pesca	-9.588	-4,4	-15.678	-2,9	-25.266	-3,3
Industria	806	0,5	-64.723	-4,9	-63.917	-4,3
Industria in senso stretto	-1.183	-1,2	-28.287	-5,5	-29.470	-4,8
- industria manifatturiera	-1.596	-1,6	-30.203	-6,2	-31.799	-5,4
Alimentare, bevande e tabacco	961	6,5	660	1,2	1.621	2,3
Tessile, abbigliamento, pelli e calzature	-1.731	-4,8	-5.106	-7,8	-6.837	-6,7
Legno e mobilio	-373	-6,4	-7.972	-12,7	-8.345	-12,2
Carta e stampa	-200	-4,3	-2.049	-9,0	-2.249	-8,2
Chimica, farmaceutica e petrolifero	4	0,1	-835	-4,1	-831	-3,5
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	-325	-7,6	-2.435	-9,3	-2.760	-9,1
Metalmeccanica	274	1,9	-11.376	-7,6	-11.102	-6,8
Elettrotecnica e strumentazione di precisione	-488	-13,2	-3.292	-13,1	-3.780	-13,1
Altre industrie manifatturiere	282	3,0	2.202	3,4	2.484	3,4
- altre industrie in senso stretto	413	15,0	1.916	8,1	2.329	8,8
Costruzioni	1.989	3,9	-36.436	-4,5	-34.447	-4,0

	VARIAZIONI 2014-2019					
	FEMMINILI	%	MASCHILI	%	TOTALE	%
Servizi	34.464	4,0	72.967	2,9	107.431	3,1
Commercio	-17.629	-4,7	-20.118	-1,7	-37.747	-2,4
Trasporto, logistica e magazzinaggio	1.220	7,5	-6.098	-3,9	-4.878	-2,8
Alloggio, ristorazione e servizi turistici	13.343	10,4	27.094	8,8	40.437	9,3
Media e comunicazione	44	1,1	123	0,5	167	0,6
Informatica e telecomunicazioni	1.788	9,1	7.309	8,9	9.097	8,9
Servizi finanziari e assicurativi	1.621	6,3	4.969	5,2	6.590	5,5
Servizi operativi	11.596	12,0	27.117	7,9	38.713	8,8
Attività professionali, scientifiche e tecniche	6.093	17,4	15.056	9,3	21.149	10,8
Sanità e assistenza sociale	2.419	16,9	4.605	20,0	7.024	18,8
Istruzione	1.453	17,7	2.520	12,9	3.973	14,3
Cultura e intrattenimento	1.663	10,0	6.393	11,9	8.056	11,5
Altre attività di servizi alla persona	10.040	9,0	5.616	7,2	15.656	8,3
Altri servizi	813	17,3	-1.619	-4,2	-806	-1,9
TOTALE*	38.080	2,9	12.704	0,3	50.784	0,8

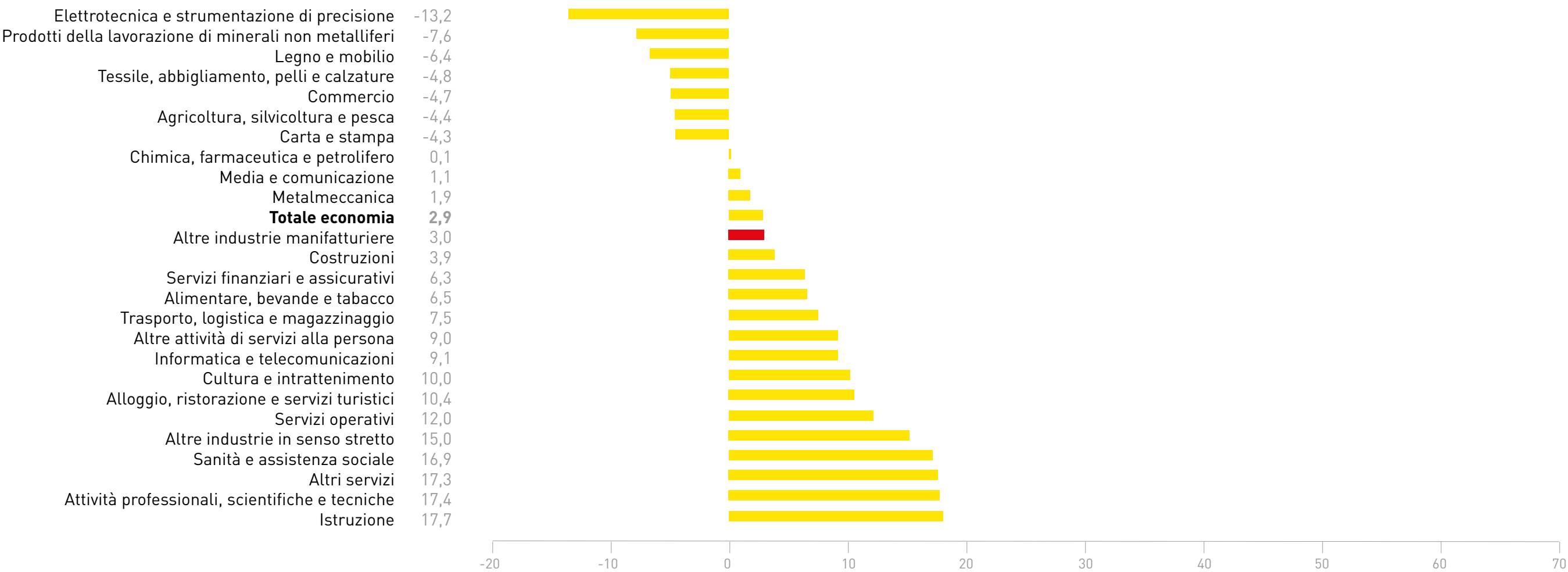
* Il totale comprende anche le imprese non classificate.
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Spostando l’analisi sulla dinamica osservando la variazione del numero delle imprese tra il 2014 e il 2019, le crescite più consistenti, però, spettano, oltre alle attività sopracitate, alle attività di alloggio e ristorazione (+13.343), e ai cosiddetti servizi operativi (+11.596). Ma l’esercito delle donne d’impresa allarga sempre di più le proprie maglie anche in settori tradizionalmente legati alla presenza maschile: quello delle attività professionali, scientifiche e tecniche (oltre 6.000 imprese femminili in più), l’informatica, le telecomunicazioni e i servizi finanziari e assicurativi con oltre 1.700 imprese rosa in più. Segnali che confermano un cambio di rotta della nuova imprenditorialità femminile verso settori a più alto contenuto scientifico. In termini di crescita percentuale, invece, troviamo in prima posizione il settore istruzione con +17,7%. Significativa appare la presenza di donne imprenditrici nel settore agricolo (28,4% la quota di imprese rosa). Turismo e agricoltura sono due settori che, pur tradizionali, stanno vivendo un processo di profonda trasformazione innovativa (green, tecnologie, ecc.), nell’ambito dei quali il ruolo delle donne potrebbe essere di grande peso grazie alla loro capacità di diversificazione e di innovazione, riuscendo a coniugare la tradizione e il recupero dei vecchi saperi con le nuove tecnologie. Infine, tra i settori con il tasso di femminilizzazione superiore alla media generale rientra anche quello del commercio, degno di nota non tanto per una quota di imprese femminili al proprio interno (23,4% sul totale imprese del settore), quanto per la numerosità, assommando ben 354 mila imprese rosa (quasi il 30% di tutte le imprese femminili). Il saldo del settore del commercio tuttavia risulta essere il più negativo, -17.629 unità rispetto al 2014. Come è facilmente desumibile, i settori più femminili sono quelli più tradizionali e a minore intensità di capitale, considerando che nei settori più avanzati, che siano manifatturieri o dei servizi, i tassi di femminilizzazione imprenditoriale sono piuttosto bassi o comunque non superiori alla media generale. Si pensi, ad esempio, che nei servizi più legati al digitale (media e comunicazione unitamente ad informatica e telecomunicazioni), le imprese femminili rappresentano il 18,4% del totale imprenditoriale di settore, una quota al di sotto della media generale riferita al complesso dell’economia (22%). Un fenomeno in parte spiegabile anche con il gap tra l’istruzione femminile rispetto a quella maschile che solo negli ultimi anni si è annullato: tant’è che, come vedremo meglio più avanti, negli ultimi anni anche le donne sono attori del processo di digitalizzazione dell’economia, dato il forte incremento di imprese femminili nei settori dell’ICT.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

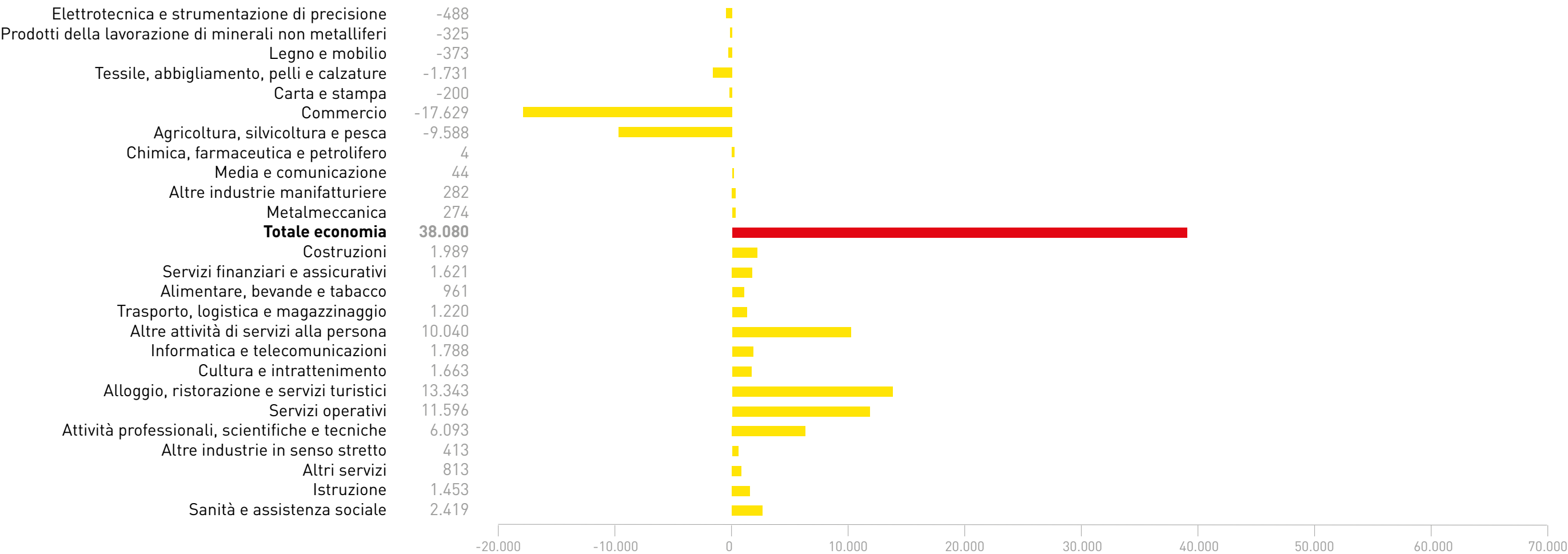
Graduatoria settoriale secondo la variazione 2014-2019 di imprese femminili sul totale imprese del settore (valori percentuali)



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

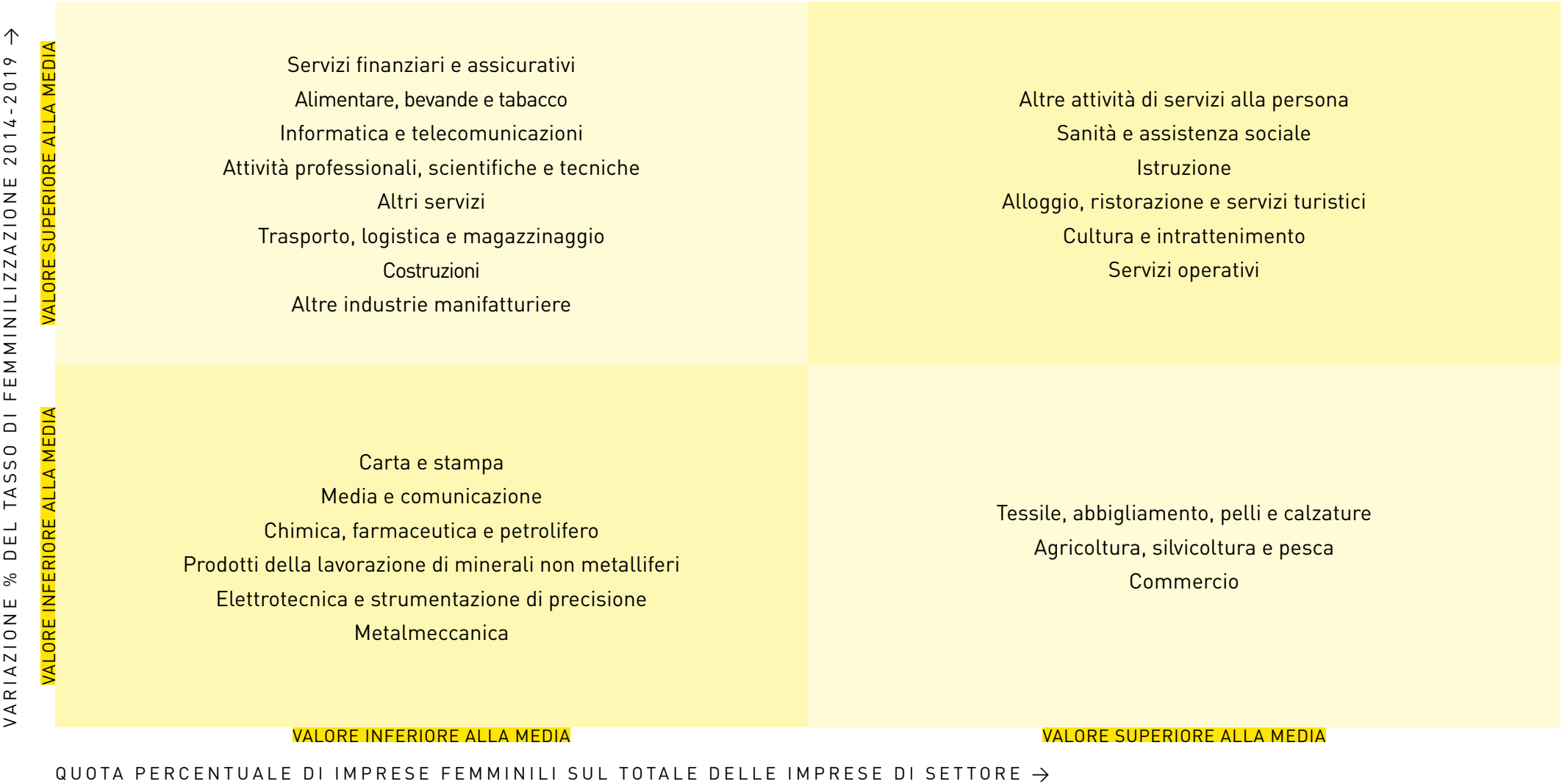
Graduatoria settoriale secondo la variazione 2014-2019 di imprese femminili sul totale imprese del settore (valori assoluti)



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme	Indagine: aspetti metodologici	Quadro generale	Occupazione	Unione Europea e imprenditorialità
	Settori e territori	Motivazioni a fare impresa	Occupazione in Italia	Imprese	Sistema camerale europeo: buone pratiche
	Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili	Ostacoli e frontiere della competitività	Occupazione alle dipendenze	Comportamenti delle imprese	
	Età e sopravvivenza delle imprese	Fonti di finanziamento	Ruolo in famiglia		
	Start-up innovative	Responsabilità sociale d’impresa	Donne nella ricerca		
	Mobilità geografica delle imprenditrici	Performance e internazionalizzazione			
	Donne nelle società: proprietà e management				

Suddivisione dei settori secondo il tasso di femminilizzazione 2014 e la variazione percentuale 2014-2019



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Analizzando i settori incrociati con la dimensione d’impresa si può sottolineare con più esattezza la caratteristica “micro” dell’imprenditoria femminile, perché anche a parità di settore le imprese femminili si dimostrano meno strutturate. Basti pensare che in quasi tutti i settori di attività le imprese femminili sono maggiormente concentrate nella classe 0-9 addetti rispetto a quanto accade per quelle maschili, le quali, viceversa, presentano concentrazioni più elevate nelle classi della piccola (10-49 addetti) e medio-grande impresa (50 addetti e oltre). Gli unici settori dove tale fenomeno non accade sono quelli del legno mobilio, metalmeccanica, costruzioni, trasporto logistica e magazzinaggio.

Imprese femminili e maschili per settore di attività economica secondo alcune caratteristiche di dimensione aziendale e forma giuridica, anno 2019 (valori assoluti e %)

	VALORI ASSOLUTI		INCIDENZA PERCENTUALE SUI CORRISPONDENTI TOTALI DELLE IMPRESE			
			IMPRESE 0-9 ADDETTI		DITTA INDIVIDUALE	
	FEMMINILI	MASCHILI	FEMMINILI	MASCHILI	FEMMINILI	MASCHILI
Agricoltura, silvicoltura e pesca	210.402	530.588	99,1	97,9	92,9	82,9
Industria	151.905	1.260.315	90,4	91,5	43,3	49,3
Industria in senso stretto	98.554	486.369	88,0	83,6	51,3	35,2
- industria manifatturiera	95.388	460.800	87,9	83,4	52,1	36,4
Alimentare, bevande e tabacco	15.664	55.155	92,1	85,4	54,6	34,3
Tessile, abbigliamento, pelli e calzature	34.577	60.633	89,2	79,7	70,2	36,2
Legno e mobilio	5.432	54.847	88,1	89,7	36,0	45,7
Carta e stampa	4.466	20.753	90,3	85,0	43,1	27,7
Chimica, farmaceutica e petrolifero	3.435	19.369	80,1	69,7	26,9	11,9
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	3.967	23.715	92,1	86,6	44,6	31,1
Metalmeccanica	14.814	138.421	77,6	79,3	22,4	32,1
Elettrotecnica e strumentazione di precisione	3.223	21.867	83,2	79,2	35,0	18,8
Altre industrie manifatturiere	9.810	66.040	93,5	92,7	59,7	57,2
- altre industrie in senso stretto	3.166	25.569	89,0	86,3	27,4	14,8
Costruzioni	53.351	773.946	94,8	96,5	28,4	58,1

	VALORI ASSOLUTI		INCIDENZA PERCENTUALE SUI CORRISPONDENTI TOTALI DELLE IMPRESE			
			IMPRESE 0-9 ADDETTI		DITTA INDIVIDUALE	
	FEMMINILI	MASCHILI	FEMMINILI	MASCHILI	FEMMINILI	MASCHILI
Servizi	886.931	2.632.451	96,7	94,7	61,9	45,9
Commercio	353.955	1.157.037	98,4	96,8	70,8	58,2
Trasporto, logistica e magazzinaggio	17.526	150.112	86,1	88,8	36,3	53,8
Alloggio, ristorazione e servizi turistici	141.567	334.577	93,8	89,9	57,5	36,2
Media e comunicazione	4.064	23.189	95,2	92,6	28,5	21,6
Informatica e telecomunicazioni	21.475	89.877	97,6	93,2	43,7	28,3
Servizi finanziari e assicurativi	27.247	99.672	99,6	97,6	81,3	62,4
Servizi operativi	108.543	371.058	96,4	95,6	36,4	24,2
Attività professionali, scientifiche e tecniche	41.087	176.381	97,9	95,5	44,7	28,6
Sanità e assistenza sociale	16.721	27.647	80,1	78,5	18,3	6,2
Istruzione	9.641	22.042	89,4	87,5	29,8	18,4
Cultura e intrattenimento	18.346	59.914	94,4	91,8	45,2	24,8
Altre attività di servizi alla persona	121.250	83.900	99,3	96,7	84,1	64,9
Altri servizi	5.509	37.045	98,3	98,2	74,9	72,6
TOTALE*	1.340.134	4.751.837	96 ,5	94,5	62,3	48,7

* Il totale comprende anche le imprese non classificate.
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Alla luce della forte relazione che lega dimensione e forma giuridica, lo stesso fenomeno si riscontra nel momento in cui si scopre come, sempre per quasi tutti i settori di attività, le imprese femminili siano in misura maggiore, a confronto con quelle maschili, costituite come ditta individuale, fenomeno che nel corso del periodo in esame sembra però diminuire. L’analisi dei settori incrociata con la forma giuridica infatti, ci consente di evidenziare come la tendenza alla strutturazione sempre più “complessa” del sistema imprenditoriale, testimoniata dall’aumento costante negli ultimi cinque anni delle imprese costituite in forma di società di capitale, interessa anche e soprattutto le imprese femminili (+28,1%). Analizzando l’aspetto propriamente strutturale dal punto di vista territoriale consente di trarre importanti informazioni utili anche alle politiche di coesione territoriale dati gli evidenti divari che separano il Mezzogiorno dal resto del Paese. Il Mezzogiorno si dimostra l’area dove è maggiore la presenza femminile nel tessuto imprenditoriale: a fronte di una media nazionale del 22%, nel Meridione le imprese femminili raggiungono il 23,8% del totale dell’area (oltre 486 mila imprese rosa in termini assoluti), laddove nel Nord la corrispondente quota sfiora solo il 20% (549 mila); anche nel Centro, in realtà, le imprenditrici rivestono un ruolo piuttosto significativo, rappresentando il 22,7% del totale imprenditoriale della ripartizione (oltre 304 mila imprese guidate da donne).

Imprese femminili e maschili per regione e macro-ripartizione geografica, anno 2019 (valori assoluti e percentuali)

	VALORI ASSOLUTI				
	FEMMINILI	%	MASCHILI	%	TOTALE
Piemonte	96.591	22,5	331.866	77,5	428.457
Valle d'Aosta	2.936	23,8	9.382	76,2	12.318
Lombardia	179.728	18,8	774.944	81,2	954.672
Trentino-A.A.	19.870	18,0	90.215	82,0	110.085
Veneto	97.455	20,1	386.628	79,9	484.083
Friuli-V.G.	22.909	22,5	78.930	77,5	101.839
Liguria	36.041	22,2	126.327	77,8	162.368
Emilia-Romagna	93.941	20,8	358.035	79,2	451.976
Toscana	95.397	23,1	317.423	76,9	412.820
Umbria	23.455	24,9	70.868	75,1	94.323
Marche	38.825	23,1	129.571	76,9	168.396
Lazio	146.392	22,1	516.122	77,9	662.514
Abruzzo	38.490	25,9	110.222	74,1	148.712

	VALORI ASSOLUTI				
	FEMMINILI	%	MASCHILI	%	TOTALE
Molise	9.841	27,7	25.629	72,3	35.470
Campania	137.129	23,0	460.079	77,0	597.208
Puglia	87.847	23,0	293.466	77,0	381.313
Basilicata	16.081	26,6	44.412	73,4	60.493
Calabria	44.123	23,6	142.984	76,4	187.107
Sicilia	114.275	24,4	353.475	75,6	467.750
Sardegna	38.808	22,8	131.259	77,2	170.067
Nord-Ovest	315.296	20,2	1.242.519	79,8	1.557.815
Nord-Est	234.175	20,4	913.808	79,6	1.147.983
Centro	304.069	22,7	1.033.984	77,3	1.338.053
Centro-Nord	853.540	21,1	3.190.311	78,9	4.043.851
Sud e Isole	486.594	23,8	1.561.526	76,2	2.048.120
Italia	1.340.134	22,0	4.751.837	78,0	6.091.971

Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Tornando ai dati strutturali, è verosimile ritenere che nel Meridione vi sia anche un “effetto autoimpiego” molto probabilmente più intenso che nel Centro-Nord, data la criticità delle condizioni del mercato del lavoro; sebbene ciò non tolga comunque importanza al fare impresa come opportunità occupazionale che, se ben supportata, può tramutarsi in strumento di affermazione professionale e di crescita economica dei territori. Nel Centro, invece, l’apprezzabile presenza femminile sembra maggiormente ascrivibile ad un “effetto settore”, considerata la sua tradizione nel sistema moda (basti pensare agli importanti distretti che operano nell’area¹⁰) dove, come visto, le donne mostrano una forte diffusione imprenditoriale. Scendendo con l’analisi a livello regionale, non stupisce quindi trovare nelle prime posizioni della graduatoria, secondo il tasso di femminilizzazione, territori meridionali, con qualche presenza di realtà dell’Italia centrale. È il Molise la regione che in proporzione ha più imprese al femminile, 27,7% per un totale di quasi 10 mila imprese. Basilicata e Abruzzo occupano il secondo ed il terzo posto con quote di imprese femminili sui rispettivi totali imprenditoriali regionali rispettivamente del 26,6% (poco più di 16 mila imprese rosa) e del 25,9% (circa 38 mila). Bisogna ovviamente tenere presente che tali quote elevate in alcuni casi possono risentire, in parte, anche dell’effetto di valori assoluti bassi. Al quarto posto si trova una regione centrale, l’Umbria (24,9%; più di 23 mila imprese femminili), a cui segue un’altra regione meridionale, la Sicilia (oltre 114 mila imprese femminili con un tasso di femminilizzazione pari al 24,4%). A seguire la Valle d’Aosta con nemmeno 3.000 imprese ma con un tasso pari al 23,8%, la Calabria (circa 44 mila imprese) con un tasso del 23,6%. Toscana, Marche e Puglia chiudono la classifica delle regioni top-ten per presenza rosa nel tessuto imprenditoriale regionale, con incidenze attorno al 23%. In fondo alla classifica si trovano quasi tutte regioni dell’Italia settentrionale, dove la maggiore presenza della medio-grande impresa e una più forte specializzazione in settori più avanzati spiega una buona parte del minor impatto dell’imprenditorialità femminile.

¹⁰Per un’analisi sui distretti industriali cfr. Unioncamere, Osservatorio nazionale distretti italiani. Rapporto 2014, 2014.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Dinamica delle imprese femminili 2014-2019 per regione e macro-ripartizione geografica a confronto con quella maschile (valori assoluti e percentuali)

	VARIAZIONI 2014-2019					
	FEMMINILI	%	MASCHILI	%	TOTALE	%
Piemonte	-2.134	-2,2	-16.444	-4,7	-18.578	-4,2
Valle d'Aosta	-60	-2,0	-964	-9,3	-1.024	-7,7
Lombardia	6.911	4,0	-1.990	-0,3	4.921	0,5
Trentino-A.A.	954	5,0	70	0,1	1.024	0,9
Veneto	2.575	2,7	-9.394	-2,4	-6.819	-1,4
Friuli-V.G.	-321	-1,4	-3.045	-3,7	-3.366	-3,2
Liguria	-129	-0,4	-1.027	-0,8	-1.156	-0,7
Emilia-Romagna	977	1,1	-12.898	-3,5	-11.921	-2,6
Toscana	1.651	1,8	-1.246	-0,4	405	0,1
Umbria	-71	-0,3	-797	-1,1	-868	-0,9
Marche	-974	-2,4	-4.723	-3,5	-5.697	-3,3
Lazio	9.661	7,1	24.063	4,9	33.724	5,4
Abruzzo	315	0,8	-88	-0,1	227	0,2

	VARIAZIONI 2014-2019					
	FEMMINILI	%	MASCHILI	%	TOTALE	%
Molise	-37	-0,4	634	2,5	597	1,7
Campania	7.030	5,4	25.220	5,8	32.250	5,7
Puglia	2.485	2,9	1.601	0,5	4.086	1,1
Basilicata	262	1,7	556	1,3	818	1,4
Calabria	2.206	5,3	4.981	3,6	7.187	4,0
Sicilia	5.369	4,9	6.771	2,0	12.140	2,7
Sardegna	1.410	3,8	1.424	1,1	2.834	1,7
Nord-Ovest	4.588	1,5	-20.425	-1,6	-15.837	-1,0
Nord-Est	4.185	1,8	-25.267	-2,7	-21.082	-1,8
Centro	10.267	3,5	17.297	1,7	27.564	2,1
Centro-Nord	19.040	2,3	-28.395	-0,9	-9.355	-0,2
Sud e Isole	19.040	4,1	41.099	2,7	60.139	3,0
Italia	38.080	2,9	12.704	0,3	50.784	0,8

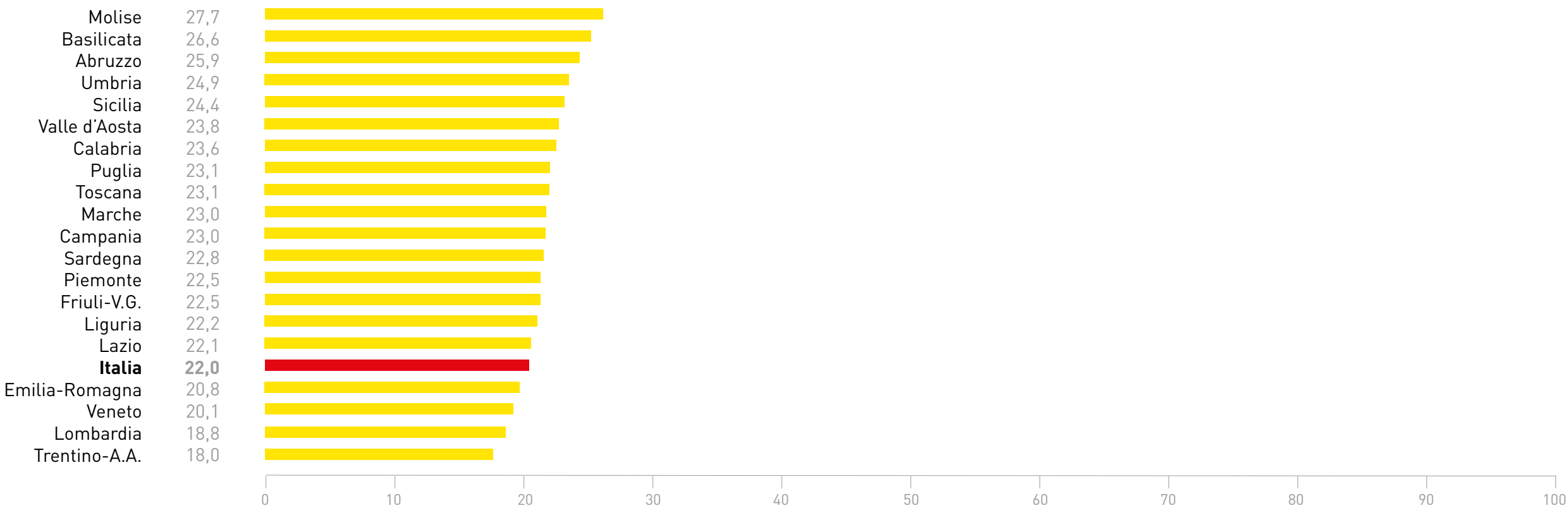
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative,, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione nella Zona Euro Occupazione in Italia Occupazione in dipendenze Occupazione in famiglia dipendenze Bilancio della ricerca Donne nella ricerca	Occupazione Imprenditorialità Capitale umano delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema europeo di imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Sono 13 su 20 le regioni in cui aumentano le imprese femminili. La crescita più consistente si concentra, in realtà, in 4 regioni: Lazio, Campania, Lombardia e Sicilia. A dicembre 2019 rispetto a dicembre 2014, lo stock delle imprese femminili in questi territori segna un aumento complessivo di quasi 29mila attività sulle circa 38 mila complessive.

Medaglia d’oro al Lazio per crescita assoluta dell’impresa al femminile: oltre 9.000 le imprese in più a fine 2019 rispetto al 2014. Con questa performance, la regione della Capitale fa meglio della Campania (+7.030), della Lombardia (+6.911), e della Sicilia (+5.369).

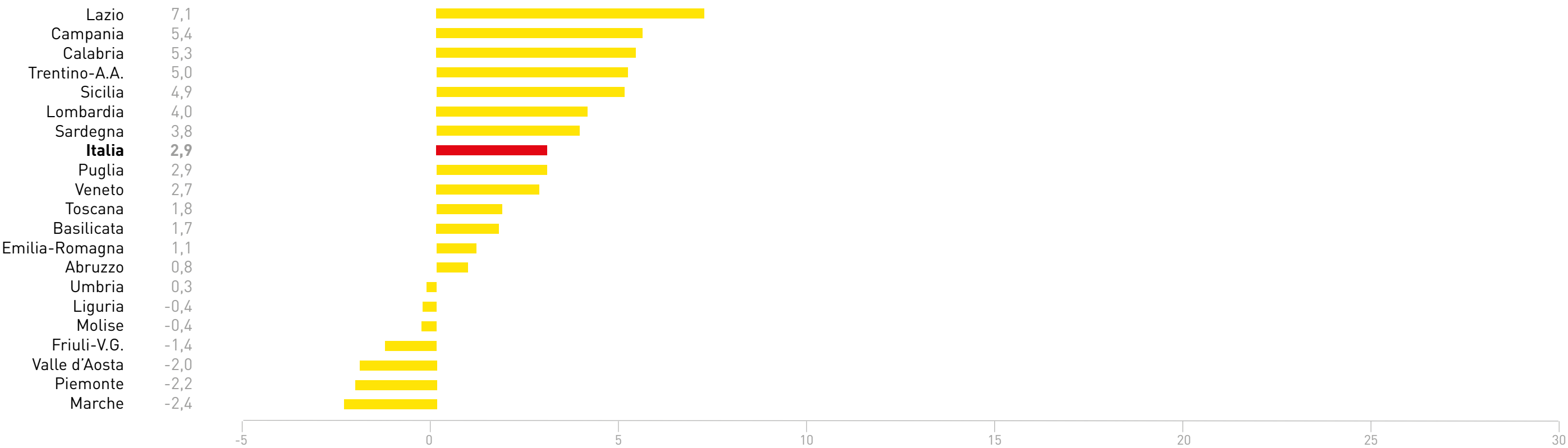
Graduatoria regionale secondo la quota di imprese femminili sul totale imprese della regione, anno 2019 (valori percentuali)



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Graduatoria regionale secondo la variazione 2014-2019 di imprese femminili (valori percentuali)

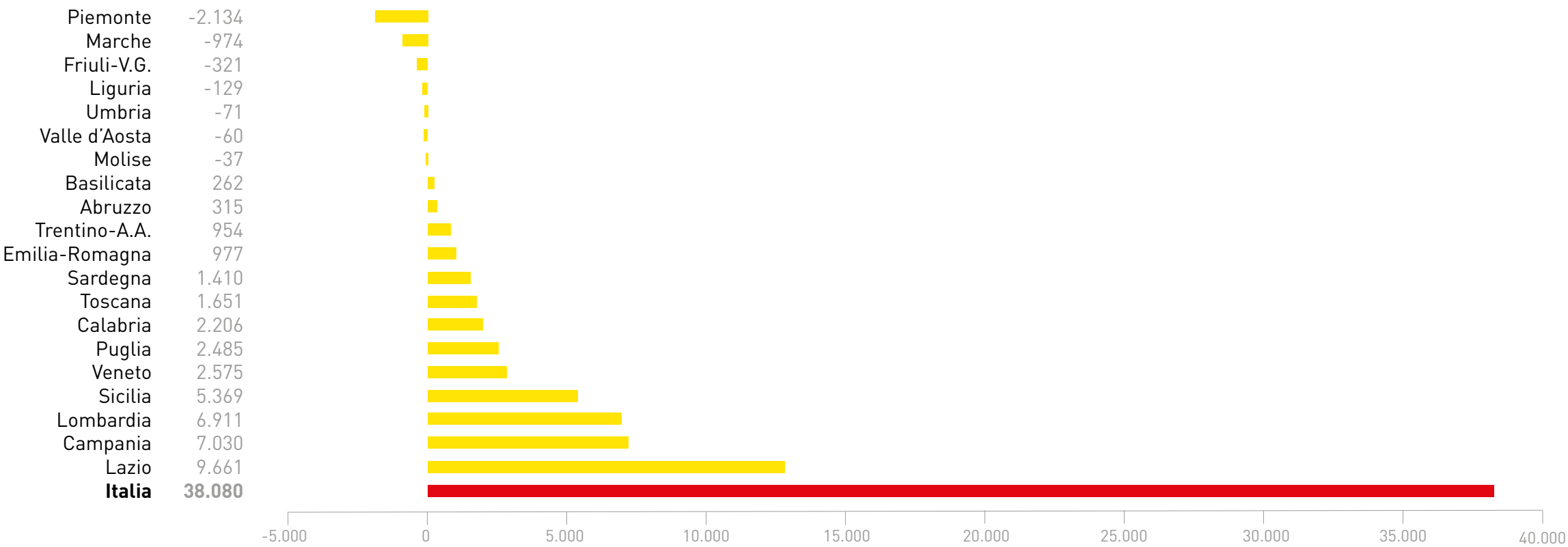


Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme	Indagine: aspetti metodologici	Quadro generale	Occupazione	Unione Europea e imprenditorialità
	Settori e territori	Motivazioni a fare impresa	Occupazione in Italia	Imprese	Sistema camerale europeo: buone pratiche
	Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili	Ostacoli e frontiere della competitività	Occupazione alle dipendenze	Comportamenti delle imprese	
	Età e sopravvivenza delle imprese	Fonti di finanziamento	Ruolo in famiglia		
	Start-up innovative	Responsabilità sociale d'impresa	Donne nella ricerca		
	Mobilità geografica delle imprenditrici	Performance e internazionalizzazione			
	Donne nelle società: proprietà e management				

Se poi scendiamo ulteriormente a livello provinciale si confermano nelle prime tre posizioni (sempre nella graduatoria decrescente per tasso di femminilizzazione) le realtà meridionali. Nelle province di Benevento e di Avellino, le imprese femminili arrivano a costituire circa il 30% dei corrispondenti tessuti imprenditoriali, mentre nella provincia di Chieti il tasso di femminilizzazione è pari a 28,7%. Nelle prime dieci posizioni le province di Frosinone, Viterbo e Grosseto sono le uniche dell'Italia centrale, data la presenza di altri quattro territori del Mezzogiorno, corrispondenti alle province di Enna, Campobasso, Isernia e Potenza tutte con tassi oltre il 27%.

Graduatoria regionale secondo la variazione 2014-2019 di imprese femminili (valori assoluti)



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme	Indagine: aspetti metodologici	Quadro generale	Occupazione	Unione Europea e imprenditorialità
	Settori e territori	Motivazioni a fare impresa	Occupazione in Italia	Imprese	Sistema camerale europeo: buone pratiche
	Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili	Ostacoli e frontiere della competitività	Occupazione alle dipendenze	Comportamenti delle imprese	
	Età e sopravvivenza delle imprese	Fonti di finanziamento	Ruolo in famiglia		
	Start-up innovative	Responsabilità sociale d'impresa	Donne nella ricerca		
	Mobilità geografica delle imprenditrici	Performance e internazionalizzazione			
	Donne nelle società: proprietà e management				

L’esame del trend evolutivo in termini assoluti consente di rilevare che - nel periodo 2014-2019 - la variazione più consistente ha riguardato, le grandi province: Roma con un saldo positivo di 8.856 imprese femminili, Napoli (+5.941) e Milano (+4.876). Di seguito troviamo Monza e Brianza con un incremento di 1.366 imprese e Catania con un +1.357. L’aumento complessivo delle tre grandi province rappresenta oltre la metà del saldo nazionale. Va segnalato come nella top ten siano presenti sei province meridionali: oltre a Napoli e Catania, troviamo anche Palermo, Lecce, Messina e Cosenza.

Incidenza percentuale delle imprese femminili sul totale delle imprese per provincia, anno 2019 (classi di valori percentuali)

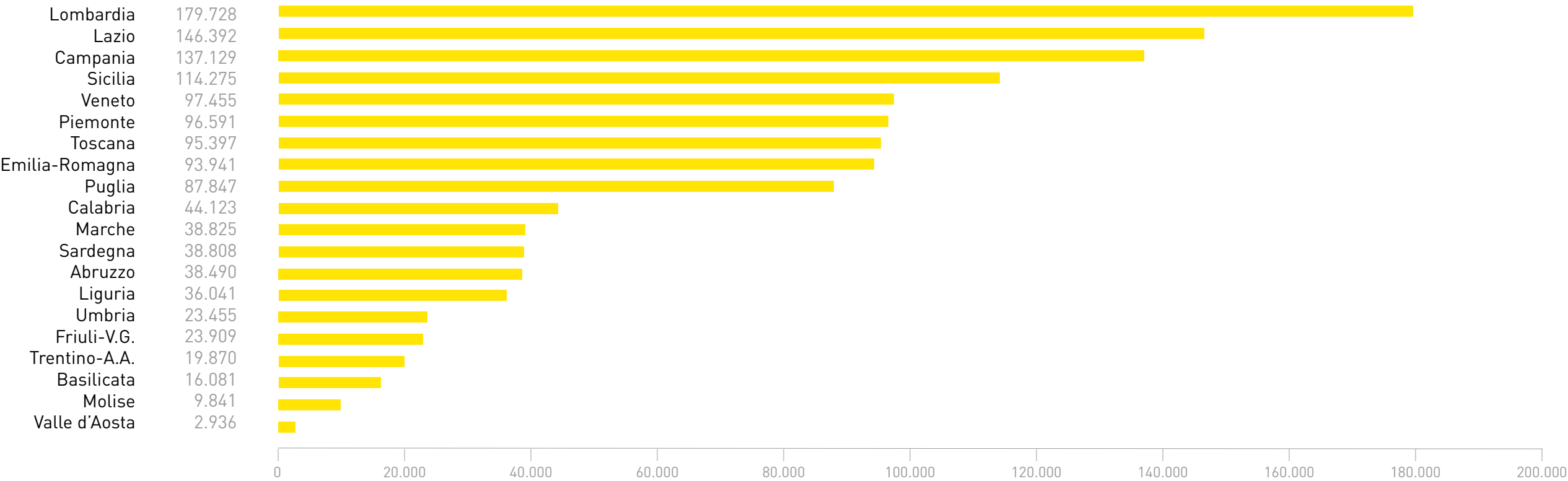


Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Comunque, a prescindere dalle intensità (tassi di femminilizzazione) di diffusione di imprenditrici all’interno delle singole economie territoriali, è bene tener presente che tra le regioni dove operano più imprese femminili in termini assoluti molte sono collocate nel Nord del Paese. Delle oltre 1 milione e 340mila imprese femminili presenti in Italia, oltre un terzo si collocano in quattro regioni settentrionali: in Lombardia se ne contano quasi 180 mila, dimostrandosi la regione che assomma il maggior numero di imprese rosa.

Graduatoria regionale secondo la numerosità di imprese femminili, anno 2019 (valori assoluti)



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme	Indagine: aspetti metodologici	Quadro generale	Occupazione	Unione Europea e imprenditorialità
	Settori e territori	Motivazioni a fare impresa	Occupazione in Italia	Imprese	Sistema camerale europeo: buone pratiche
	Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili	Ostacoli e frontiere della competitività	Occupazione alle dipendenze	Comportamenti delle imprese	
	Età e sopravvivenza delle imprese	Fonti di finanziamento	Ruolo in famiglia		
	Start-up innovative	Responsabilità sociale d'impresa	Donne nella ricerca		
	Mobilità geografica delle imprenditrici	Performance e internazionalizzazione			
	Donne nelle società: proprietà e management				

Ai primi posti della graduatoria troviamo anche le grandi regioni del Mezzogiorno. La Campania con oltre 137 mila imprese raccoglie oltre il 10% delle imprese femminili nazionali, cui fanno seguito la Sicilia con oltre 114 mila unità e la Puglia con circa 88mila unità; decisamente staccata, la Calabria la cui presenza femminile si attesta attorno alle 44 mila imprese. Per il Centro spiccano il Lazio, seconda regione per numerosità assoluta di imprese femminili (con oltre 146 mila) e la Toscana (oltre 95 mila). Scendendo al dettaglio provinciale, sono le grandi realtà che occupano le prime posizioni sempre per numerosità assoluta di imprese femminili. Roma si colloca al primo posto con oltre 103 mila imprese rosa, segue Milano con circa 64 mila per arrivare alle oltre 62 mila di Napoli. A conferma del dinamismo del Mezzogiorno si osserva che nella top-ten ben 5 province sono meridionali.

Prime dieci posizioni delle graduatorie provinciali secondo l'incidenza percentuale delle imprese femminili sul totale delle imprese e secondo la numerosità assoluta, anno 2019 (valori assoluti e percentuali)

PER INCIDENZA % IMPRESE FEMMINILI SUL TOTALE IMPRESE DELLA PROVINCIA				PER NUMEROSITÀ ASSOLUTA DI IMPRESE FEMMINILI			
POSIZIONE	PROVINCE	IMPRESE FEMMINILI	INCIDENZA % TOTALE IMPRESE	POSIZIONE	PROVINCE	IMPRESE FEMMINILI	INCIDENZA % TOTALE ITALIA
1	Benevento	10.563	30,1	1	Roma	103.690	7,7
2	Avellino	13.194	29,7	2	Milano	64.493	4,8
3	Chieti	12.952	28,8	3	Napoli	62.238	4,6
4	Frosinone	4.218	27,9	4	Torino	49.072	3,7
5	Enna	13.514	27,9	5	Bari	31.451	2,3
6	Campobasso	7.258	27,8	6	Salerno	28.245	2,1
7	Isernia	2.583	27,6	7	Catania	24.711	1,8
8	Viterbo	10.444	27,6	8	Brescia	23.909	1,8
9	Grosseto	7.938	27,3	9	Palermo	23.537	1,8
10	Potenza	10.488	27,2	10	Firenze	23.334	1,7

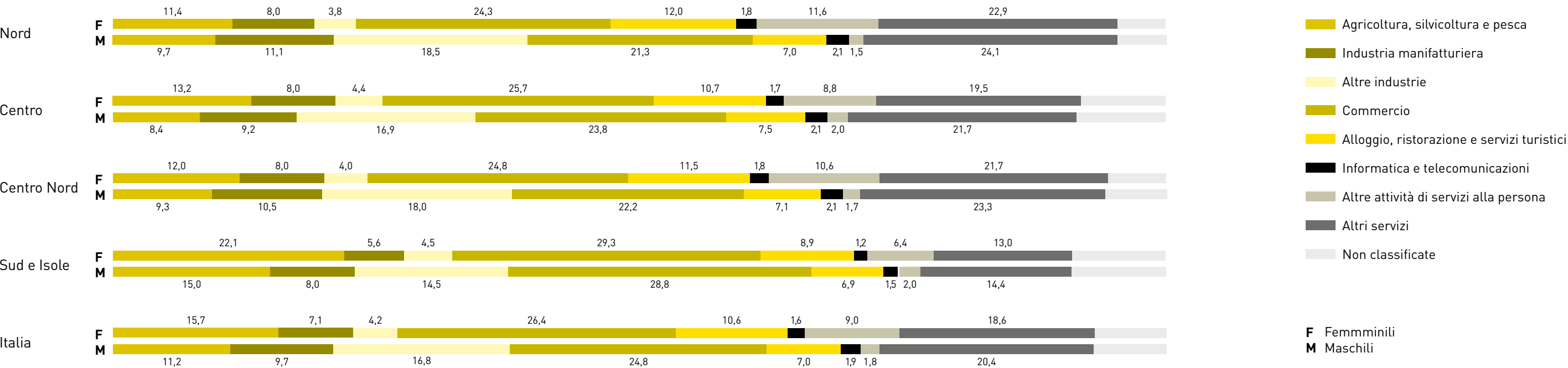
Volendo trovare ulteriori specificità territoriali dell'imprenditorialità rosa è necessario muoversi tra i territori con la lente settoriale. Un modo che ci permette di osservare le diversità, tra le varie aree italiane, delle distribuzioni delle imprese femminili lungo i settori di attività economica. Quella caratteristica dell'imprenditoria rosa di concentrarsi maggiormente nei settori tradizionali messa in evidenza nel precedente paragrafo, tende ad accentuarsi notevolmente nel Mezzogiorno anche se il fenomeno negli ultimi anni è in diminuzione. In quest'area circa 22 imprese femminili su 100 operano nel settore agricolo (oltre 107 mila delle 486 mila totali

Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

femminili meridionali), e quasi 30 su 100 nel commercio (oltre 142 mila). In entrambi i suddetti settori rispetto al 2014 si osserva una diminuzione della concentrazione di imprese rosa, in particolare nel commercio (la quota da circa il 32% all’attuale 29,3%). Osservando le singole regioni, in Molise e Basilicata circa 40 imprese femminili su 100 operano nel settore agricolo, mentre in Campania 34,8 imprese operano nel commercio. Nel Centro-Nord, invece, nel primo settore si concentrano solo 12 imprese su 100 e nel secondo circa 25 su 100. Semmai, nell’Italia centro-settentrionale, vuoi anche per un livello di industrializzazione più diffuso, si registra una più elevata concentrazione delle imprese femminili nell’industria manifatturiera; vi operano 8 imprese rosa su 100 (oltre 68 mila), quando nel Mezzogiorno il rapporto scende a circa 6 su 100 (circa 27 mila). Un effetto prodotto in larga misura dalla forte presenza femminile nel sistema moda dell’Italia centrale: qui, il 3,9% di imprese femminili è impegnata nel settore del tessile, abbigliamento, pelli e calzature, a fronte di una media nazionale del 2,6% (nel Meridione appena l’1,6%). Del resto, è nota la tradizione che alcune regioni del Centro come la Toscana e le Marche vantano in questo settore, grazie alla presenza di molti distretti industriali legati al tessile, abbigliamento, pelli e calzature.¹¹. In Toscana la quota di imprese femminili che opera nel sistema moda sale al 7,3% e nelle Marche al 5,9%.

Distribuzione delle imprese femminili e maschili per settore e macro-ripartizione, anno 2019 (valori percentuali)

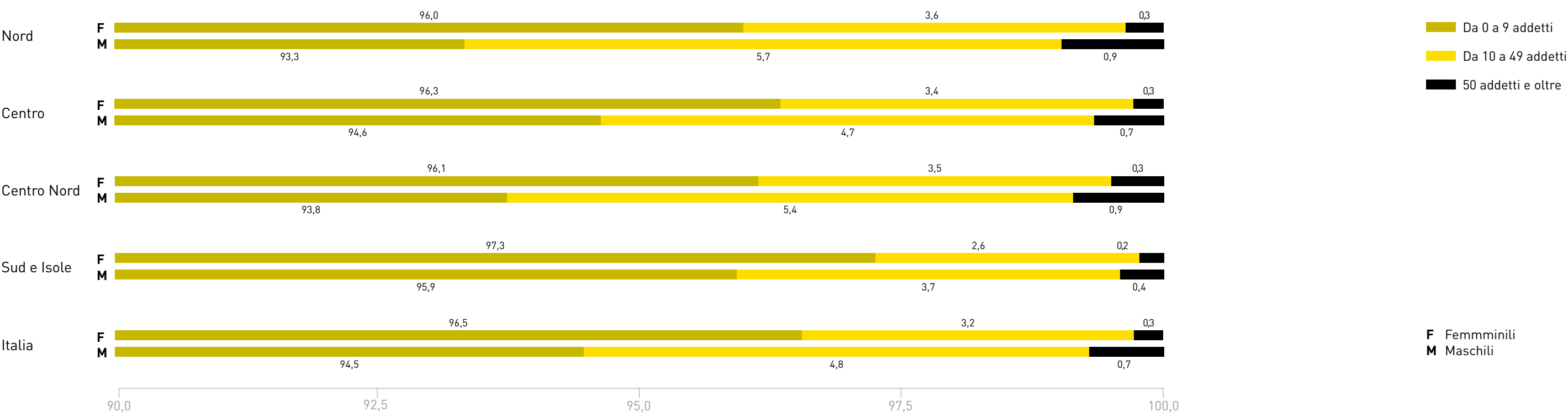


¹¹ Basti pensare che in Toscana e nelle Marche si contano in complesso ben nove distretti legati al sistema moda (cfr. Unioncamere, Osservatorio nazionale distretti italiani. Rapporto 2014, 2014, p.183).
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Se la ripresa economica deve passare necessariamente da un forte rilancio industriale dell’economia italiana, è opportuno che tale rilancio tragga un contributo importante anche dalla componente imprenditoriale femminile, attraverso interventi che favoriscano il fare impresa delle donne nei vari settori manifatturieri. E ciò con particolare riferimento alle aree meno sviluppate del Paese. In questo modo si conseguirebbero tre obiettivi: rilanciare l’industria, avvicinare l’imprenditoria femminile a modalità imprenditoriali a più alto valore aggiunto e tecnologico, favorire la convergenza economico-territoriale tra le diverse aree del Paese. Effetto anche di un’economia più avanzata e più intensamente interconnessa con i mercati internazionali, nel Nord le imprese femminili tendono a concentrarsi maggiormente, a confronto con il Meridione, nel settore dell’informatica (soprattutto in Lombardia, dove questo settore assorbe il 2,3% del totale delle imprese femminili della regione contro una media nazionale dell’1,6%) e in quello delle “altre attività di servizi alla persona”, che ingloba le attività dei centri per il benessere fisico, le lavanderie, ecc. (in Friuli-Venezia Giulia il 13,5% delle imprese femminili opera in questo settore; media nazionale 9%).

Distribuzione delle imprese femminili e maschili per classe dimensionale e macro-ripartizione, anno 2019 (valori percentuali)



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

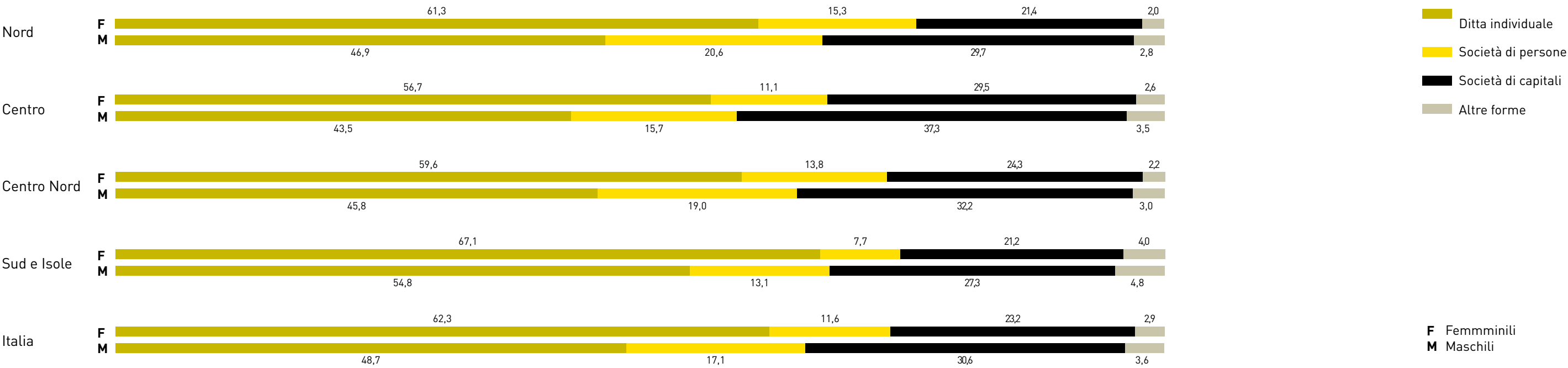
Nel Meridione la struttura imprenditoriale femminile pende a sfavore non solo rispetto ai settori più avanzati o legati al benessere, ma anche al turismo, dal momento in cui solo 8,9% imprese rosa su 100 operano nei servizi di alloggio e ristorazione, ad eccezione della Sardegna con un valore superiore alla media nazionale (11,9 a fronte di un dato nazionale pari a 10,6%). Nel Centro-Nord tale indicatore arriva a 11,5 su 100, in particolare, in Trentino-Alto Adige e in Valle d'Aosta sono ben oltre 22 le imprese femminili su 100 che operano nell'offerta di tali servizi. L'analisi del settore turismo nel tempo mostra tuttavia una crescita maggiore proprio nel Mezzogiorno.

Oltre al posizionamento prevalente nei settori tradizionali, l'analisi della dimensione delle imprese femminili nel Mezzogiorno mette in evidenza anche la maggior fragilità strutturale di quest'area rispetto al complesso del Paese. Se è vero che la micro-impresa (0-9 addetti) è ampiamente diffusa in tutte le macro-ripartizioni dell'Italia senza nette differenze, è altrettanto vero che se osserviamo, invece, le imprese con al massimo un addetto, emergono diversità un po' più marcate. Infatti, la quota di imprese femminili che hanno non più di un addetto nel Meridione è superiore di quasi 10 punti percentuali rispetto a quella del Centro-Nord: 67,1% contro 59,6%. In alcune regioni, come il Molise, la Basilicata e la Calabria, le imprese femminili di questa dimensione raggiungono il 72-76% del totale imprenditoriale rosa regionale.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Osservando il tessuto imprenditoriale femminile dal punto di vista della struttura, si osserva un aumento nel segno della maturità imprenditoriale testimoniata dall'aumento costante negli ultimi anni delle imprese costituite in forma di società di capitale, che interessa anche le imprese femminili presenti nel Mezzogiorno. È altresì vero che le imprese femminili che operano come ditta individuale nel Mezzogiorno sono il 67,1% del totale delle imprese rosa dell'area quando nel Centro-Nord tale fenomeno si abbassa al 59,6% circa. Basti osservare che in Basilicata e Molise la quota di ditte individuali supera il 75% mentre nel Centro Nord la quota più alta attiene al Trentino Alto Adige con un valore del 71,9%. Nel Centro-Nord sono maggiormente presenti imprese femminili costituite come società di persone, 13,8% a fronte di un 7,7% per il Mezzogiorno (in Valle d'Aosta la quota arriva al 19,9%) ma soprattutto sono diffuse maggiormente le società di capitale (24,2% per le imprese femminili settentrionali e 21,2% per quelle meridionali). È il Lazio a vantare la maggiore concentrazione di imprese femminili con questa forma giuridica (39%), seguita dalla Lombardia (28,9%); è invece la Campania che fa segnare il valore maggiore, 25,6% per il Sud. Tuttavia, l'esame del trend evolutivo per forma giuridica consente di rilevare, come già accennato, che - nel periodo 2014-2019 la forbice tra Nord e Sud si è assottigliata. La variazione più consistente ha riguardato, appunto, le società di capitale che, nell'intervallo considerato, hanno fatto rilevare un incremento di oltre 29 mila imprese rosa nel Mezzogiorno (+40% circa, contro un +22,8% per il Centro-Nord) a fronte di una decrescita delle imprese individuali e delle società di persone più marcata nel Mezzogiorno.

Distribuzione delle imprese femminili e maschili per forma giuridica e classe dimensionale, anno 2019 (valori percentuali)



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Resta il fatto che ancora i principali tratti della struttura imprenditoriale femminile devono fare i conti con tutte le difficoltà legate a vari fattori: crisi della domanda interna, considerando anche il fatto che come emerge dall’indagine le imprese femminili risentono maggiormente di quelle maschili dell’andamento negativo dell’economia; nuove sfide poste dalla globalizzazione, che richiedono innovazione, soprattutto digitale, ambiti in cui le imprese femminili fanno fatica a sviluppare come evidenziato sempre dai risultati dell’indagine; difficoltà d’accesso al credito¹². Tutti aspetti che tendono poi a farsi più marcati nelle aree meno sviluppate del Paese, dove, come si è visto, si accentuano le caratteristiche di una imprenditoria basata sui settori tradizionali e dalla dimensione molto micro. Anche se, tuttavia, merita evidenziare come le tendenze che andremo ad analizzare successivamente, mostrano come il fare impresa per le donne si stia trasformando, diventando un fenomeno che tende ad irrobustirsi a livello aziendale, a guardare con più favore verso settori a più alto contenuto scientifico e tecnologico: segni che potrebbero indicare un mutamento del rapporto delle donne con l’imprenditoria nell’ottica di un innalzamento dei fattori di competitività. Peraltro, non è un caso che, secondo i risultati dell’indagine, esista un effetto generazione all’interno dell’imprenditoria femminile in termini di capitale umano aziendale, dato dalla più alta quota di imprese con laureati tra le imprese giovanili rispetto a quelle non giovanili (41% contro 21%). Inoltre, all’interno delle imprese giovanili, sempre dall’indagine si desume un effetto genere: le imprese femminili dichiarano più intensamente come vantaggio competitivo la qualità delle skills aziendali rispetto alle imprese non femminili.

Le imprese femminili: artigiane, cooperative, straniere e giovanili.

L’imprenditoria femminile incorpora una buona dose di artigianalità, fatta di saperi, tradizioni del territorio e modalità produttive dalla cui “manualità” scaturiscono creatività, originalità e qualità. In Italia al 31 dicembre 2019 le imprese femminili artigiane ammontano a quasi 219 mila e rappresentano il 16,3% del totale imprese rosa. Se è vero che l’artigianato nell’economia femminile si dimostra meno diffuso rispetto che in quella maschile (la quota delle artigiane maschili¹³ è il 22,7%), è vero anche che tra il 2014 ed il 2019, sono cresciute di oltre 2.600 unità a fronte invece di una calo consistente (oltre 89 mila) per quelle maschili a conferma dell’importanza dell’imprenditoria rosa nel sostenere l’anima artigiana delle produzioni italiane. Questa affinità del genere rosa verso i temi della creatività, di cui l’artigianato ne è una delle più chiare espressioni, trovano riscontro anche nei risultati dell’indagine, perché esiste un effetto genere nella relazionalità con il mondo della creatività: le imprese femminili hanno maggiori rapporti, in termini di acquisto e vendita, con le imprese creative.

¹² Nel periodo della crisi è stato rilevato che le banche hanno ridotto il credito ai segmenti della clientela ritenuti marginali, con l’obiettivo di salvaguardare i clienti ritenuti di maggior rilievo (teoria del pecking order). Date anche le caratteristiche dell’imprenditoria femminile, le imprese guidate da donne hanno sofferto una più forte contrazione del credito (cfr. Cesaroni F.M., Lotti F., Mistrulli P.E, Female firms and banks’ lending behavior: what happened during the great recession?, June 2013, Banca d’Italia, Occasional Papers, n.177).

¹³ Anche in questo paragrafo e nei successivi del presente capitolo, l’analisi strutturale è basata sui dati relativi al 2019.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Imprese femminili e maschili artigiane per settore di attività economica, anno 2019 (valori assoluti e percentuali)

	IMPRESE FEMMINILI	% SUL TOTALE	IMPRESE MASCHILI	% SUL TOTALE
Agricoltura, silvicoltura e pesca	472	0,2	9.394	1,8
Industria	64.492	42,5	719.371	57,1
Industria in senso stretto	54.950	55,8	241.877	49,7
- industria manifatturiera	54.656	57,3	239.197	51,9
Alimentare, bevande e tabacco	10.355	66,1	29.419	53,3
Tessile, abbigliamento, pelli e calzature	23.252	67,2	24.868	41,0
Legno e mobilio	2.462	45,3	36.004	65,6
Carta e stampa	2.416	54,1	9.657	46,5
Chimica, farmaceutica e petrolifero	1.270	37,0	4.611	23,8
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	2.086	52,6	11.567	48,8
Metalmeccanica	5.033	34,0	69.578	50,3
Elettrotecnica e strumentazione di precisione	1.435	44,5	6.635	30,3
Altre industrie manifatturiere	6.347	64,7	46.858	71,0
- altre industrie in senso stretto	294	9,3	2.680	10,5
Costruzioni	9.542	17,9	477.494	61,7

	IMPRESE FEMMINILI	% SUL TOTALE	IMPRESE MASCHILI	% SUL TOTALE
Servizi	153.809	17,3	347.639	13,2
Commercio	3.124	0,9	80.463	7,0
Trasporto, logistica e magazzinaggio	3.731	21,3	77.645	51,7
Alloggio, ristorazione e servizi turistici	13.214	9,3	33.776	10,1
Media e comunicazione	208	5,1	1.963	8,5
Informatica e telecomunicazioni	2.992	13,9	7.988	8,9
Servizi finanziari e assicurativi	11	0,0	104	0,1
Servizi operativi	16.487	15,2	38.811	10,5
Attività professionali, scientifiche e tecniche	5.539	13,5	18.746	10,6
Sanità e assistenza sociale	422	2,5	468	1,7
Istruzione	379	3,9	1.825	8,3
Cultura e intrattenimento	2.669	14,5	3.212	5,4
Altre attività di servizi alla persona	101.034	83,3	54.377	64,8
Altri servizi	3.999	72,6	28.261	76,3
TOTALE*	218.847	16,3	1.076.697	22,7

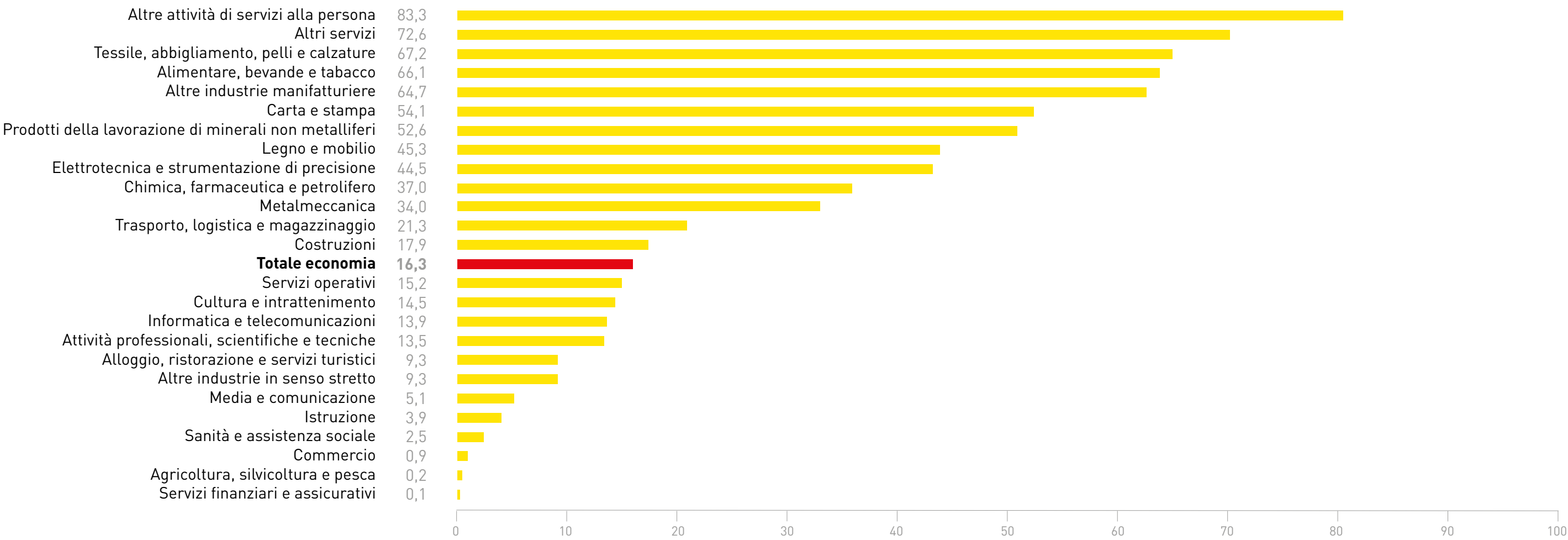
* Il totale comprende anche le imprese non classificate.
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

L'analisi della composizione settoriale della base imprenditoriale femminile artigiana mostra come nell'industria manifatturiera le donne imprenditrici esprimano al meglio la loro creatività: quasi il 58% delle imprese femminili totali sono a carattere artigiano a fronte di un 51,9% per quelle maschili. In alcuni comparti la quota supera i due terzi delle imprese rosa, come ad esempio nell'attività di confezione di articoli di abbigliamento (il 67,2% delle imprese femminili sono artigiane; oltre 23 mila in termini assoluti), nel settore alimentare (66,1%; oltre 10 mila) e nelle "altre industrie manifatturiere" (64,7%) che comprende, come noto, anche attività di bigiotteria, ecc. Il divario con la presenza dell'artigianato maschile in questi settori appare molto evidente, soprattutto in quello che definiamo "sistema moda" dove la quota degli artigiani è inferiore di oltre 26 punti percentuali (41% per circa 25 mila imprese), a testimonianza di quanto sia veramente forte il connubio "impresa femminile-artigianato" in alcuni ambiti del made in Italy. Non a caso, anche nel caso delle attività relative alla lavorazione dei minerali non metalliferi, che rappresenta terreno fertile per lo spirito creativo artigiano Made in Italy incorporando produzioni di prodotti in vetro, ceramica, ecc., oltre la metà delle imprese guidate da donne sono artigiane (52,6%; oltre 2.000 in termini assoluti), dimostrandosi un fenomeno più intenso rispetto all'imprenditoria maschile (48,8%). Sempre restando nell'ambito del made in Italy, altro settore produttivo che si caratterizza per l'elevata presenza femminile a carattere artigiano è quello del legno-mobilio (45,3% per oltre 2.400 imprese) seppur in misura inferiore al caso maschile (dove le imprese artigiane sono il 65,6%). Sembrano emergere quindi alcune delle filiere caratteristiche dell'imprenditoria femminile, a conferma di come il produrre certi manufatti da parte delle imprese femminili sia, per larga parte, il frutto "artigiano" di una cultura produttiva che affonda le sue radici nella storia economica del nostro Paese, caratterizzata nei passati decenni dall'avvento dello sviluppo economico trainato anche dalla nascita dei distretti produttivi del made in Italy, dove gli artigiani diventavano importanti anelli delle catene del valore. Del resto, l'indagine rivela che quasi un'impresa femminile su due (circa il 40%) dichiara che la propria produzione è legata alla tradizione produttiva del territorio. Posto che il settore dei servizi mostri "fisiologicamente" una presenza artigiana inferiore a quella rilevata nell'industria, merita comunque evidenziare come la vocazione all'accoglienza e alla cura, così tipica dell'universo femminile, si rifletta d'altronde in settori quali le altre attività dei servizi, in particolare quelli legati alla persona dove la quasi totalità delle imprese femminili sono artigiane, oltre l'83% (oltre 101 mila in valori assoluti), mentre nelle imprese maschili la diffusione artigiana si ferma al 64,8%.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Graduatoria settoriale secondo la quota di imprese artigiane femminili sul totale imprese femminili del settore, anno 2019 (valori percentuali)



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Dinamica delle imprese femminili artigiane 2014-2019 per settore a confronto con quella maschile (valori assoluti e percentuali)

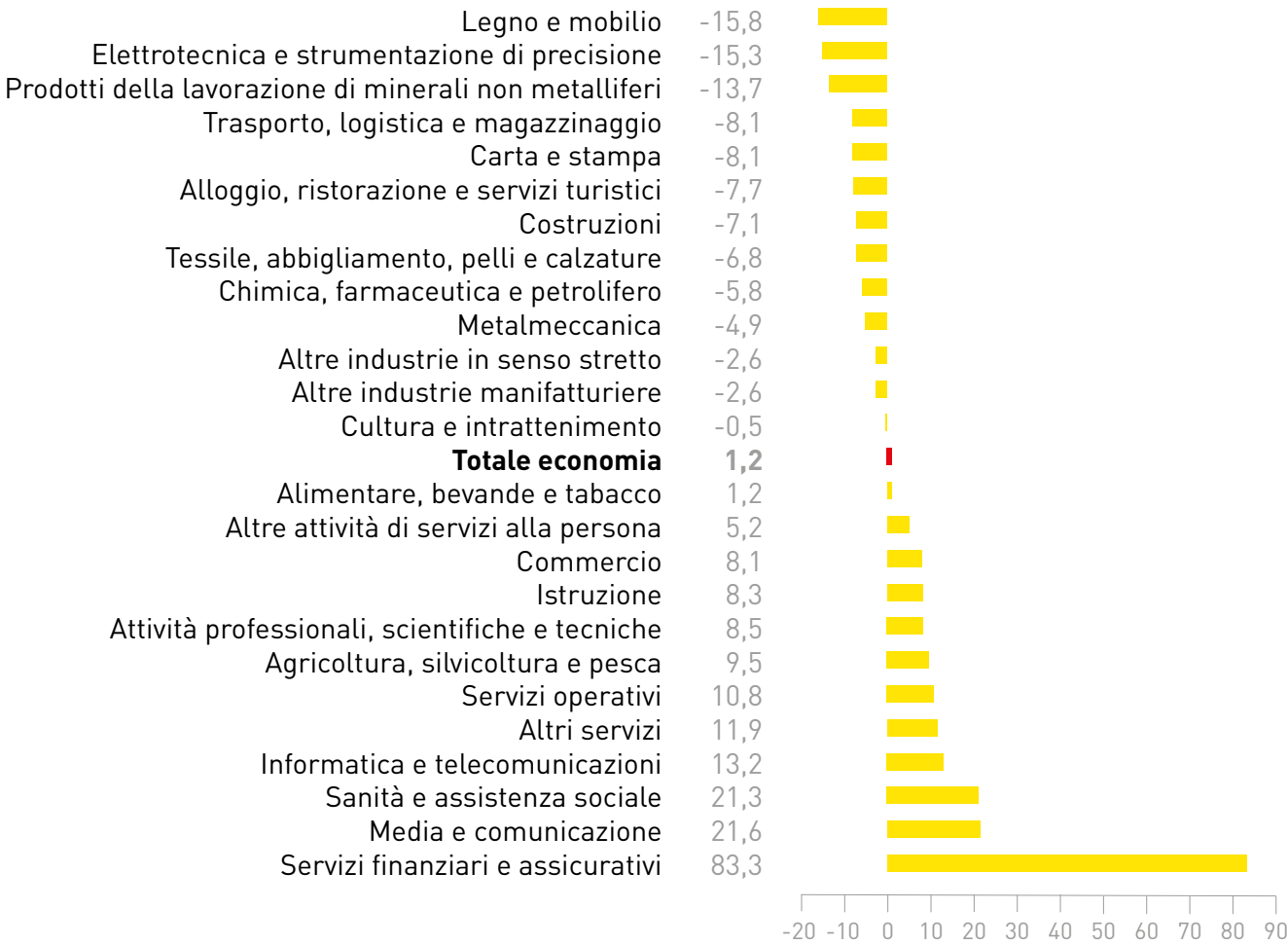
	VARIAZIONI 2014-2019			
	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Agricoltura, silvicoltura e pesca	41	9,5	-227	-2,4
Industria	-4.067	-5,9	-76.509	-9,6
Industria in senso stretto	-3.337	-5,7	-27.454	-10,2
- industria manifatturiera	-3.329	-5,7	-27.128	-10,2
Alimentare, bevande e tabacco	126	1,2	-1.191	-3,9
Tessile, abbigliamento, pelli e calzature	-1.687	-6,8	-3.053	-10,9
Legno e mobilio	-462	-15,8	-6.753	-15,8
Carta e stampa	-212	-8,1	-1.456	-13,1
Chimica, farmaceutica e petrolifero	-78	-5,8	-568	-11,0
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	-332	-13,7	-1.794	-13,4
Metalmeccanica	-257	-4,9	-10.835	-13,5
Elettrotecnica e strumentazione di precisione	-259	-15,3	-1.652	-19,9
Altre industrie manifatturiere	-168	-2,6	174	0,4
- altre industrie in senso stretto	-8	-2,6	-326	-10,8
Costruzioni	-730	-7,1	-49.055	-9,3

	VARIAZIONI 2014-2019			
	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Servizi	6.594	4,5	-12.616	-3,5
Commercio	234	8,1	-3.820	-4,5
Trasporto, logistica e magazzinaggio	-329	-8,1	-11.022	-12,4
Alloggio, ristorazione e servizi turistici	-1.097	-7,7	-1.547	-4,4
Media e comunicazione	37	21,6	234	13,5
Informatica e telecomunicazioni	348	13,2	495	6,6
Servizi finanziari e assicurativi	5	83,3	-10	-8,8
Servizi operativi	1.604	10,8	6.423	19,8
Attività professionali, scientifiche e tecniche	432	8,5	-632	-3,3
Sanità e assistenza sociale	74	21,3	-35	-7,0
Istruzione	29	8,3	-40	-2,1
Cultura e intrattenimento	-14	-0,5	-95	-2,9
Altre attività di servizi alla persona	4.971	5,2	815	1,5
Altri servizi	425	11,9	-2.851	-9,2
TOTALE*	2.642	1,2	-89.059	-7,6

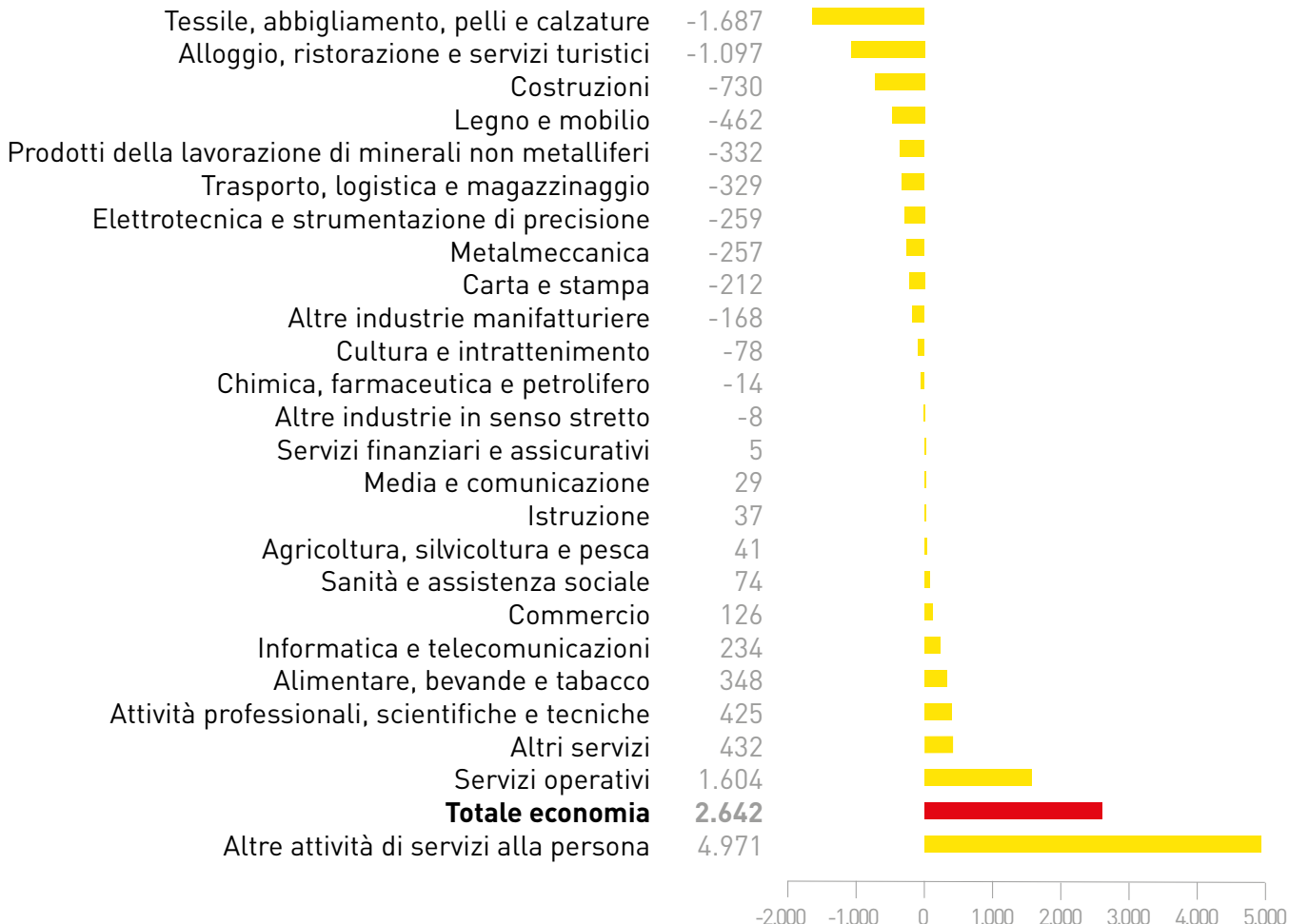
* Il totale comprende anche le imprese non classificate.
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Graduatoria settoriale secondo la variazione 2014-2019 di imprese femminili artigiane (valori percentuali)



Graduatoria settoriale secondo la variazione 2014-2019 di imprese femminili artigiane (valori assoluti)



SUMMARY

CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE

Donne e impresa: visione di insieme
 Settori e territori
 Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili
 Età e sopravvivenza delle imprese
 Start-up innovative
 Mobilità geografica delle imprenditrici
 Donne nelle società: proprietà e management

SCENARIO COMPETITIVO

Indagine: aspetti metodologici
 Motivazioni a fare impresa
 Ostacoli e frontiere della competitività
 Fonti di finanziamento
 Responsabilità sociale d'impresa
 Performance e internazionalizzazione

MERCATO DEL LAVORO

Quadro generale
 Occupazione in Italia
 Occupazione alle dipendenze
 Ruolo in famiglia
 Donne nella ricerca

COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE

Occupazione
 Imprese
 Comportamenti delle imprese

DIMENSIONE EUROPEA

Unione Europea e imprenditorialità
 Sistema camerale europeo: buone pratiche

Se le imprese femminili continuano a concentrarsi, rispetto a quelle maschili, maggiormente nel Mezzogiorno, interessante è notare come la distribuzione geografica dell’impresa artigiana assuma caratteristiche tutte peculiari. Essendo l’artigianato molto più diffuso nell’industria, non stupisce scoprire che, sia in complesso ma anche riguardo all’imprenditoria femminile, i tessuti produttivi dell’Italia centro-settentrionale abbiano una più forte anima artigiana rispetto al Mezzogiorno, grazie anche alla quale si sono sviluppate tante produzioni dalla forte dose di creatività¹⁴. Nelle regioni settentrionali sono presenti oltre 116 mila imprese femminili artigiane che rappresentano il 21,1% del tessuto imprenditoriale femminile, nelle zone centrali del Paese la quota scende al 15,8% (quasi 48 mila unità) mentre nel Mezzogiorno sono circa 11 su 100 sono artigiane (oltre 54 mila). L’artigianato al femminile presenta quote elevate in Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna e nelle Marche, dove circa 22 imprese femminili ogni 100 attività guidate da donne sono artigiane. La Lombardia invece, sebbene annoveri in valore assoluto il maggior numero di donne imprenditrici artigiane (quasi 39 mila) ne conta il 21,7% quindi in Veneto, Piemonte e Toscana , le incidenze sono mediamente 20 su 100. Le aree del Sud invece si mantengono sotto livelli medi nazionali con la sola eccezione dell’Abruzzo, 16,5%.

Passando alla graduatoria provinciale decrescente secondo la quota percentuale di imprese artigiane sul totale imprenditoriale rosa troviamo Prato, al primo posto (30,3% delle imprese femminili della provincia sono artigiane) e Fermo al secondo posto (27,4%). A queste seguono poi tutte province settentrionali, quali Como, Novara, Reggio Emilia, Bergamo, Lecco, Varese, Forlì-Cesena, Mantova, Lodi, Cremona e Vicenza con quote che non scendono al di sotto del 24%.

Nel corso degli ultimi quattro anni la componente femminile artigiana si è rafforzata soprattutto nelle regioni settentrionali, con sviluppi superiori al +2% nel Friuli Venezia Giulia (+8,4%; +398 in valore assoluto), Trentino Alto Adige (+7,8%; +260 in valori assoluti), Lombardia (+4,0%; +1.488), Valle d’Aosta (+2,7%; +15), Veneto (+4%; +790) ed Emilia Romagna (+2,2%; +460). Dinamiche negative, invece, si osservano nelle regioni centrali e meridionali ad eccezione della Toscana e del Molise.

¹⁴Questa caratteristica trova pieno riscontro nel momento in cui si scopre come, ad esempio, la domanda di professioni creative (e culturali) sia molto più intensa nell’Italia centro-settentrionale rispetto a quella meridionale. (cfr. Unioncamere-Ministero del Lavoro, Cultura e creatività: gli sbocchi di lavoro per i giovani, Roma, anni vari).

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Imprese femminili e maschili artigiane per regione e macro-ripartizione geografica, anno 2019 (valori assoluti e percentuali)

	FEMMINILI	%	MASCHILI	%
Piemonte	19.647	20,3	95.929	28,9
Valle d'Aosta	574	19,6	3.028	32,3
Lombardia	38.941	21,7	203.891	26,3
Trentino-A.A.	3.614	18,2	22.334	24,8
Veneto	20.426	21,0	105.512	27,3
Friuli- V.G.	5.159	22,5	22.611	28,6
Liguria	6.671	18,5	36.659	29,0
Emilia-Romagna	21.085	22,4	104.643	29,2
Toscana	19.326	20,3	84.014	26,5
Umbria	3.896	16,6	16.538	23,3
Marche	8.627	22,2	35.516	27,4
Lazio	16.100	11,0	78.861	15,3
Abruzzo	6.367	16,5	23.202	21,1

	FEMMINILI	%	MASCHILI	%
Molise	1.247	12,7	5.195	20,3
Campania	11.349	8,3	57.472	12,5
Puglia	10.840	12,3	56.554	19,3
Basilicata	1.745	10,9	8.442	19,0
Calabria	5.828	13,2	26.752	18,7
Sicilia	11.511	10,1	60.657	17,2
Sardegna	5.894	15,2	28.887	22,0
Nord-Ovest	65.833	20,9	339.507	27,3
Nord-Est	50.284	21,5	255.100	27,9
Centro	47.949	15,8	214.929	20,8
Centro-Nord	164.066	19,2	809.536	25,4
Sud e Isole	54.781	11,3	267.161	17,1
Italia	218.847	16,3	1.076.697	22,7

Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Dinamica delle imprese femminili artigiane 2014-2019 per regione e macro-ripartizione geografica a confronto con quella maschile (valori assoluti e %)

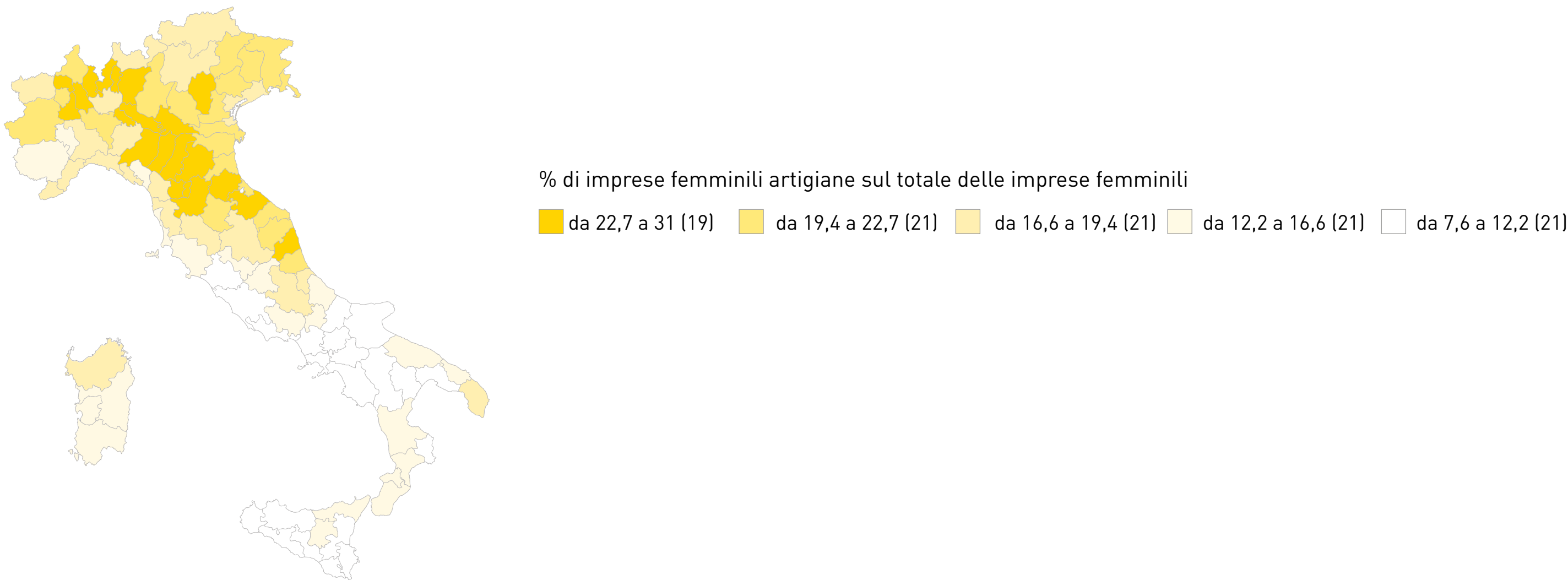
	VARIAZIONI 2014-2019			
	FEMMINILI	%	MASCHILI	%
Piemonte	388	-11.165	2,0	-10,4
Valle d'Aosta	15	-327	2,7	-9,7
Lombardia	1.488	-14.703	4,0	-6,7
Trentino-A.A.	260	-658	7,8	-2,9
Veneto	790	-8.612	4,0	-7,5
Friuli- V.G.	398	-1.692	8,4	-7,0
Liguria	104	-2.205	1,6	-5,7
Emilia-Romagna	460	-9.342	2,2	-8,2
Toscana	284	-6.283	1,5	-7,0
Umbria	-115	-1.763	-2,9	-9,6
Marche	-380	-3.703	-4,2	-9,4
Lazio	-123	-5.309	-0,8	-6,3
Abruzzo	-192	-3.175	-2,9	21,1

	VARIAZIONI 2014-2019			
	FEMMINILI	%	MASCHILI	%
Molise	16	-531	1,3	-9,3
Campania	-9	-3.369	-0,1	-5,5
Puglia	-218	-5.352	-2,0	-8,6
Basilicata	-39	-800	-2,2	-8,7
Calabria	4	-1.873	0,1	-6,5
Sicilia	-341	-5.386	-2,9	-8,2
Sardegna	-148	-2.811	-2,4	-8,9
Nord-Ovest	1.995	-28.400	3,1	-7,7
Nord-Est	1.908	-20.304	3,9	-7,4
Centro	-334	-17.058	-0,7	-7,4
Centro-Nord	3.569	-65.762	2,2	-7,5
Sud e Isole	-927	-23.297	-1,7	-8,0
Italia	2.642	-89.059	1,2	-7,6

Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Incidenza percentuale delle imprese femminili artigiane sul totale delle imprese femminili per provincia, anno 2019 (classi di valori percentuali)



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Così come per i settori, anche osservando i territori emerge con forza la diffusione dell’artigianato nelle realtà contraddistinte da una radicata tradizione dei distretti produttivi, le cui economie danno vita a produzioni di elevata qualità e, oltretutto, ampiamente proiettate all’estero come mercati di sbocco. Una ragione in più per sostenere l’imprenditoria femminile anche con specifico riferimento alla sua anima artigiana, favorendo quella relazionalità di impresa capace di inserire le realtà femminili artigiane all’interno delle filiere produttive trainate da imprese export-oriented. Ciò consentirebbe anche una trasmissione di competenze, in particolare legate ai temi dell’efficienza, produttività e più in generale business skills, in modo da innalzare l’upgrading competitivo delle imprese femminili. Ciò anche in ragione del fatto che l’indagine mostra come esista un gap delle imprese femminili in termini di capacità innovativa rispetto alle imprese maschili; ma, al contempo, evidenzia come soprattutto nel caso delle piccole imprese (fino a 19 addetti) la relazionalità è una importante determinante dell’innovazione, soprattutto nel caso delle imprese femminili. Basti pensare che il divario tra la quota delle imprese innovatrici tra quelle che si relazionano con altre imprese e la quota delle innovatrici relativa a quelle che non si relazionano è pari a 33 punti percentuali nel caso delle imprese femminili (64% contro 31%), superiore ai 27 punti percentuali del caso maschile (36% contro 63%).

Tra le varie forme di imprenditoria la cooperazione rappresenta quella che più di tutte incarna la natura solidaristica ispirata dalla coesione sociale, dalla sussidiarietà e solidarietà¹⁵. È da questa visione che prende corpo l’importanza della funzione svolta dalla cooperazione, una modalità di fare impresa nello spirito di realizzare un metodo di partecipazione condivisa e di mutualità, attraverso cui le persone possono mettere a fattor comune conoscenze, competenze e risorse¹⁶.

Le imprese cooperative rappresentano, sempre con riferimento al 2019, il 2,2% all’interno sia del tessuto imprenditoriale femminile (oltre 30 mila cooperative guidate da donne) e il 2,3% di quello maschile.

Diverso è invece l’andamento nel periodo di analisi, 2014-2019. Mentre le imprese cooperative femminili registrano un incremento pari a +454 unità (+1,5%), quelle maschili diminuiscono di oltre 2.200 (-2%). Anche da questo punto di vista emerge un crescente spirito sociale dell’imprenditoria rosa che guarda con favore anche a forme imprenditoriali improntate su valori sociali e non solo prettamente di profitto.

L’analisi per settore di attività economica evidenzia che il comparto produttivo in cui, nell’ambito della imprenditorialità rosa, si registra la presenza più consistente di cooperative femminili, in termini assoluti, è il terziario. Nei servizi operano oltre 19 mila cooperative “rosa”, il 2,2% sul totale delle imprese femminili, mentre nel caso di quelle maschili il rapporto scende al 2,0%. In particolare, il settore sanitario e degli altri servizi sociali rappresenta quello in cui si rileva il maggior peso della cooperazione sulle imprese rosa (35,4%), considerando la rilevanza in termini assoluti, circa 5.900 unità, mentre nel caso di quelle maschili il rapporto scende a 21,8 su 100.

Stessa situazione, pur con scale differenti, si ritrova nel campo dell’istruzione, dove la cooperazione spiega il 14,7% (oltre 1.400 in termini assoluti) del totale imprenditoriale rosa del settore, a fronte di un più ridotto 6,7% riguardo al tessuto di imprese maschili.

¹⁵ Un aspetto messo in evidenza già nell’Ottocento da Alfred Marshall: «Alcuni movimenti hanno un elevato scopo sociale, altri invece un fine economico; solamente le cooperative li hanno entrambi» (cfr. Marshall A., Principles of Economics, London, MacMillan, 1890).

¹⁶ Sul ruolo della cooperazione all’interno del sistema economico nazionale, cfr. Unioncamere-SI-Camera, Cooperazione, non profit e imprenditoria sociale: economia e lavoro, 2014, pp. 7-47.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Imprese femminili e maschili cooperative per settore di attività economica, anno 2019 (valori assoluti e percentuali)

	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Agricoltura, silvicoltura e pesca	1.498	0,7	11.054	2,1
Industria	4.064	2,7	28.716	2,3
Industria in senso stretto	1.676	1,7	7.713	1,6
- industria manifatturiera	1.556	1,6	6.877	1,5
Alimentare, bevande e tabacco	309	2,0	2.377	4,3
Tessile, abbigliamento, pelli e calzature	483	1,4	543	0,9
Legno e mobilio	86	1,6	567	1,0
Carta e stampa	109	2,4	445	2,1
Chimica, farmaceutica e petrolifero	51	1,5	214	1,1
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	65	1,6	394	1,7
Metalmeccanica	265	1,8	1.578	1,1
Elettrotecnica e strumentazione di precisione	59	1,8	236	1,1
Altre industrie manifatturiere	129	1,3	523	0,8
- altre industrie in senso stretto	120	3,8	836	3,3
Costruzioni	2.388	4,5	21.003	2,7

	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Servizi	19.124	2,2	53.476	2,0
Commercio	1.397	0,4	6.187	0,5
Trasporto, logistica e magazzinaggio	1.777	10,1	12.219	8,1
Alloggio, ristorazione e servizi turistici	1.490	1,1	3.442	1,0
Media e comunicazione	205	5,0	982	4,2
Informatica e telecomunicazioni	813	3,8	1.934	2,2
Servizi finanziari e assicurativi	55	0,2	947	1,0
Servizi operativi	3.275	3,0	12.042	3,2
Attività professionali, scientifiche e tecniche	1.045	2,5	3.874	2,2
Sanità e assistenza sociale	5.924	35,4	6.036	21,8
Istruzione	1.415	14,7	1.472	6,7
Cultura e intrattenimento	1.067	5,8	2.707	4,5
Altre attività di servizi alla persona	587	0,5	1.286	1,5
Altri servizi	74	1,3	348	0,9
TOTALE*	30.025	2,2	111.281	2,3

Anche nell’ambito delle attività della cultura e intrattenimento, la quota delle imprese cooperative sul totale imprenditoriale del settore, sempre con riferimento al genere rosa, è non solo più elevato della media (5,8% contro 2,2%), ma è anche superiore alla corrispondente quota relativa al tessuto imprenditoriale maschile (4,5%). È evidente, quindi, che per il genere femminile la cooperazione significhi maggiormente fare impresa al servizio della società, attraverso l’erogazione di servizi indispensabili per un progresso socio-economico del Paese all’insegna dell’equità.

* Il totale comprende anche le imprese non classificate.
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

E anche quando non eroga direttamente servizi per il benessere della società, l’imprenditoria femminile si comporta comunque secondo logiche di Responsabilità sociale di impresa (come si vedrà nel successivo capitolo in merito ai risultati dell’indagine) che producono sempre benessere nella comunità. Se analizziamo la dinamica delle imprese il settore che, in termini assoluti, ha registrato l’aumento più consistente è stato quello socio-assistenziale (+712 imprese tra il 2014 ed il 2019), seguito dalle attività dei servizi di alloggio e ristorazione (+342). In termini relativi, invece, la crescita più accentuata riguarda il settore alimentare (+32,6%) seguito proprio dal ramo degli alberghi e ristorazione (+29,8%).

Dinamica delle imprese femminili cooperative 2014-2019 per settore (valori assoluti e percentuali)

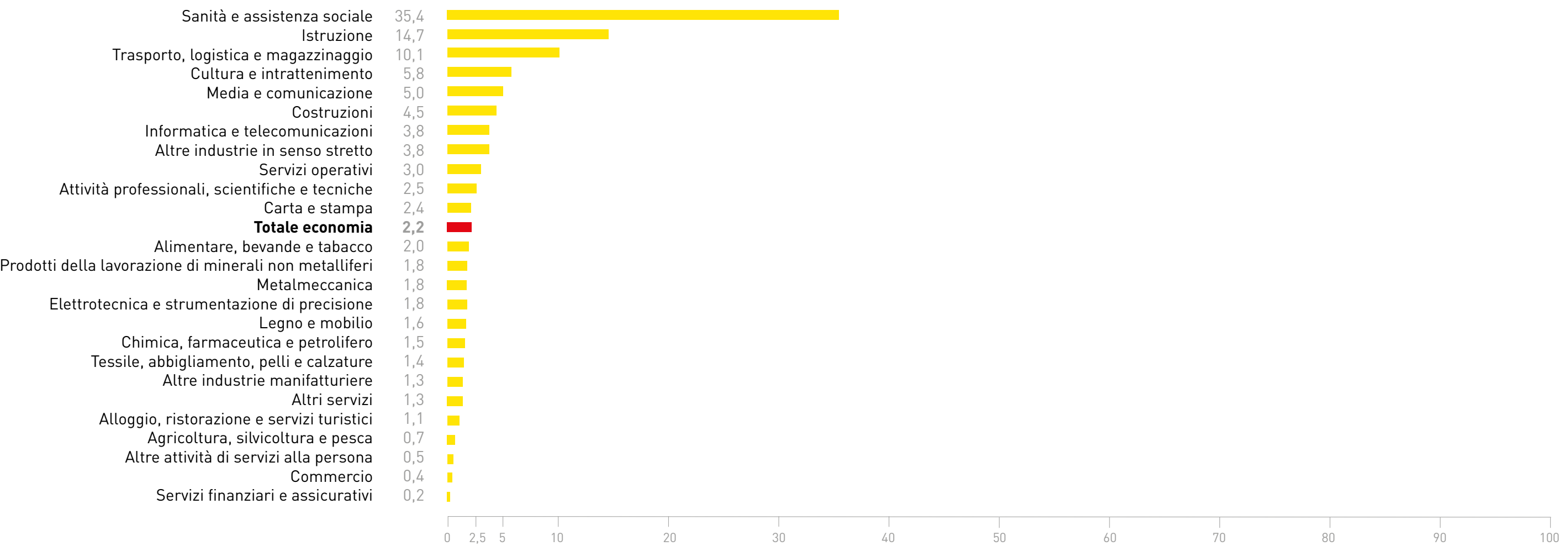
	VARIAZIONI 2014-2019			
	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Agricoltura, silvicoltura e pesca	83	5,9	179	1,6
Industria	-315	-7,2	-1.973	-6,4
Industria in senso stretto	-79	-4,5	-68	-0,9
- industria manifatturiera	-58	-3,6	-39	-0,6
Alimentare, bevande e tabacco	76	32,6	-59	-2,4
Tessile, abbigliamento, pelli e calzature	-69	-12,5	-21	-3,7
Legno e mobilio	-12	-12,2	-16	-2,7
Carta e stampa	-10	-8,4	-41	-8,4
Chimica, farmaceutica e petrolifero	-11	-17,7	-7	-3,2
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	-18	-21,7	23	6,2
Metalmeccanica	3	1,1	47	3,1
Elettrotecnica e strumentazione di precisione	-9	-13,2	-37	-13,6
Altre industrie manifatturiere	-8	-5,8	72	16,0
- altre industrie in senso stretto	-21	-14,9	-29	-3,4
Costruzioni	-236	-9,0	-1.905	-8,3

	VARIAZIONI 2014-2019			
	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Servizi	-4.653	-19,6	-18.489	-25,7
Commercio	158	12,8	142	2,3
Trasporto, logistica e magazzinaggio	-47	-2,6	754	6,6
Alloggio, ristorazione e servizi turistici	342	29,8	508	17,3
Media e comunicazione	-23	-10,1	-115	-10,5
Informatica e telecomunicazioni	61	8,1	19	1,0
Servizi finanziari e assicurativi	11	25,0	-256	-21,3
Servizi operativi	128	4,1	664	5,8
Attività professionali, scientifiche e tecniche	-9	-0,9	-207	-5,1
Sanità e assistenza sociale	712	13,7	784	14,9
Istruzione	168	13,5	27	1,9
Cultura e intrattenimento	-30	-2,7	-177	-6,1
Altre attività di servizi alla persona	95	19,3	-3	-0,2
Altri servizi	2	2,8	2	0,6
TOTALE*	454	1,5	-2.248	-2,0

Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

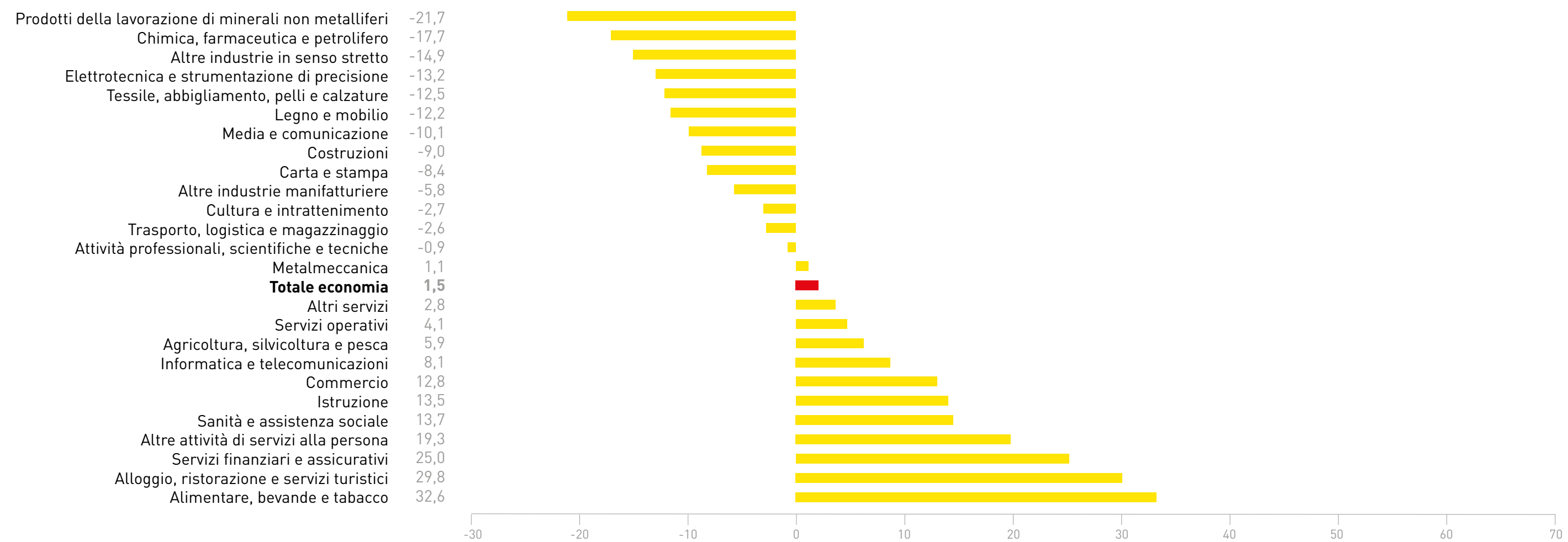
Graduatoria settoriale secondo la quota di imprese cooperative femminili sul totale imprese femminili del settore, anno 2019 (valori percentuali)



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme	Indagine: aspetti metodologici	Quadro generale	Occupazione	Unione Europea e imprenditorialità
	Settori e territori	Motivazioni a fare impresa	Occupazione in Italia	Imprese	Sistema camerale europeo: buone pratiche
	Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili	Ostacoli e frontiere della competitività	Occupazione alle dipendenze	Comportamenti delle imprese	
	Età e sopravvivenza delle imprese	Fonti di finanziamento	Ruolo in famiglia		
	Start-up innovative	Responsabilità sociale d’impresa	Donne nella ricerca		
	Mobilità geografica delle imprenditrici	Performance e internazionalizzazione			
	Donne nelle società: proprietà e management				

Graduatoria settoriale secondo la variazione 2014-2019 di imprese femminili cooperative (valori percentuali)



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Data anche la sua capacità di creare benessere nella comunità locale e al suo elevato spirito inclusivo¹⁷, non stupisce rilevare come la cooperazione femminile sia più diffusa nell’area meno avanzata del Paese (in realtà ciò vale anche in generale a prescindere dal genere). Il Mezzogiorno rappresenta l’area in cui la cooperazione rosa è maggiormente diffusa, con oltre 16 mila cooperative femminili e un’incidenza del 3,4% sulla totalità delle imprese femminili, contro una media nazionale, come già sottolineato, del 2,2%.Nessuna ripartizione dell’Italia centro-settentrionale arriva a toccare il livello del Meridione, anche se il Centro si distingue dal Nord per una più elevata presenza della cooperazione (le cooperative guidate da donne sono il 2,0% del totale imprenditoriale rosa, contro valori attorno al punto e mezzo percentuale registrati nelle due ripartizioni settentrionali). Quindi, alla luce della sua maggiore diffusione nei territori meno sviluppati, è verosimile ritenere che la cooperazione riesce, in parte, anche a tramutare in realtà lo spirito

Imprese femminili e maschili cooperative per regione e macro-ripartizione geografica, anno 2019 (valori assoluti e percentuali)

	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Piemonte	1.127	1,2	4.132	1,2
Valle d'Aosta	56	1,9	162	1,7
Lombardia	3.100	1,7	15.535	2,0
Trentino-A.A.	269	1,4	1.232	1,4
Veneto	1.091	1,1	4.589	1,2
Friuli-V.G.	207	0,9	786	1,0
Liguria	479	1,3	2.142	1,7
Emilia-Romagna	1.294	1,4	5.932	1,7
Toscana	1.145	1,2	5.196	1,6
Umbria	373	1,6	1.082	1,5
Marche	593	1,5	1.962	1,5
Lazio	3.929	2,7	13.909	2,7
Abruzzo	665	1,7	1.894	1,7

	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Molise	223	2,3	585	2,3
Campania	3.133	2,3	12.567	2,7
Puglia	2.834	3,2	10.293	3,5
Basilicata	604	3,8	1.828	4,1
Calabria	1.093	2,5	3.791	2,7
Sicilia	6.292	5,5	20.024	5,7
Sardegna	1.518	3,9	3.640	2,8
Nord-Ovest	4.762	1,5	21.971	1,8
Nord-Est	2.861	1,2	12.539	1,4
Centro	6.040	2,0	22.149	2,1
Centro-Nord	13.663	1,6	56.659	1,8
Sud e Isole	16.362	3,4	54.622	3,5
Italia	30.025	2,2	111.281	2,3

¹⁷ Uno degli esempi della capacità di inclusione della cooperazione è fornito dal fatto che la domanda di lavoro delle imprese cooperative, rispetto al resto delle altre imprese, risulta più “aperta” e meno vincolata a determinate preferenze esplicite, in termini di età o di genere (cfr. Unioncamere-Si-Camera, op.cit., pp. 38-39).
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

imprenditoriale di tanti soggetti che, molto probabilmente, da soli avrebbero faticato, vuoi anche per le condizioni di contesto talvolta meno favorevoli e più disagiate, a fare impresa: ostacoli più facilmente superabili attraverso la mutualità e lo spirito solidaristico che contraddistingue lo svolgere un’attività sotto forma di cooperativa. Si pensi che ci sono realtà meridionali dove la cooperazione, all’interno del tessuto imprenditoriale rosa, arriva a costituire oltre il 5% del totale, come la Sicilia (5,5%; oltre 6,2 mila cooperative capitanate da donne), e altre in cui tale quota supera sempre in modo netto la media nazionale, come la Sardegna (3,9%; 1.518), la Basilicata (3,8%; oltre 600 in valori assoluti), e la Puglia (3,2%; 2.834). Nell’Italia centro-settentrionale l’unica regione a spiccare è il Lazio, grazie alle sue quasi 4 mila imprese femminili cooperative che costituiscono il 2,7% dell’imprenditoria rosa complessiva regionale. La maggiore diffusione delle cooperative femminili al Sud viene confermata anche osservando l’andamento nel corso degli ultimi anni: nel 2019 c’è stato infatti un incremento di quasi 900 unità (+5,8% contro un -0,1% per quelle maschili). Nelle aree centro-settentrionali del Paese invece si assiste, tra il 2014 ed il 2019, ad una diminuzione del fenomeno, -442 unità. In termini assoluti, la regione che ha visto maggiormente crescere le cooperative è la Sicilia con oltre 300 unità in più (+5,6%), seguita dalla Sardegna con un saldo positivo di 218 (+16,8%).

Dinamica delle imprese femminili cooperative 2014-2019 per regione e macro-ripartizione geografica a confronto con quella maschile (valori assoluti e %)

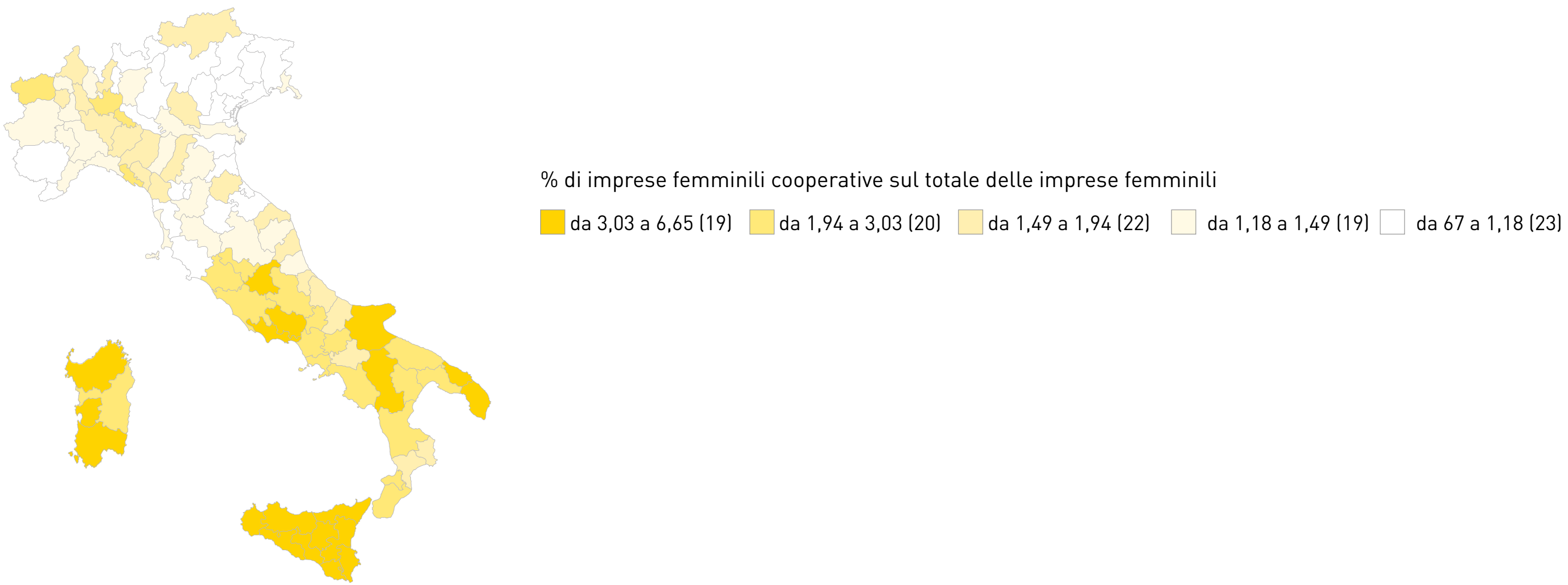
	VARIAZIONI 2014-2019			
	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Piemonte	-121	-9,7	-357	-8,0
Valle d'Aosta	-4	-6,7	-52	-24,3
Lombardia	66	2,2	64	0,4
Trentino-A.A.	7	2,7	-169	-12,1
Veneto	2	0,2	48	1,1
Friuli-V.G.	-63	-23,3	-193	-19,7
Liguria	-22	-4,4	-149	-6,5
Emilia-Romagna	-5	-0,4	-235	-3,8
Toscana	-72	-5,9	-377	-6,8
Umbria	9	2,5	-75	-6,5
Marche	6	1,0	-48	-2,4
Lazio	-245	-5,9	-648	-4,5
Abruzzo	-17	-2,5	-52	-2,7

	VARIAZIONI 2014-2019			
	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Molise	34	18,0	21	3,7
Campania	110	3,6	-179	-1,4
Puglia	151	5,6	-59	-0,6
Basilicata	34	6,0	34	1,9
Calabria	33	3,1	-113	-2,9
Sicilia	333	5,6	-76	-0,4
Sardegna	218	16,8	367	11,2
Nord-Ovest	-81	-1,7	-494	-2,2
Nord-Est	-59	-2,0	-549	-4,2
Centro	-302	-4,8	-1.148	-4,9
Centro-Nord	-442	-3,1	-2.191	-3,7
Sud e Isole	896	5,8	-57	-0,1
Italia	454	1,5	-2.248	-2,0

Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Incidenza percentuale delle imprese femminili cooperative sul totale delle imprese femminili per provincia, anno 2019



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Comunque, la maggiore “anima” cooperativa del tessuto imprenditoriale femminile meridionale trova piena evidenza nel momento in cui si scopre come nella top-ten della graduatoria provinciale secondo l’incidenza di tale forma di impresa sul totale imprenditoriale provinciale (sempre con riferimento al genere femminile) vi siano 8 province del Mezzogiorno, di cui ben sette siciliane. Al primo posto tuttavia troviamo Rieti (6,7%) cui seguono Siracusa e Palermo (6,6%), Messina (5,9%), Oristano (5,8%), Caltanissett a (5,7%), Agrigento (5,4%), Catania (5,2%), Trapani (4,6%) e in decima posizione Frosinone e Cagliari entrambi con una quota pari al 4,1%.

Imprese femminili cooperative per settore di attività economica e tipologia, anno 2019 (valori assoluti)

	TIPOLOGIA DI COOPERATIVA				
	COOPERATIVA	RESPONSABILITÀ LIMITATA	SOCIALE	ALTRO	TOTALE
Agricoltura, silvicoltura e pesca	1.083	372	36	7	1.498
Industria	2.673	1.243	125	23	4.064
Industria in senso stretto	1.138	453	77	8	1.676
- industria manifatturiera	1.074	418	57	7	1.556
Alimentare, bevande e tabacco	248	53	8	0	309
Tessile, abbigliamento, pelli e calzature	285	186	8	4	483
Legno e mobilio	67	16	3	0	86
Carta e stampa	67	33	9	0	109
Chimica, farmaceutica e petrolifero	32	19	0	0	51
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	38	19	7	1	65
Metalmecchanica	204	53	7	1	265
Elettrotecnica e strumentazione di precisione	35	20	3	1	59
Altre industrie manifatturiere	98	19	12	0	129
- altre industrie in senso stretto	64	35	20	1	120
Costruzioni	1.535	790	48	15	2.388

* Il totale comprende anche le imprese non classificate.
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

	TIPOLOGIA DI COOPERATIVA				
	COOPERATIVA	RESPONSABILITÀ LIMITATA	SOCIALE	ALTRO	TOTALE
Servizi	13.183	2.646	3.178	117	19.124
Commercio	1.124	210	51	12	1.397
Trasporto, logistica e magazzinaggio	1.477	239	49	12	1.777
Alloggio, ristorazione e servizi turistici	1.220	177	89	4	1.490
Media e comunicazione	140	56	7	2	205
Informatica e telecomunicazioni	638	149	24	2	813
Servizi finanziari e assicurativi	43	12	0	0	55
Servizi operativi	2.391	559	305	20	3.275
Attività professionali, scientifiche e tecniche	763	204	55	23	1.045
Sanità e assistenza sociale	3.296	565	2.042	21	5.924
Istruzione	932	147	329	7	1.415
Cultura e intrattenimento	679	232	144	12	1.067
Altre attività di servizi alla persona	438	80	67	2	587
Altri servizi	42	16	16	0	74
TOTALE*	20.500	5.575	3.753	197	30.025

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

L'analisi per tipologia delle cooperative dimostra che oltre i 2/3 delle cooperative “rosa” al 31 dicembre 2018 appartengono alla categoria Società Cooperativa (20.524 unità; 67,8%). Seguono le Società cooperative a responsabilità limitata che costituiscono il 18,8% (5.699) dell’universo italiano e le Cooperative sociali (12,8% con 3.863 unità). Dal punto di vista dei settori, va segnalato come tra quelli che maggiormente assorbono le società cooperative si distinguano le attività legate all'agricoltura e pesca (1.084 unità, 72,3% del settore). Molto diffuse anche nel settore dei trasporti (oltre 1.500, 82,8%), alberghi (oltre 1.100, 80,8%), nel commercio (80%) e in quello alimentare (79,6%). Le Società cooperative a responsabilità limitata giocano un ruolo importante nell’industria manifatturiera (il 39,4% nell’abbigliamento ed il 36,4% nel chimico), mentre le cooperative sociali sono diffuse principalmente nel comparto della sanità e dell’assistenza sociale (2.107 unità, 35,9% del settore).

Imprese femminili cooperative per macro ripartizione e tipologia, anno 2019 (valori assoluti)

	TIPOLOGIA DI COOPERATIVA				
	COOPERATIVA	RESPONSABILITÀ LIMITATA	SOCIALE	ALTRO	TOTALE
Piemonte	883	148	85	11	1.127
Valle d’Aosta	38	15	3	0	56
Lombardia	2.118	686	277	19	3.100
Trentino-A.A.	205	11	51	2	269
Veneto	766	161	160	4	1.091
Friuli-V.G.	171	15	21	0	207
Liguria	289	77	110	3	479
Emilia-Romagna	986	131	165	12	1.294
Toscana	770	225	132	18	1.145
Umbria	254	68	45	6	373
Marche	467	75	48	3	593
Lazio	2.923	606	382	18	3.929
Abruzzo	475	109	76	5	665

	TIPOLOGIA DI COOPERATIVA				
	COOPERATIVA	RESPONSABILITÀ LIMITATA	SOCIALE	ALTRO	TOTALE
Molise	170	18	32	3	223
Campania	2.106	513	501	13	3.133
Puglia	2.087	177	89	4	1.490
Basilicata	406	111	86	1	604
Calabria	718	201	169	5	1.093
Sicilia	3.507	1.884	846	55	6.292
Sardegna	1.161	105	242	10	1.518
Nord-Ovest	3.328	926	475	33	4.762
Nord-Est	2.128	318	397	18	2.861
Centro	4.414	974	607	45	6.040
Centro-Nord	9.870	2.218	1.479	96	13.663
Sud e Isole	10.630	3.357	2.274	101	16.362
Italia	20.500	5.575	3.753	197	30.025

Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Ulteriori elementi emergono dall’osservazione dei dati delle varie tipologie di cooperative per macro ripartizioni e regioni geografiche. Innanzitutto, si può affermare che la distribuzione territoriale delle società cooperative femminili risulta essere piuttosto concentrata nel Centro-Nord. La quota per questa categoria di cooperative, passa dal 71,6% del Nord al 73,1% del centro Italia per arrivare alla quota più bassa nel Mezzogiorno, 65%. Si pensi che ci sono realtà provinciali dove la quasi totalità delle cooperative rosa risultano appartenenti a questa forma giuridica: Cuneo (98,8%), Gorizia (96,2), Mantova (95,6%) e Pavia (93,3%). Le cooperative sociali a responsabilità limitata nel Mezzogiorno rappresentano il 20,5% del totale dell’area quando nel Centro-Nord tale fenomeno si abbassa al 16,2%. Basti osservare che In Sicilia questa tipologia di cooperative raggiunge il 30% mentre nel Centro Nord la quota più alta attiene alla Toscana con un valore del 19,7%.

Uno dei fenomeni più evidenti del XXI secolo è senz’altro quello legato al processo migratorio, che ha visto il nostro Paese terra di approdo di molti stranieri alla ricerca di opportunità lavorative e di benessere. L’importanza assunta, soprattutto nell’ultimo decennio, dal contributo della popolazione immigrata allo sviluppo economico, sociale e culturale dei territori del nostro Paese deriva anche dalla spinta all’imprenditorialità fornita dalla componente straniera. Nel 2019 le imprese straniere femminili ammontano a quasi 149 mila, l’11,1% del totale delle imprese guidate da donne, mentre tra quelle maschili le imprese straniere sono il 9,8%¹⁸.

Questo angolo di visuale permette di mettere in luce altri e interessanti tratti dell’imprenditoria femminile, perché si scopre, innanzitutto, una maggiore presenza straniera all’interno dell’imprenditoria rosa rispetto a quella maschile. Il fenomeno appare in netta crescita: le attività imprenditoriali guidate da donne immigrate sono aumentate dal 2014 di oltre 27 mila, per una crescita di quasi 23 punti percentuali. Le imprenditrici straniere sono cresciute di più sia rispetto alle imprenditrici italiane (+2,9% rispetto al 2014) ma soprattutto rispetto agli imprenditori stranieri (+15,8%).

¹⁸ La definizione di impresa straniera è stata costruita applicando il medesimo algoritmo (vedi cap.1 del presente Rapporto) utilizzato per perimetrare le imprese femminili, con la sola differenza di sostituzione del genere con la nazionalità relativa allo Stato di nascita.

* Il totale comprende anche le imprese non classificate.

Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Imprese femminili e maschili straniere per settore di attività economica, anno 2019 (valori assoluti e percentuali)

	IMPRESE STRANIERE			
	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Agricoltura, silvicoltura e pesca	7.665	3,6	9.677	1,8
Industria	23.491	15,5	163.884	13,0
Industria in senso stretto	16.329	16,6	32.257	6,6
- industria manifatturiera	16.132	16,9	31.628	6,9
Alimentare, bevande e tabacco	964	6,2	1.973	3,6
Tessile, abbigliamento, pelli e calzature	11.192	32,4	12.697	20,9
Legno e mobilio	442	8,1	2.210	4,0
Carta e stampa	259	5,8	505	2,4
Chimica, farmaceutica e petrolifero	297	8,6	610	3,1
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	251	6,3	844	3,6
Metalmeccanica	1.390	9,4	7.815	5,6
Elettrotecnica e strumentazione di precisione	239	7,4	552	2,5
Altre industrie manifatturiere	1.098	11,2	4.422	6,7
- altre industrie in senso stretto	197	6,2	629	2,5
Costruzioni	7.162	13,4	131.627	17,0

	IMPRESE STRANIERE			
	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Servizi	105.918	11,9	265.409	10,1
Commercio	48.115	13,6	162.695	14,1
Trasporto, logistica e magazzinaggio	2.085	11,9	11.671	7,8
Alloggio, ristorazione e servizi turistici	19.856	14,0	33.081	9,9
Media e comunicazione	284	7,0	595	2,6
Informatica e telecomunicazioni	1.876	8,7	5.303	5,9
Servizi finanziari e assicurativi	1.167	4,3	1.784	1,8
Servizi operativi	11.423	10,5	28.343	7,6
Attività professionali, scientifiche e tecniche	3.728	9,1	7.592	4,3
Sanità e assistenza sociale	1.037	6,2	590	2,1
Istruzione	731	7,6	700	3,2
Cultura e intrattenimento	1.606	8,8	2.541	4,2
Altre attività di servizi alla persona	12.590	10,4	7.610	9,1
Altri servizi	1.420	25,8	2.904	7,8
TOTALE*	148.966	11,1	467.022	9,8

* Il totale comprende anche le imprese non classificate.
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Dinamica delle imprese femminili straniere 2014-2019 per settore (valori assoluti e percentuali)

	VARIAZIONI (2014-2019)			
	STRANIERE	%	NON STRANIERE	%
Agricoltura, silvicoltura e pesca	1.044	15,8	-10.632	-5,0
Industria	3.299	16,3	-2.493	-1,9
Industria in senso stretto	2.212	15,7	-3.395	-4,0
- industria manifatturiera	2.158	15,4	-3.754	-4,5
Alimentare, bevande e tabacco	225	30,4	736	5,3
Tessile, abbigliamento, pelli e calzature	1.320	13,4	-3.051	-11,5
Legno e mobilio	30	7,3	-403	-7,5
Carta e stampa	5	2,0	-205	-4,6
Chimica, farmaceutica e petrolifero	40	15,6	-36	-1,1
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	14	5,9	-339	-8,4
Metalmeccanica	292	26,6	-18	-0,1
Elettrotecnica e strumentazione di precisione	15	6,7	-503	-14,4
Altre industrie manifatturiere	217	24,6	65	0,8
- altre industrie in senso stretto	54	37,8	359	13,8
Costruzioni	1.087	17,9	902	2,0

	VARIAZIONI (2014-2019)			
	STRANIERE	%	NON STRANIERE	%
Servizi	11.334	12,0	14.772	1,9
Commercio	4.700	10,8	-22.329	-6,8
Trasporto, logistica e magazzinaggio	461	28,4	759	5,2
Alloggio, ristorazione e servizi turistici	5.220	35,7	8.123	7,2
Media e comunicazione	4	1,4	40	1,1
Informatica e telecomunicazioni	61	3,4	1.727	9,7
Servizi finanziari e assicurativi	170	17,1	1.451	5,9
Servizi operativi	2.811	32,6	8.785	9,9
Attività professionali, scientifiche e tecniche	934	33,4	5.159	16,0
Sanità e assistenza sociale	341	49,0	2.078	15,3
Istruzione	170	30,3	1.283	16,8
Cultura e intrattenimento	385	31,5	1.278	8,3
Altre attività di servizi alla persona	3.804	43,3	6.236	6,1
Altri servizi	631	80,0	182	4,7
TOTALE*	27.569	22,7	10.511	0,9

* Il totale comprende anche le imprese non classificate.
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Quali sono i settori nei quali l’imprenditoria rosa straniera è più diffusa? Il 71% dell’imprenditoria femminile straniera, in Italia opera nel terziario: con circa 106 mila imprenditrici attive, questo settore rappresenta il più ampio bacino di imprenditoria femminile straniera. In particolare, il commercio resta di gran lunga il settore con la presenza più consistente di imprese femminili straniere (32,3%), seguito dai servizi di alloggio e ristorazione (13,3%).

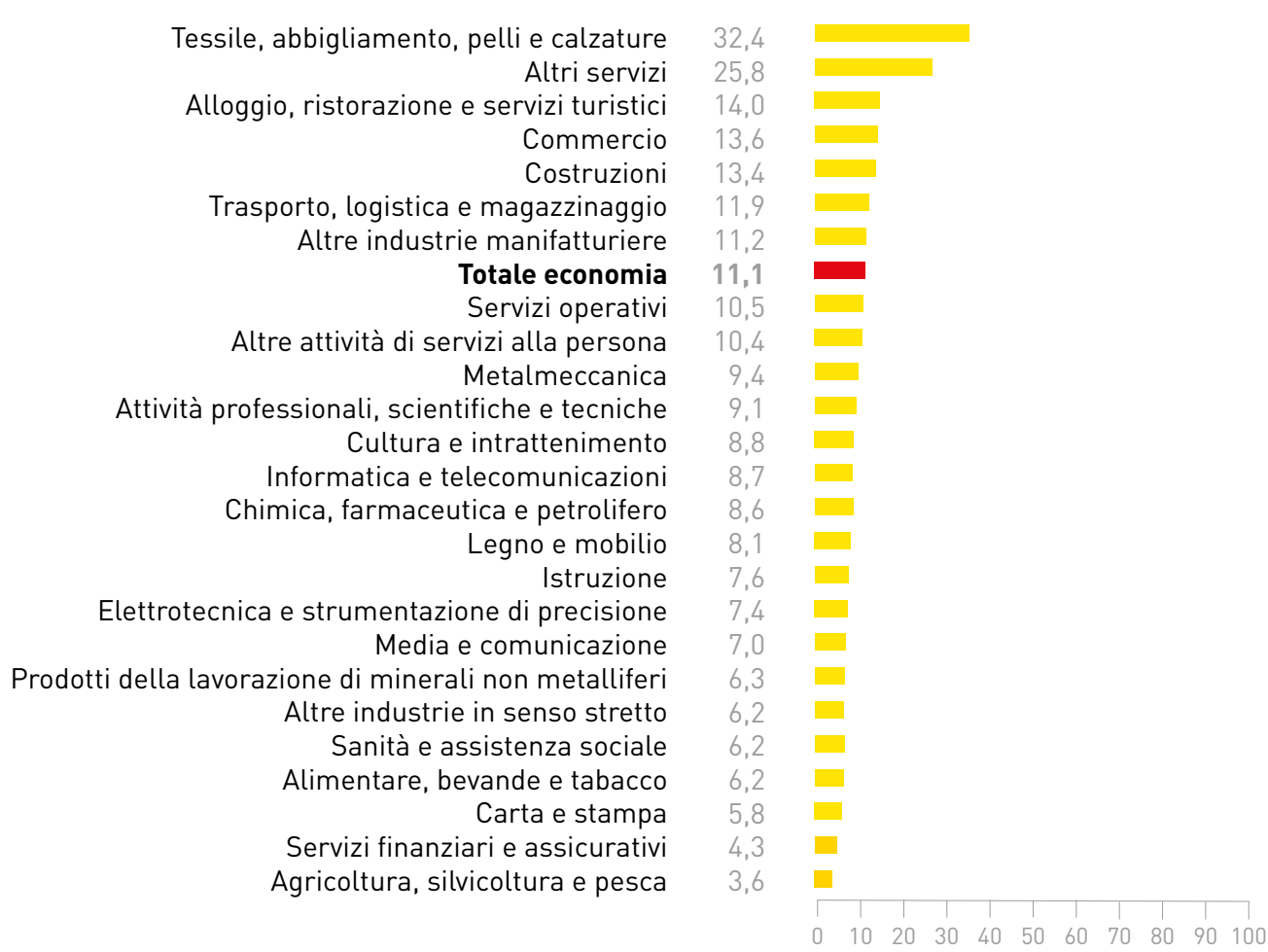
Se analizziamo invece i tassi di imprenditorialità straniera, corrispondenti alla quota di imprese straniere sul totale delle imprese, è significativa l’ampia presenza straniera nel settore della moda, dove oltre 32 imprese su 100, fra quelle femminili, sono straniere (circa 11 mila in valori assoluti). E, sebbene anche fra quelle maschili tale presenza sia significativa (20,9 su 100), resta comunque un forte gap rispetto a quanto registrato dal caso femminile. Si evince, quindi, come il sistema moda si dimostri, non solo un settore “femminile”, e “artigiano” come visto precedentemente, ma anche fortemente attrattivo per gli stranieri. Del resto, si tratta di un campo dove alla creatività e alla sua anima “femminile”, si affianca anche il fatto che dimostra di rispondere alle esigenze e alle aspirazioni di molte straniere che cercano lavoro in Italia, che portano con sé le tradizioni produttive del proprio paese di origine (si pensi, ad esempio, alle cinesi).

Altri ambiti nei quali le straniere riescono a sviluppare maggiormente il fare impresa sono quelli dell’alloggio, ristorazione e servizi turistici dove 14 imprese femminili su 100 sono guidate da straniere (la quota maschile non raggiunge il 10%), del commercio (13,6%) e dei trasporti, logistica e magazzinaggio dove la quota sfiora il12%. In questo caso, pensando soprattutto alle attività ricettive e ristorative, i fattori determinanti possono essere trovati nella flessibilità di gestione e facilità di avvio (ciò vale anche per il commercio, che presenta un tasso di imprenditoria straniera superiore alla media), dove si possono ben coniugare, peraltro, anche le stesse tradizioni di origine (si pensi, ad esempio, alla forte diffusione dei ristoranti etnici).

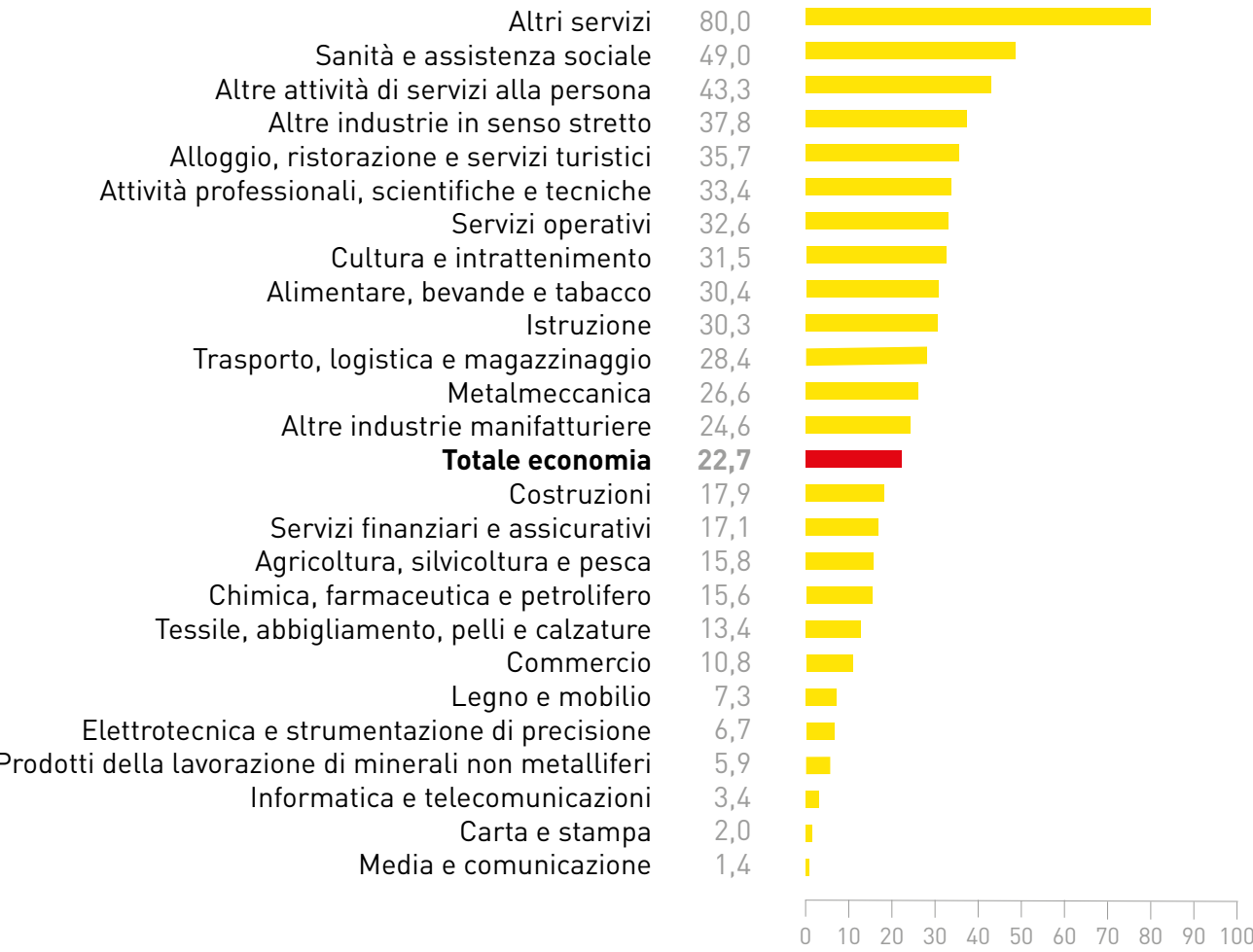
SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Comunque, in generale, la maggiore diffusione di imprese straniere nel tessuto produttivo femminile a confronto con quello maschile è rilevabile in quasi tutti i settori di attività economica: ciò, per certi versi, sembra dimostrare come il fare impresa si dimostri un importante fattore anche di inclusione socio-lavorativa, compensando i limiti di una domanda di lavoro dipendente, riservata agli stranieri, fortemente concentrata in impieghi di bassa qualifica e spesso legati a lavori

Graduatoria settoriale secondo la quota di imprese straniere femminili sul totale imprese femminili del settore, anno 2019 (valori %)



Graduatoria settoriale secondo la variazione 2014-2019 di imprese straniere femminili sul totale imprese femminili del settore, (valori %)



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme	Indagine: aspetti metodologici	Quadro generale	Occupazione	Unione Europea e imprenditorialità
	Settori e territori	Motivazioni a fare impresa	Occupazione in Italia	Imprese	Sistema camerale europeo: buone pratiche
	Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili	Ostacoli e frontiere della competitività	Occupazione alle dipendenze	Comportamenti delle imprese	
	Età e sopravvivenza delle imprese	Fonti di finanziamento	Ruolo in famiglia		
	Start-up innovative	Responsabilità sociale d’impresa	Donne nella ricerca		
	Mobilità geografica delle imprenditrici	Performance e internazionalizzazione			
	Donne nelle società: proprietà e management				

fisicamente impegnativi, essenzialmente diretta, quindi, a coloro di genere maschile. Guardando invece al tasso di multietnicità dell’imprenditoria femminile dal punto di vista dei territori, si osserva innanzitutto una minore diffusione di imprese straniere nel Mezzogiorno rispetto al Centro-Nord, trattandosi tuttavia di un aspetto che accomuna l’imprenditoria femminile a quella maschile. Del resto ciò non stupisce considerando che i flussi migratori tendono a dirigersi verso le aree del Paese più sviluppate, dove le opportunità di lavoro dipendente come le probabilità di successo imprenditoriale possono essere maggiori.

Nello specifico, sono oltre 112 mila le imprese femminili straniere presenti nell’Italia centro-settentrionale che costituiscono il 13,2% del tessuto imprenditoriale rosa dell’area contro una quota dell’11,4% per quelle maschili. Particolarmente elevata è la quota delle regioni centrali (13,5%) non a caso quelle in cui è maggiormente diffuso il settore “moda”. Nel Mezzogiorno, le oltre 36 mila imprese femminili sempre a guida straniera rappresentano il 7,5% del totale. Lombardia, Lazio e Toscana sono le regioni con il numero più elevato di iniziative femminili straniere in Italia, con quasi 60 mila imprese, ovvero il 40% di quelle complessivamente fondate da imprenditrici immigrate. La Toscana in particolare, con oltre 15 mila imprese femminili straniere, si colloca al primo posto per quota di imprese straniere sul totale delle imprese femminili, 16,4%, effetto anche della sua elevata specializzazione nel settore della moda dove, come appena visto sopra, è forte la componente straniera.

Non a caso, al primo posto della graduatoria provinciale per presenza straniera nell’imprenditoria femminile si trova Prato (43,1%; circa 3,5 mila imprese femminili straniere), che stacca nettamente Firenze (20,6%; circa 5 mila) al secondo posto. Oltre alla Toscana si distinguono la Lombardia ed il Friuli-Venezia Giulia (circa il 14% delle imprese femminili della regione sono straniere, in entrambi i casi; rispettivamente oltre 25 mila e circa 3.000), con le province di Milano e Trieste (circa il 19% in ciascun caso) al terzo e al quarto posto della graduatoria. Seguono poi regioni come, l’Emilia-Romagna, il Veneto e il Lazio (le quote oscillano tra il 12 e il 13%) dove, molto verosimilmente, l’effetto “turismo” potrebbe contribuire non poco a spiegare i valori più alti della media nazionale. Non a caso, tra le rispettive province presenti nella top-ten compaiono Reggio Emilia (al sesto posto: 16,7%), Verona (al decimo posto: 14,1%) e Roma (all’ottavo posto: 14,4%). Guardando, invece, all’incidenza delle iniziative straniere femminili sul totale delle imprese straniere la classifica regionale vede in testa il Molise (34,9%), seguito dalla Basilicata (33,2%) e dall’Abruzzo (31,5%), con una distribuzione geografica che ricalca quella femminile complessiva.

Da un punto di vista dinamico, tra il 2014 ed il 2019, la crescita delle imprese femminili straniere supera quella delle maschili sempre straniere (+22,7% contro +15,8%). Il trend sembra essere molto positivo soprattutto per il Centro Nord (+22.112 imprese, +24,5%) mentre per il Mezzogiorno la crescita appare leggermente più contenuta (+5.457, +17,5%). Tra le regioni spicca la Lombardia con una variazione dello stock di quasi 6.000 imprese (+28,3%), seguita dal Lazio (poco meno di 4 mila imprese in più con una variazione pari al 25,7%). Molto bene anche la dinamica delle imprese straniere in Campania, con oltre 2,5 mila unità in più fa segnare

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Imprese femminili e maschili straniere per regione e macro-ripartizione geografica, anno 2019 (valori assoluti)

	IMPRESE STRANIERE			
	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Piemonte	10.664	11,0	34.121	10,3
Valle d’Aosta	191	6,5	526	5,6
Lombardia	25.895	14,4	92.589	11,9
Trentino-A.A.	1.860	9,4	5.951	6,6
Veneto	12.614	12,9	38.945	10,1
Friuli-V.G.	3.214	14,0	9.030	11,4
Liguria	4.339	12,0	17.498	13,9
Emilia-Romagna	12.612	13,4	41.889	11,7
Toscana	15.629	16,4	42.214	13,3
Umbria	2.448	10,4	6.337	8,9
Marche	4.551	11,7	11.699	9,0
Lazio	18.365	12,5	63.782	12,4
Abruzzo	4.539	11,8	9.848	8,9

	IMPRESE STRANIERE			
	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Molise	775	7,9	1.446	5,6
Campania	11.015	8,0	36.111	7,8
Puglia	5.211	5,9	14.564	5,0
Basilicata	742	4,6	1.493	3,4
Calabria	3.766	8,5	11.037	7,7
Sicilia	7.962	7,0	20.038	5,7
Sardegna	2.574	6,6	7.904	6,0
Nord-Ovest	41.089	13,0	144.734	11,6
Nord-Est	30.300	12,9	95.815	10,5
Centro	40.993	13,5	124.032	12,0
Centro-Nord	112.382	13,2	364.581	11,4
Sud e Isole	36.584	7,5	102.441	6,6
Italia	148.966	11,1	467.022	9,8

Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Dinamica delle imprese femminili straniere 2014-2019 per regione e macro-ripartizione geografica a confronto con quella maschile (valori assoluti e %)

	VARIAZIONI (2014-2019)			
	FEMMINILI	%	MASCHILI	%
Piemonte	2.035	23,6	3.308	10,7
Valle d'Aosta	25	15,1	1	0,2
Lombardia	5.713	28,3	13.129	16,5
Trentino-A.A.	401	27,5	449	8,2
Veneto	2.564	25,5	4.356	12,6
Friuli- V.G.	478	17,5	567	6,7
Liguria	954	28,2	2.605	17,5
Emilia-Romagna	2.650	26,6	4.695	12,6
Toscana	2.772	21,6	5.116	13,8
Umbria	273	12,6	684	12,1
Marche	489	12,0	981	9,2
Lazio	3.758	25,7	11.114	21,1
Abruzzo	467	11,5	918	10,3

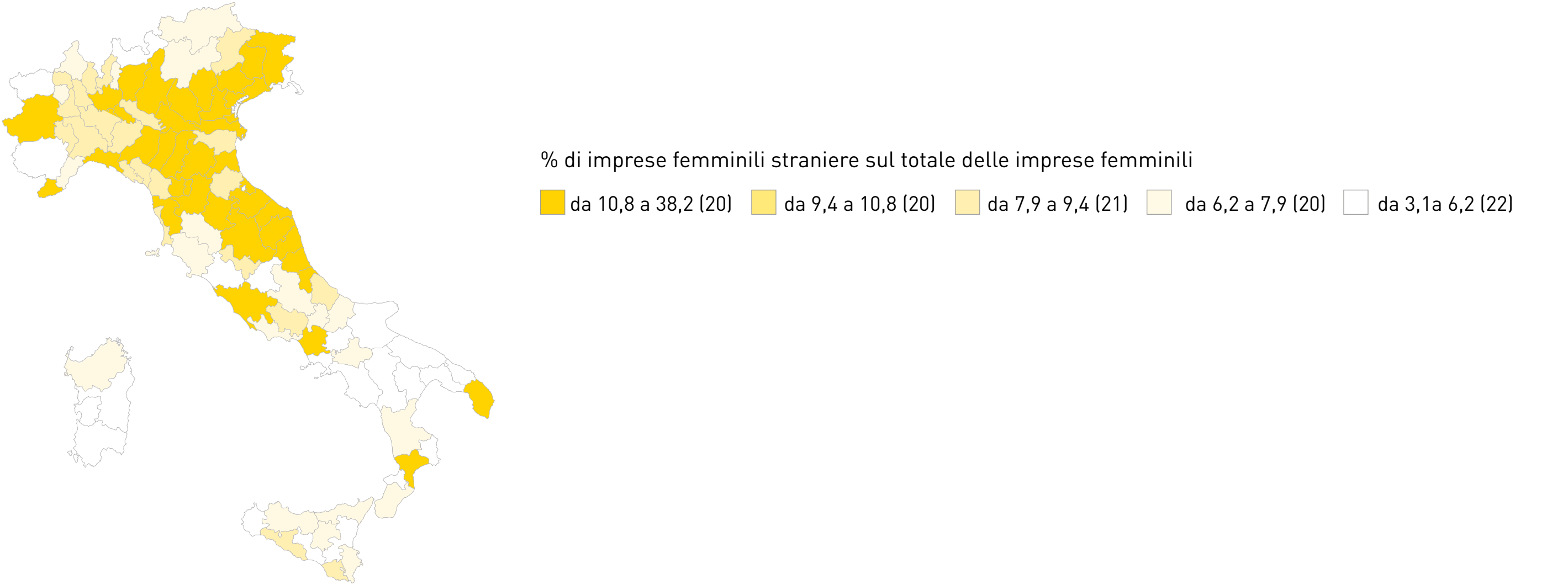
	VARIAZIONI (2014-2019)			
	FEMMINILI	%	MASCHILI	%
Molise	86	12,5	158	12,3
Campania	2.515	29,6	11.181	44,8
Puglia	699	15,5	1.704	13,3
Basilicata	89	13,6	222	17,5
Calabria	463	14,0	1.420	14,8
Sicilia	746	10,3	709	3,7
Sardegna	392	18,0	428	5,7
Nord-Ovest	8.727	27,0	19.043	15,2
Nord-Est	6.093	25,2	10.067	11,7
Centro	7.292	21,6	17.895	16,9
Centro-Nord	22.112	24,5	47.005	14,8
Sud e Isole	5.457	17,5	16.740	19,5
Italia	27.569	22,7	63.745	15,8

Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

un +29,6% rispetto al 2014.
Ma quali sono le comunità straniere prevalenti all'interno dell'imprenditoria del Paese? Per rispondere a questa domanda è necessario ricorrere alle statistiche sullo Stato di nascita dei titolari di ditte individuali, in modo da cogliere esattamente la figura dell'imprenditore, visto che se ci si rifacesse anche ai soci, unitamente

Incidenza percentuale delle imprese femminili straniere sul totale delle imprese femminili per provincia, anno 2019 (classi di valori percentuali)



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

a tutte le forme giuridiche, sarebbe difficile individuare l’esatta nazionalità della “guida” dell’impresa. Sebbene tale scelta possa essere parziale, è altrettanto vero che coglie una parte veramente ampia del tessuto imprenditoriale, anche solo considerando che le

Primi tre Stati di nascita delle titolari femminili di ditte individuali, per settore di attività economica, anno 2019 (valori assoluti e percentuali)

	STATO	NUMERO DI TITOLARI	% TITOLARI STRANIERI DEL SETTORE	STATO	NUMERO DI TITOLARI	% TITOLARI STRANIERI DEL SETTORE	STATO	NUMERO DI TITOLARI	% TITOLARI STRANIERI DEL SETTORE
Agricoltura, silvicoltura e pesca	Germania	1.060	14,9	Svizzera	996	14,0	Romania	805	11,3
Industria in senso stretto	Cina	8.129	60,5	Romania	863	6,4	Marocco	442	3,3
Costruzioni	Romania	1.281	30,4	Albania	536	12,7	Macedonia	206	4,9
Servizi	Cina	17.252	19,9	Romania	9.148	10,6	Marocco	7.156	8,3
TOTALE*	Cina	26.113	22,5	Romania	12.914	11,1	Marocco	8.256	7,1

ditte individuali rappresentano, come visto nella parte iniziale del presente rapporto, ben circa i due terzi dell’imprenditoria femminile. Il primato cinese trova ampie conferme anche a livello territoriale, dal momento che primeggia in ben 11 regioni su 20, da Nord a Sud senza particolari distinzioni. Oltre alle comunità rumena e marocchina, merita evidenziare la presenza, tra gli altri paesi, della comunità svizzera che occupa il primo posto in Basilicata, Molise e Puglia e quella tedesca, che occupa il secondo posto in molte delle regioni meridionali (Molise, Basilicata, Calabria, Sicilia e Sardegna), oltre il primo nel Trentino-Alto Adige. In generale, le ragioni che risiedono dietro a tutte queste evidenze possono essere diverse: immigrazione, pensando ai cinesi, ai rumeni, ai marocchini e ai nigeriani (presenti in particolare modo nel Veneto, nel Lazio e in Campania); ragioni “geografiche” riguardo, ad esempio, al primo posto delle tedesche in Trentino-Alto

* Il totale comprende anche le imprese non classificate.
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Primi tre Stati di nascita delle titolari femminili di ditte individuali, per regione, anno 2019 (valori assoluti e percentuali)

	STATO	NUMERO DI TITOLARI	% TITOLARI STRANIERI DELLA REGIONE	STATO	NUMERO DI TITOLARI	% TITOLARI STRANIERI DELLA REGIONE	STATO	NUMERO DI TITOLARI	% TITOLARI STRANIERI DELLA REGIONE
Piemonte	Romania	1.844	20,3	Cina	1.414	15,6	Marocco	1.082	11,9
Valle d'Aosta	Romania	24	14,0	Cina	18	10,5	Francia	17	9,9
Lombardia	Cina	5.880	29,8	Romania	1.819	9,2	Marocco	1.212	6,2
Trentino-A.A.	Germania	185	12,6	Cina	166	11,3	Romania	119	8,1
Veneto	Cina	2.912	29,6	Romania	1.092	11,1	Nigeria	801	8,1
Friuli-V.G.	Cina	388	15,2	Romania	218	8,5	Svizzera	206	8,0
Liguria	Cina	560	15,9	Romania	336	9,5	Marocco	301	8,5
Emilia-Romagna	Cina	2.497	25,0	Romania	1.142	11,4	Marocco	578	5,8
Toscana	Cina	4.962	38,7	Romania	1.334	10,4	Marocco	655	5,1
Umbria	Romania	317	17,7	Cina	205	11,4	Marocco	159	8,9
Marche	Cina	866	24,2	Romania	430	12,0	Albania	184	5,1
Lazio	Romania	2.048	17,1	Cina	1.899	15,8	Nigeria	887	7,4
Abruzzo	Cina	450	13,2	Romania	431	12,6	Svizzera	380	11,1
Molise	Svizzera	96	16,2	Germania	87	14,7	Romania	57	9,6
Campania	Cina	1.543	17,1	Nigeria	1.262	14,0	Svizzera	748	8,3
Puglia	Svizzera	659	15,7	Cina	643	15,3	Germania	521	12,4
Basilicata	Svizzera	130	22,4	Germania	100	17,2	Romania	67	11,5
Calabria	Marocco	956	29,7	Germania	309	9,6	Cina	291	9,0
Sicilia	Cina	999	15,2	Germania	995	15,1	Marocco	671	10,2
Sardegna	Cina	350	17,4	Germania	201	10,0	Romania	186	9,2
Italia	Cina	26.113	22,5	Romania	12.914	11,1	Marocco	8.256	7,1

Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Adige; ragioni di rientro di figli di italiani nati all'estero, verosimilmente accostabili al caso della prevalenza della comunità tedesca al Meridione. Un'altra importante componente della base imprenditoriale femminile è quella giovanile. Il considerevole ruolo che attualmente gioca l'imprenditoria femminile nel tessuto produttivo del Paese passa, in una visione prospettica, dalle dimensioni dell'imprenditorialità giovanile, fonte di garanzia per l'affermazione, anche nel domani, delle donne come imprenditrici. Chiaramente, la nascita di imprese femminili guidate da giovani donne contribuisce in modo determinante a rafforzare di nuove competenze e know-how la forza imprenditoriale del Paese, perché, più in generale i giovani, sono portatori di novità prodotti e servizi, spesso innovativi tanto nella loro concezione quanto nel loro contenuto tecnologico, a cui si potrebbe ricollegare anche un aumento dell'efficienza della produzione¹⁹. Infatti, i risultati dell'indagine sulle imprese rivelano come esista un effetto generazione secondo cui i giovani imprenditori under 35, anche all'interno della componente femminile, abbiamo una maggiore propensione all'innovazione e all'adozione di tecnologie 4.0, rispetto agli imprenditori over 35. Le imprese femminili giovanili²⁰ registrate al 31-12-2019 localizzate sul territorio nazionale ammontano a oltre 161 mila unità, e rappresentano il 12% di quelle femminili complessivamente registrate mentre all'interno dell'imprenditoria maschile, le imprese giovanili sono l'8,4%. Quindi l'imprenditoria femminile è anche quella più giovanile. Una evidenza che suffraga maggiormente l'importanza dell'impegno delle politiche a favore dell'imprenditorialità rosa, perché sostenere le

¹⁹ Per certi versi, vedendo l'imprenditorialità giovanile secondo l'ottica del turn-over rispetto a quella non più giovanile, si potrebbe parlare anche di un processo di “distruzione creatrice”, che vede l'innesto nel sistema economico di nuove forze innovative (cfr. Scarpetta S., Hemmings P., Tresselt T., Woo J., The Role of Policy and Institutions for productivity and Firm Dynamics: evidence from Micro and Industry Data, OECD Working Papers, n.329, 2002).

²⁰ La definizione di impresa giovanile è stata costruita applicando il medesimo algoritmo (vedi cap.1 del presente Rapporto) utilizzato per perimetrare le imprese femminili, con la sola differenza di sostituzione del genere con l'età adottando 35 anni come limite massimo di età.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Imprese femminili e maschili giovanili per settore di attività economica, anno 2019 (valori assoluti e percentuali)

	IMPRESE GIOVANILI			
	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Agricoltura, silvicoltura e pesca	14.242	6,8	42.841	8,1
Industria	14.916	9,8	84.964	6,7
Industria in senso stretto	8.770	8,9	23.226	4,8
- industria manifatturiera	8.505	8,9	22.330	4,8
Alimentare, bevande e tabacco	1.791	11,4	3.919	7,1
Tessile, abbigliamento, pelli e calzature	3.019	8,7	3.207	5,3
Legno e mobilio	385	7,1	2.000	3,6
Carta e stampa	379	8,5	840	4,0
Chimica, farmaceutica e petrolifero	241	7,0	621	3,2
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	217	5,5	844	3,6
Metalmeccanica	1.222	8,2	5.818	4,2
Elettrotecnica e strumentazione di precisione	205	6,4	654	3,0
Altre industrie manifatturiere	1.046	10,7	4.427	6,7
- altre industrie in senso stretto	265	8,4	896	3,5
Costruzioni	6.146	11,5	61.738	8,0

	IMPRESE GIOVANILI			
	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Servizi	113.905	12,8	234.219	8,9
Commercio	42.777	12,1	107.011	9,2
Trasporto, logistica e magazzinaggio	1.979	11,3	8.943	6,0
Alloggio, ristorazione e servizi turistici	21.474	15,2	40.969	12,2
Media e comunicazione	299	7,4	1.284	5,5
Informatica e telecomunicazioni	2.373	11,1	8.314	9,3
Servizi finanziari e assicurativi	4.372	16,0	9.220	9,3
Servizi operativi	9.412	8,7	24.865	6,7
Attività professionali, scientifiche e tecniche	5.247	12,8	12.018	6,8
Sanità e assistenza sociale	1.740	10,4	1.352	4,9
Istruzione	889	9,2	1.037	4,7
Cultura e intrattenimento	2.449	13,3	5.712	9,5
Altre attività di servizi alla persona	20.264	16,7	10.631	12,7
Altri servizi	630	11,4	2.863	7,7
TOTALE*	161.101	12,0	399.778	8,4

imprese femminili significa anche sostenere maggiormente l'imprenditoria giovanile. Resta però il fatto che il mantenimento in termini di speranza di vita (si veda paragrafo “Età e sopravvivenza delle imprese”), se non l’ampliamento, di questo “capitale” di giovani imprenditori e il contestuale rafforzamento del suo “rendimento” in termini di competitività, passano senz’altro anche da profondi e strutturali supporti all’imprenditorialità giovanile, che poggiano sui tre pilastri individuati dalla Commissione europea nel suo Action Plan 2020: a) l’istruzione e la formazione imprenditoriale, attraverso la trasmissione delle competenze chiave dell’imprenditorialità sin dai primi cicli di istruzione, prevedendo anche forme di esperienza pratica sul campo, così come nei confronti dei Neet; b) la creazione di un contesto più ottimale, favorendo l’accesso al credito, potenziando forme come venture

* Il totale comprende anche le imprese non classificate.
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

capital, business angels e crowdfunding (a questo riguardo si sottolinea come l’indagine evidenzi proprio uno scarso ricorso a forme di finanziamento più innovative come queste), così come la facilitazione nell’utilizzo delle reti e delle tecnologie, nonché i programmi di mentorship e lo sviluppo di reti di conoscenza, grazie alle quali i giovani imprenditori possono entrare in contatto con altri attori (istituzioni, finanziatori, centri di ricerca), esperienze e progetti; c) la promozione di una visione più dinamica della cultura d’impresa, agevolando il fare impresa da parte delle categorie più svantaggiate come le donne e i giovani, in generale, e promuovendo il miglioramento della percezione della valenza economica e sociale dell’imprenditorialità²¹.

Comunque, entrando tra le maglie del sistema economico italiano si scopre come la maggiore presenza di imprese giovanili nel contesto imprenditoriale femminile, rispetto a quello maschile, è comune a quasi tutti i settori di attività economica. Nel 2019 il settore che vanta il più alto tasso di imprenditorialità giovanile (rapporto tra imprese giovanili e totale imprese), all’interno dell’imprenditoria rosa, è quello che comprende altre attività di servizi alla persona dove 16,7 imprese femminili su 100 sono giovanili (oltre 20 mila imprese): qui, la nuova gamma di servizi innovativi legati alla cura della persona e al wellness (servizi di parrucchieri e istituti di bellezza, ad esempio) ben si coniugano con le attitudini e la creatività delle giovani donne.

L’apporto delle giovani al tessuto imprenditoriale femminile risulta importante anche nel settore dei servizi finanziari e assicurativi dove infatti sono 16 su 100 (sempre nell’ambito dell’imprenditoria rosa), percentuale di quasi il 7% più alta rispetto alla media maschile. Particolarmente elevato risulta il tasso di imprenditorialità giovanile anche nel settore dell’alloggio, ristorazione e servizi turistici, dove circa 15 imprese femminili su 100 sono guidate da under 35 (oltre 21 mila imprese) contro le 12,2 maschili.

Degno di nota è il “rapporto positivo” tra giovani donne imprenditrici ed il settore che comprende le attività professionali, scientifiche e tecniche. In questo comparto il tessuto imprenditoriale rosa è costituito per 12,8 casi su 100 da imprese giovanili (oltre 5 mila in termini assoluti), dimostrandosi un rapporto non solo lievemente superiore alla media generale dell’intera economia femminile (12%), ma soprattutto rispetto al corrispondente rapporto registrato nel caso delle imprese maschili (nello stesso settore, le imprese giovanili maschili sono il 6,8% del totale imprese di tale genere). Una ulteriore conferma di come la nuova imprenditoria rosa stia guardando anche ad ambiti ad alto contenuto scientifico rispetto ai settori storicamente più tradizionali a basso valore aggiunto.

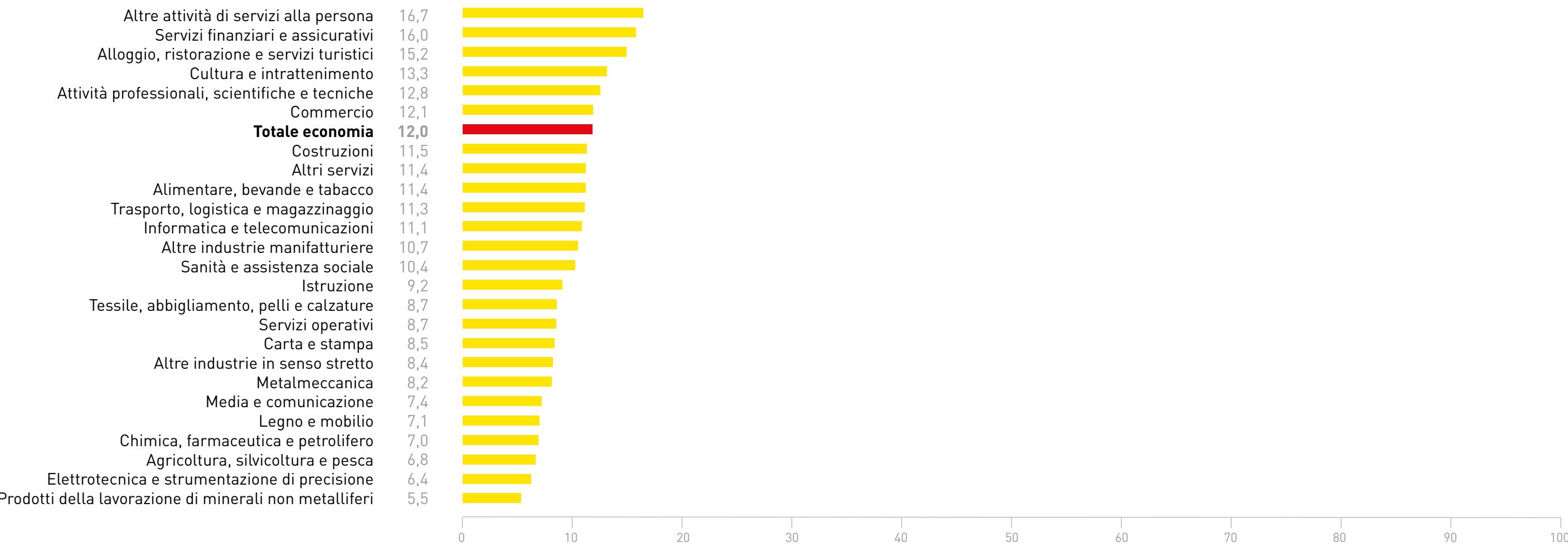
Nel campo industriale, le giovani imprenditrici svolgono un ruolo in misura lievemente superiore nel settore alimentare (11,4% la quota di imprese giovanili rosa sul totale delle imprese femminili del settore, contro una media dell’industria manifatturiera dell’8,9%) e nelle “altre industrie manifatturiere” (10,7%). Non spicca il settore a forte connotazione femminile riconducibile al sistema moda, dove le imprese femminili giovanili sono l’8,7% del totale imprenditoriale rosa del comparto. Se è vero che l’industria rappresenta certamente un terreno meno fertile per fare impresa per un giovane dati anche i più complessi processi produttivi che comporta, ai quali si ricollegano molto spesso investimenti iniziali maggiori, è altrettanto vero che è indispensabile non disperdere l’enorme patrimonio di quel “saper produrre” manufatti che ha fatto il successo della nostra economia grazie alla loro qualità e originalità. E qui si chiama in causa soprattutto il mondo dell’artigianato artistico di diretta espressione del made in Italy, dove, come visto, le imprese femminili sono aumentate a differenza di quelle maschili.

²¹ Per un’analisi più dettagliata delle misure di policy a favore dell’imprenditorialità, cfr. Unioncamere, Giovani, imprese e lavoro, 2013, p. 181 e ss.

Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Graduatoria settoriale secondo la quota di imprese giovanili femminili sul totale imprese femminili del settore, anno 2019 (valori percentuali)



SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme	Indagine: aspetti metodologici	Quadro generale	Occupazione	Unione Europea e imprenditorialità
	Settori e territori	Motivazioni a fare impresa	Occupazione in Italia	Imprese	Sistema camerale europeo: buone pratiche
	Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili	Ostacoli e frontiere della competitività	Occupazione alle dipendenze	Comportamenti delle imprese	
	Età e sopravvivenza delle imprese	Fonti di finanziamento	Ruolo in famiglia		
	Start-up innovative	Responsabilità sociale d'impresa	Donne nella ricerca		
	Mobilità geografica delle imprenditrici	Performance e internazionalizzazione			
	Donne nelle società: proprietà e management				

Dinamica delle imprese femminili giovanili 2014-2019 per settore di attività economica a confronto con quella maschile (valori assoluti e percentuali)

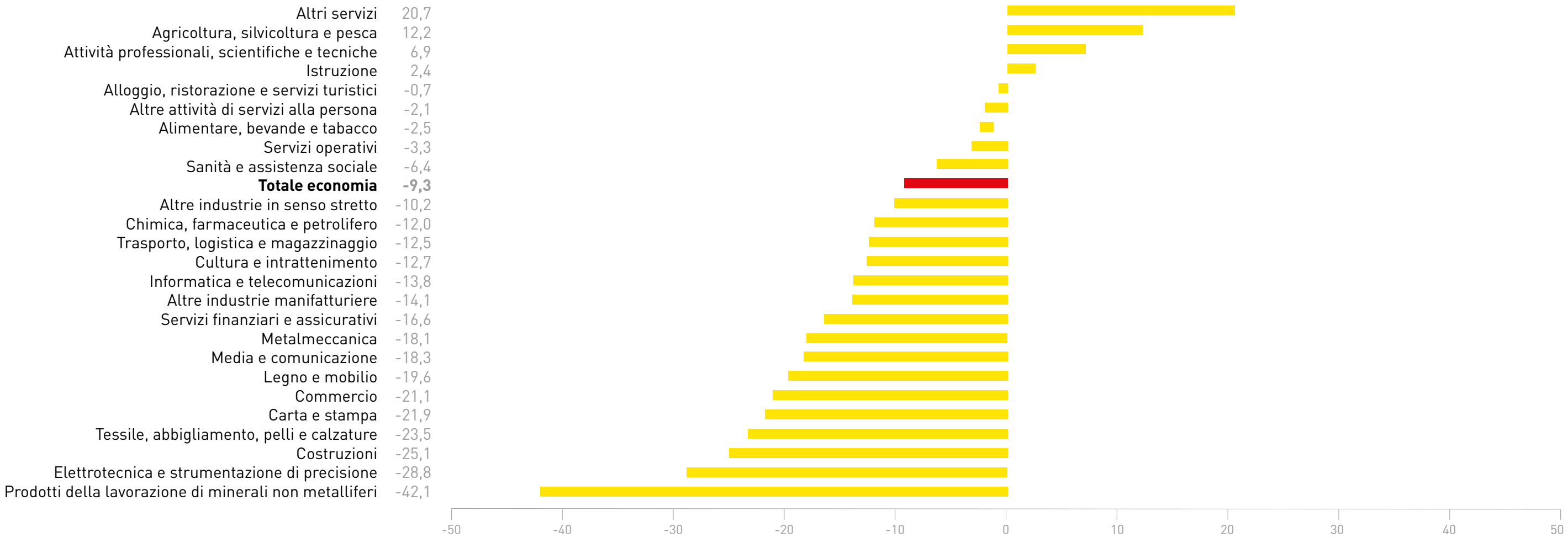
	VARIAZIONI (2014-2019)			
	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Agricoltura, silvicoltura e pesca	1.545	12,2	4.440	11,6
Industria	-3.979	-21,1	-38.362	-31,1
Industria in senso stretto	-1.917	-17,9	-5.952	-20,4
- industria manifatturiera	-1.887	-18,2	-5.769	-20,5
Alimentare, bevande e tabacco	-46	-2,5	-185	-4,5
Tessile, abbigliamento, pelli e calzature	-926	-23,5	-1.194	-27,1
Legno e mobilio	-94	-19,6	-1.008	-33,5
Carta e stampa	-106	-21,9	-370	-30,6
Chimica, farmaceutica e petrolifero	-33	-12,0	-92	-12,9
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	-158	-42,1	-354	-29,5
Metalmeccanica	-270	-18,1	-1.895	-24,6
Elettrotecnica e strumentazione di precisione	-83	-28,8	-281	-30,1
Altre industrie manifatturiere	-171	-14,1	-390	-8,1
- altre industrie in senso stretto	-30	-10,2	-183	-17,0
Costruzioni	-2.062	-25,1	-32.410	-34,4

	VARIAZIONI (2014-2019)			
	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Servizi	-32.213	-22,0	-65.955	-22,0
Commercio	-11.464	-21,1	-21.475	-16,7
Trasporto, logistica e magazzinaggio	-282	-12,5	-1.310	-12,8
Alloggio, ristorazione e servizi turistici	-158	-0,7	-700	-1,7
Media e comunicazione	-67	-18,3	-21	-1,6
Informatica e telecomunicazioni	-381	-13,8	-1.391	-14,3
Servizi finanziari e assicurativi	-869	-16,6	-1.426	-13,4
Servizi operativi	-323	-3,3	-667	-2,6
Attività professionali, scientifiche e tecniche	338	6,9	-119	-1,0
Sanità e assistenza sociale	-119	-6,4	25	1,9
Istruzione	21	2,4	57	5,8
Cultura e intrattenimento	-356	-12,7	-202	-3,4
Altre attività di servizi alla persona	-428	-2,1	1.130	11,9
Altri servizi	108	20,7	-554	-16,2
TOTALE*	-16.609	-9,3	-62.123	-13,4

* Il totale comprende anche le imprese non classificate.
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

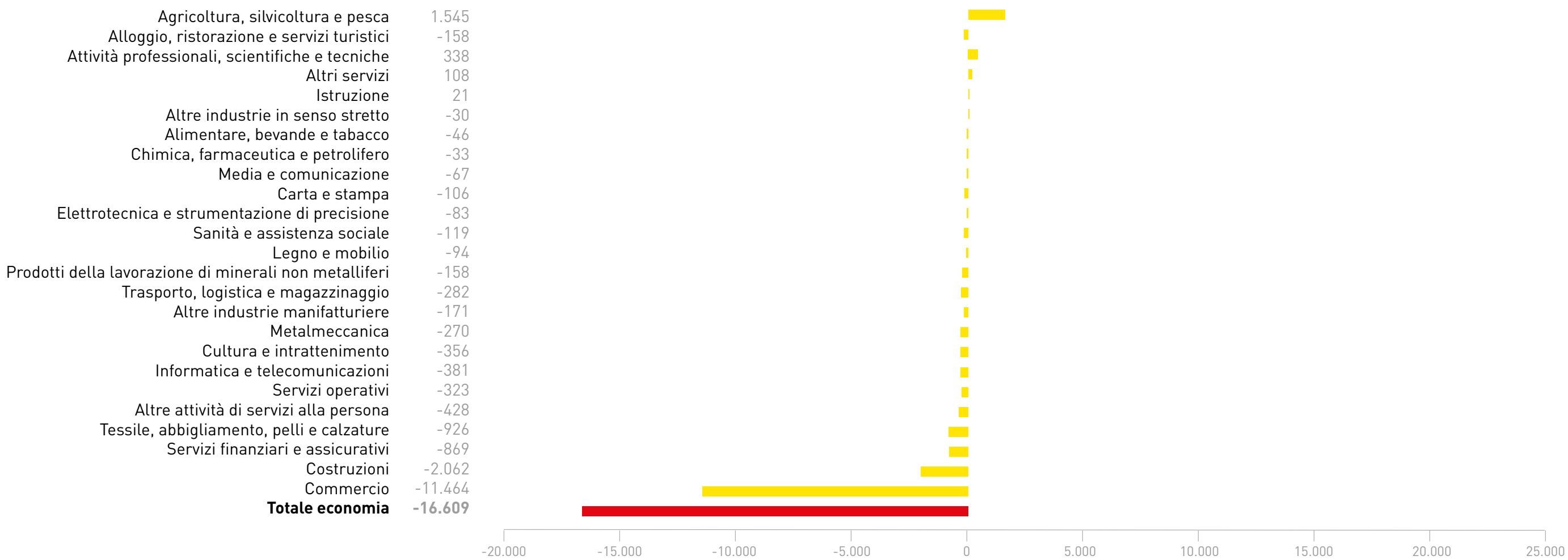
Graduatoria settoriale secondo la variazione 2014-2019 di imprese giovanili femminili sul totale imprese femminili del settore (valori percentuali)



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Graduatoria settoriale secondo la variazione 2014-2019 di imprese giovanili femminili sul totale imprese femminili del settore (valori assoluti)



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme	Indagine: aspetti metodologici	Quadro generale	Occupazione	Unione Europea e imprenditorialità
	Settori e territori	Motivazioni a fare impresa	Occupazione in Italia	Imprese	Sistema camerale europeo: buone pratiche
	Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili	Ostacoli e frontiere della competitività	Occupazione alle dipendenze	Comportamenti delle imprese	
	Età e sopravvivenza delle imprese	Fonti di finanziamento	Ruolo in famiglia		
	Start-up innovative	Responsabilità sociale d’impresa	Donne nella ricerca		
	Mobilità geografica delle imprenditrici	Performance e internazionalizzazione			
	Donne nelle società: proprietà e management				

Puntando la lente sulla dinamica tra il 2014 ed il 2019, l’imprenditoria femminile giovanile, si trova a vivere un trend negativo in quasi tutti i settori: solamente il comparto dell’agricoltura registra un aumento (12,2% con oltre 1.500 imprese in più). In particolare, in diminuzione ritroviamo le attività commerciali (una contrazione di oltre 11.000 imprese) ed il settore della moda, -926 unità. Dal dato analizzato a livello di area geografica, pesando il numero delle imprese giovanili di ogni singola macro area sul totale delle imprese femminili di ciascuna, emerge, analogamente a quanto osservato per le aziende femminili nel loro complesso una maggiore concentrazione nel Mezzogiorno (14% circa 70 mila in valore assoluto) e nell’Italia centrale (10,9%, circa 33 mila unità). Anche in questo caso, la presenza giovanile si dimostra più intensa rispetto a quanto avviene all’interno dell’imprenditoria maschile, in cui le imprese giovanili, sempre nel Mezzogiorno, sono il 10,7%.

Imprese femminili e maschili giovanili per regione e macro-ripartizione geografica, anno 2019 (valori assoluti e percentuali)

	IMPRESE GIOVANILI			
	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Piemonte	10.844	11,2	27.968	8,4
Valle d’Aosta	324	11,0	802	8,5
Lombardia	21.120	11,8	55.578	7,2
Trentino-A.A.	2.242	11,3	7.305	8,1
Veneto	10.425	10,7	25.034	6,5
Friuli-V.G.	2.260	9,9	4.971	6,3
Liguria	3.631	10,1	9.477	7,5
Emilia-Romagna	9.134	9,7	23.209	6,5
Toscana	9.833	10,3	22.623	7,1
Umbria	2.422	10,3	5.263	7,4
Marche	3.865	10,0	9.133	7,0
Lazio	17.078	11,7	41.562	8,1
Abruzzo	4.021	10,4	9.205	8,4

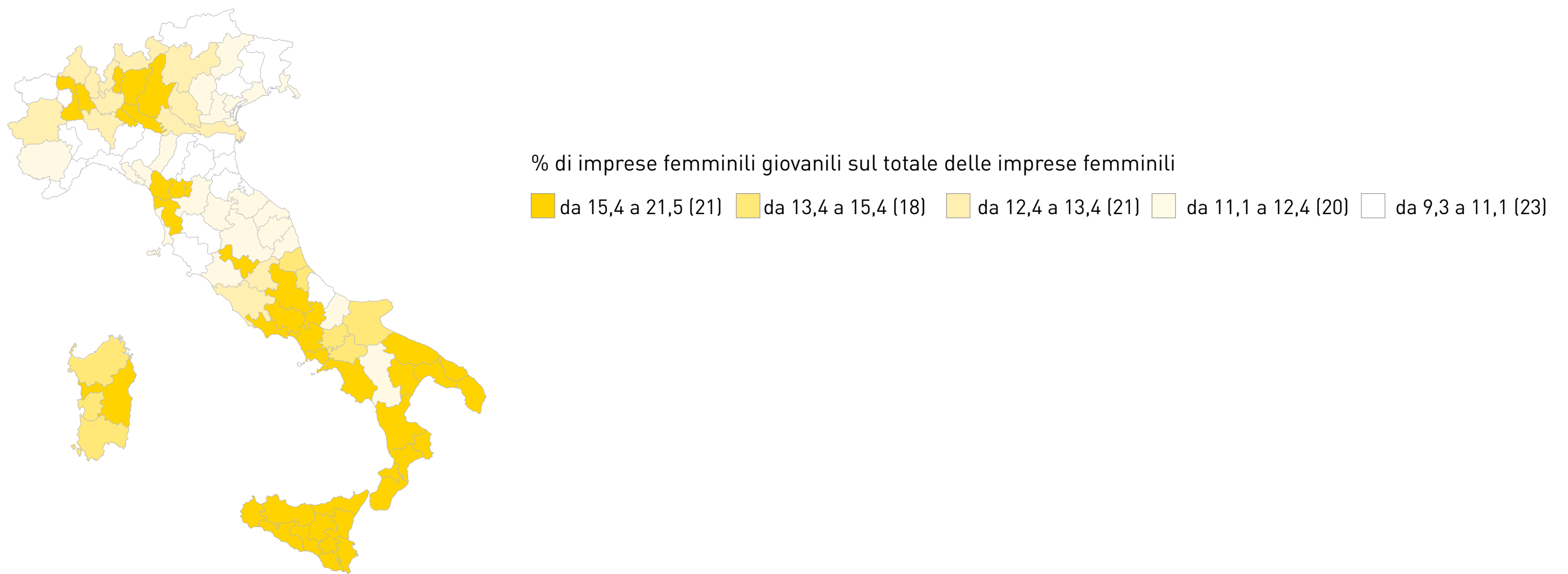
	IMPRESE GIOVANILI			
	IMPRESE FEMMINILI	%	IMPRESE MASCHILI	%
Molise	1.055	10,7	2.535	9,9
Campania	21.991	16,0	53.925	11,7
Puglia	11.500	13,1	29.757	10,1
Basilicata	1.873	11,6	4.376	9,9
Calabria	6.750	15,3	16.968	11,9
Sicilia	16.161	14,1	38.968	11,0
Sardegna	4.572	11,8	11.119	8,5
Nord-Ovest	35.919	11,4	93.825	7,6
Nord-Est	24.061	10,3	60.519	6,6
Centro	33.198	10,9	78.581	7,6
Centro-Nord	93.178	10,9	232.925	7,3
Sud e Isole	67.923	14,0	166.853	10,7
Italia	161.101	12,0	399.778	8,4

Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Certo è che, molto verosimilmente, la più elevata diffusione dei giovani imprenditori al Meridione potrebbe essere l'effetto anche delle elevate difficoltà per le giovani leve di accedere ad un lavoro dipendente, tali da spingere con decisione la scelta verso l'avventura imprenditoriale. Ciò non toglie comunque la valenza dell'imprenditorialità come via di accesso al mondo del lavoro e motore dello sviluppo economico, se ben accompagnata nella fase di start-up prima per sostenerne la speranza di vita, e affermazione aziendale nei mercati domestici ed esteri, poi.

Incidenza percentuale delle imprese femminili giovanili sul totale delle imprese femminili per provincia, anno 2019 (classi di valori percentuali)



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Il dettaglio regionale mostra una incidenza maggiore alla media nazionale (12%) in tutte le regioni dell'Italia meridionale, con le sole eccezioni di Molise ed Abruzzo (attorno all'11%). Il peso maggiore lo troviamo in Campania (16% la percentuale di imprese giovanili all'interno del tessuto imprenditoriale rosa della regione; quasi 22 mila). Seguono la Calabria (15,3%; circa 7 mila), la Sicilia (14,1%; più di 16 mila) e la Puglia (13,1%; 11.500). A livello provinciale, non stupisce, dunque, trovare nella top-ten della graduatoria decrescente secondo il tasso di imprenditorialità giovanile, sempre con riferimento al genere femminile, tutte realtà meridionali, di cui ben quattro calabresi: Crotone (17,1% al secondo posto), Catanzaro (12,2% al terzo posto), Reggio Calabria (15,4%, settimo posto) e Vibo Valentia (14,9%, nono posto).e Nella top ten troviamo poi tre province campane (Napoli: 17,5% che si piazza al primo posto, Caserta: 16,2% e Salerno: 15,9%), due siciliane (Palermo: 15,5%; Catania 15,2%) e, infine, una sarda (Nuoro: 14,7%). Il peso dell'imprenditoria giovanile sul tessuto produttivo femminile risulta, come anticipato in precedenza, significativamente inferiore nelle regioni dell'Italia settentrionale. Nell'Italia centro-settentrionale le regioni con una più intensa presenza giovanile nei tessuti imprenditoriali femminili sono la Lombardia (11,8%; circa 21 mila imprese guidate da giovani donne under 35) e il Lazio (11,7,%; poco più di 17 mila): in questo caso, è verosimile ritenere che i fattori trainanti del fenomeno siano da ricercarsi maggiormente nella vitalità dei contesti delle grandi città che includono, dove creatività, tecnologie, competenze e business opportunity stimolano certamente la voglia di fare impresa delle giovani "leve".

L'età e la probabilità di sopravvivenza delle imprese femminili.

L'aspetto più "giovanile" dell'imprenditoria femminile è riscontrabile non solo dall'età di chi sta alla guida dell'impresa, ma anche dall'età dell'impresa stessa (sulla base dell'anno di iscrizione), a prescindere dal numero di anni dell'imprenditore. L'età dell'impresa potrebbe rappresentare una discriminante molto importante, in quanto l'accumulazione di business experience costituisce una delle determinati della competitività aziendale da molteplici punti di vista: da quello della conoscenza dei mercati esteri, pensando al tema dell'internazionalizzazione, a quello della relazionalità con altre imprese in tema di filiere, a quello della solidità patrimoniale in tema di accesso al credito; in quest'ultimo caso, visto anche che l'indagine indica come la solidità finanziaria e patrimoniale è il requisito maggiormente richiesto dalle banche per la concessione del credito. Osservando la distribuzione delle imprese femminili secondo l'anno di nascita delle imprese appare evidente che la presenza femminile nel sistema imprenditoriale abbia trovato più spazio in epoca relativamente recente. Passando ai numeri, la distribuzione per classi di età dimostra che la maggior parte delle imprese femminili al 31 dicembre 2019 ha meno di 20 anni, visto che tra il 2010 e il 2019 si concentrano circa 662 mila imprese pari al 49,4% delle attualmente esistenti, mentre la quota di quelle maschili si abbassa sino al 40,4%. Quelle nate nel decennio 2000-2009, oltre 340 mila, rappresentando il 25,4% delle femminili totali; sinteticamente si può affermare che quasi i due terzi delle imprese rosa si sono costituite a partire dagli anni 2000. Per certi versi tale fenomeno sembra essere l'effetto, verosimilmente, sia della maggiore presenza delle giovani imprenditrici nel tessuto imprenditoriale femminile, rispetto a quanto rilevato in quello maschile, sia del processo che vede le donne, in generale, avvicinarsi sempre più al fare impresa, con tutti i positivi effetti che ne derivano sul piano tanto sociale quanto economico. Ciò non fa altro che rafforzare ulteriormente le considerazioni avanzate precedentemente con specifico riferimento

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

alle imprese femminili giovanili secondo l'età dell'imprenditore, relative alla necessità di potenziare gli interventi su più fronti (formazione, credito, ecc.), perché gli anni dello start-up, come noto, rappresentano spesso la linea di confine tra l'insuccesso e il successo. A tal riguardo, stime Unioncamere indicano come nei primi cinque anni la speranza di vita delle imprese giovanili sia minore, ma una volta superato questo periodo di start-up, hanno una maggiore speranza di vita.

Distribuzione percentuale delle imprese femminili secondo la classe di anno di costituzione, per settore di attività economica, anno 2019

	CLASSI DI ANNO DI ISCRIZIONE				
	FINO AL 1979	DAL 1980 AL1989	DAL 1990 AL 1999	DAL 2000 AL 2009	DAL 2010 AL 2019
Agricoltura, silvicoltura e pesca	0,3	0,7	37,2	26,7	35,0
Industria	4,7	9,3	13,4	26,6	46,0
Industria in senso stretto	5,3	10,5	14,6	24,3	45,3
- industria manifatturiera	5,3	10,5	14,7	24,3	45,1
Alimentare, bevande e tabacco	4,7	10,0	16,3	23,6	45,3
Tessile, abbigliamento, pelli e calzature	3,6	9,2	11,8	22,3	53,1
Legno e mobilio	7,0	12,7	17,9	25,9	36,5
Carta e stampa	6,2	12,2	17,2	27,2	37,1
Chimica, farmaceutica e petrolifero	9,5	13,9	17,5	24,9	34,1
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	9,0	11,8	18,4	28,8	32,0
Metalmeccanica	8,1	12,0	15,7	26,0	38,1
Elettrotecnica e strumentazione Di precisione	6,9	15,0	18,9	27,6	31,5
Altre industrie manifatturiere	2,8	8,7	13,7	25,2	49,6
- altre industrie in senso stretto	5,7	8,7	12,9	22,4	50,3
Costruzioni	3,6	7,0	11,2	30,9	47,3

	CLASSI DI ANNO DI ISCRIZIONE				
	FINO AL 1979	DAL 1980 AL1989	DAL 1990 AL 1999	DAL 2000 AL 2009	DAL 2010 AL 2019
Servizi	3,1	7,8	12,6	25,9	50,6
Commercio	3,6	8,5	12,9	25,8	49,2
Trasporto, logistica e magazzinaggio	3,7	6,5	10,9	27,7	51,1
Alloggio, ristorazione e servizi turistici	2,0	6,0	10,2	24,2	57,5
Media e comunicazione	5,4	8,2	14,2	28,9	43,3
Informatica e telecomunicazioni	0,6	5,9	12,6	26,3	54,6
Servizi finanziari e assicurativi	1,0	4,1	12,3	26,2	56,4
Servizi operativi	6,0	8,7	15,1	28,2	42,0
Attività professionali, scientifiche e tecniche	1,0	4,2	9,8	24,9	60,2
Sanità e assistenza sociale	1,8	8,3	13,3	29,5	47,2
Istruzione	1,4	4,9	11,4	29,3	53,1
Cultura e intrattenimento	1,8	5,4	10,9	26,0	55,9
Altre attività di servizi alla persona	2,7	10,1	14,0	25,1	48,1
Altri servizi	1,3	5,3	10,8	21,8	60,9
TOTALE*	2,7	6,4	16,1	25,4	49,4

Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Dal punto di vista dei settori, va segnalato come tra quelli che maggiormente assorbono le imprese femminili più giovani si distinguano quello manifatturiero con oltre 40 mila imprese, in particolare il sistema moda, in cui la metà delle imprese femminili sono di recente costituzione, al quale si affianca in parte anche il settore delle “altre industrie manifatturiere” che incorpora alcune attività, non a caso, sempre legate alla moda, come la bigiotteria. Nell’ambito del terziario, le imprese più giovani come costituzione giocano un ruolo importante nel settore del turismo e nelle le attività professionali, scientifiche e tecniche, rappresentando oltre la metà delle imprese femminili. Il fatto che soprattutto in questi settori, come del resto in altri, emerga una marcata presenza di imprese costituite recentemente da giovani imprenditrici sembra il segno un’evoluzione che vede la componente femminile iniziare a lasciarsi alle spalle quella relazione “donne imprenditrici e settori maturi e tradizionali”. Infatti, come visto nei precedenti paragrafi, negli ultimi anni le imprese femminili sono cresciute notevolmente nei settori della tecnologia, a conferma, peraltro, di come la digitalizzazione dell’economia stia coinvolgendo anche quei segmenti della popolazione che fino ad ieri sembravano meno protagonisti.

Ulteriori elementi emergono dall’osservazione dei dati per macro ripartizioni e regioni geografiche. Innanzitutto, si può affermare che la distribuzione territoriale delle imprese femminili di recente costituzione risulta essere piuttosto omogenea all’interno del Paese. La quota delle iniziative capitanate da donne, nate dal 2010 in poi, passa dal 48,1% del Nord al 50,3% del Centro Italia per arrivare alla quota più alta nel Mezzogiorno, 50,5%. Semmai, sono altre le considerazioni che meritano di essere fatte: se da un lato le start-up sono un capitale nascente da far “crescere”, dall’altro le imprese più “anziane” sono un capitale da salvaguardare, non fosse altro per il loro patrimonio di know-how accumulato nel corso del tempo. In questo le giovani imprenditrici giocano un ruolo molto importante, soprattutto se si tratta di donne. I risultati dell’indagine evidenziano che tra le imprese di 30 anni e oltre di età, quelle più innovative sono quelle guidate da donne under 35. Le imprese femminili fondate nei decenni fino al 1979 si trovano prevalentemente nell’Italia Nord-Occidentale, che è stato baricentro della industrializzazione italiana (si pensi alla forte localizzazione nel Piemonte durante il periodo di sviluppo industriale e della ricostruzione del dopoguerra, sostenuta da una specifica politica industriale fino alla fine degli anni ‘70). Che nel Nord del Paese siano radicate maggiormente le imprese dalla più lunga storia, si evince visto che ben 11,1 imprese rosa su 100 presenti nell’Italia settentrionale sono nate prima del 1990, cioè con più di 29 anni di età (62 mila in valori assoluti), quando nel Centro tale rapporto scende all’8,2 su 100 (oltre 33 mila) e nel Mezzogiorno a 7 su 100 (oltre 25 mila). Si pensi che ci sono realtà provinciali dove circa 15 imprese femminili su 100 hanno più di 29 anni, come Belluno (14,8%; quasi 500 in assoluto), Varese (14,8%; 2.044) e Aosta (14,3%; 420), oppure come Biella, Genova, Rimini, Forlì-Cesena e Lecco in cui il corrispondente rapporto non scende sotto 13 su 100.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Distribuzione percentuale delle imprese femminili secondo la classe di anno di costituzione, per regione e macro-ripartizione geografica, anno 2019

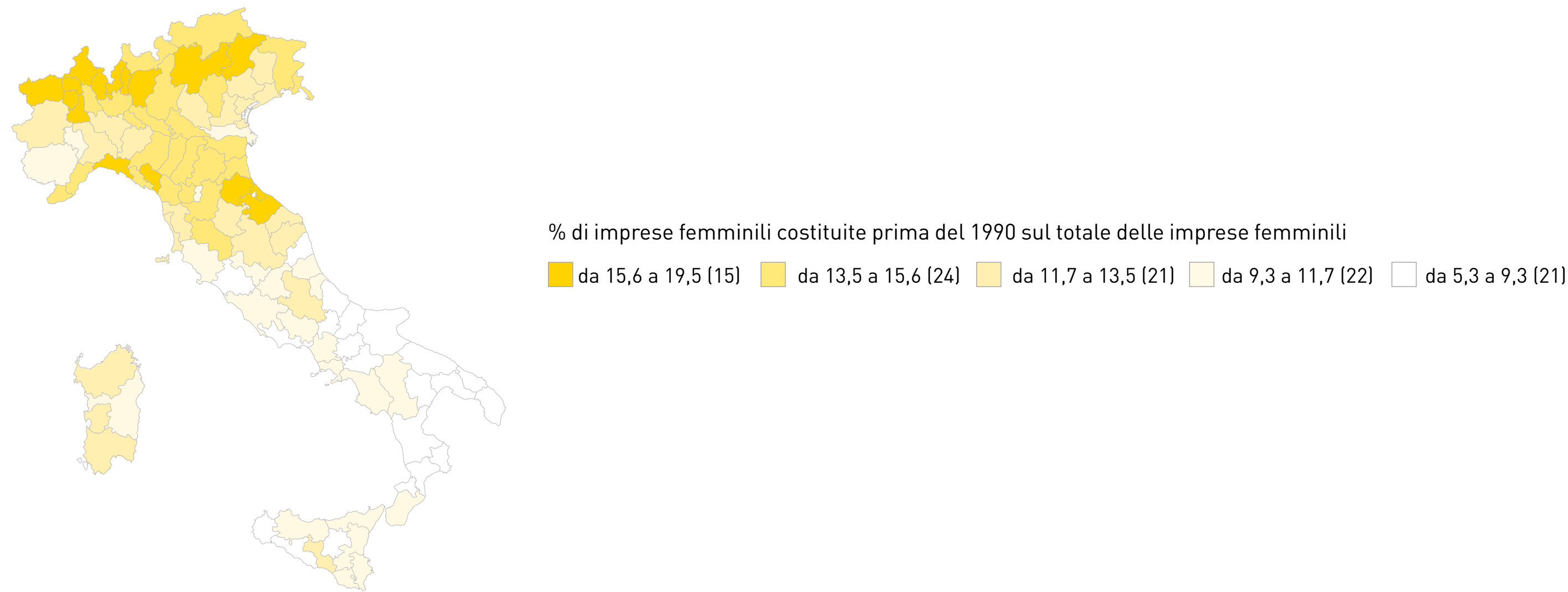
	CLASSI DI ANNO DI ISCRIZIONE				
	FINO AL 1979	DAL 1980 AL1989	DAL 1990 AL 1999	DAL 2000 AL 2009	DAL 2010 AL 2019
Piemonte	3,4	6,5	19,6	23,6	47,0
Valle d’Aosta	2,1	12,2	18,1	22,6	45,0
Lombardia	3,8	7,4	12,9	25,7	50,2
Trentino-A.A.	3,4	7,7	19,1	21,9	47,9
Veneto	2,8	7,3	17,3	24,3	48,3
Friuli-V.G.	3,5	7,5	20,2	23,5	45,3
Liguria	3,8	8,3	16,4	25,5	46,0
Emilia-Romagna	3,8	7,7	16,5	23,7	48,3
Toscana	3,1	7,4	15,5	24,2	49,9
Umbria	2,8	7,1	19,0	25,7	45,4
Marche	2,7	6,6	16,4	27,8	46,5
Lazio	2,3	5,6	13,6	26,4	52,0
Abruzzo	1,7	6,2	20,1	26,0	46,0

	CLASSI DI ANNO DI ISCRIZIONE				
	FINO AL 1979	DAL 1980 AL1989	DAL 1990 AL 1999	DAL 2000 AL 2009	DAL 2010 AL 2019
Molise	1,4	4,9	27,1	23,3	43,3
Campania	2,2	5,2	15,4	25,9	51,4
Puglia	1,2	4,6	16,8	25,2	52,3
Basilicata	1,5	5,4	24,4	24,5	44,2
Calabria	1,7	5,2	14,4	28,8	49,9
Sicilia	1,9	5,4	16,0	26,5	50,1
Sardegna	1,7	6,9	14,6	26,5	50,4
Nord-Ovest	3,6	7,3	15,4	25,0	48,7
Nord-Est	3,4	7,5	17,4	23,8	47,9
Centro	2,6	6,4	14,9	25,8	50,1
Centro-Nord	3,2	7,0	15,8	25,0	49,0
Sud e Isole	1,8	5,4	16,5	26,1	50,2
Italia	2,7	6,4	16,1	25,4	49,4

Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Incidenza percentuale delle imprese femminili costituite prima del 1990 sul totale delle imprese femminili per provincia, anno 2019 (classi di valori %)



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Del resto, è soprattutto l’Italia settentrionale e centrale ad incarnare maggiormente la lunga tradizione produttiva italiana partita dal lontano secondo dopoguerra e sviluppata successivamente con il modello distrettuale industriale; non a caso, sono proprio i settori manifatturieri a vantare una maggiore diffusione di imprese più “anziane”. Mentre nel Meridione, come visto, il tessuto imprenditoriale è decisamente più giovane con tutti i risvolti più o meno delicati che ne conseguono. Ed infatti quelle create nei decenni tra il 1990 e il 2009 sono prevalentemente localizzate in aree del Mezzogiorno connotate da condizioni di non elevato sviluppo; ma che proprio per questo una nuova linfa imprenditoriale, se ben supportata, potrebbe dare quel giusto contributo alla convergenza economica territoriale. In merito all’età dell’impresa, sono almeno due gli aspetti di particolare importanza. Il primo concerne la necessità di proteggere il capitale imprenditoriale femminile di più lunga data risolvendo, anche con soluzioni innovative, le questioni legate al passaggio generazionale, che per buona parte sono legate a doppio filo con il tema del capitalismo familiare²²: basti pensare che secondo i risultati dell’indagine, il 72% delle imprese femminili, come nel caso di quelle maschili, sono di natura familiare e, soprattutto, che oltre la metà delle imprese femminili (56%, 53% nel caso di quelle maschili) non ha previsto il passaggio generazionale. Il secondo riguarda il supporto alle start-up, soprattutto meridionali (dove il tasso di mortalità imprenditoriale è più elevato), affinché anche esse, un domani, possano costituire quel capitale imprenditoriale più “anziano” altamente importante per il processo di costruzione del know-how produttivo e di coesione sociale di un territorio. Informazioni utili al riguardo si possono ricavare da elaborazioni ad hoc sui dati dei registri camerali sul tema della capacità di tenuta delle imprese femminili, verificabile attraverso una analisi delle “probabilità di sopravvivenza”, già sperimentata in altre ricerche, come ad esempio nel caso dell’imprenditoria giovanile²³. In particolare, le informazioni presenti negli archivi consentono di verificare come, imprese iscritte nel 2014 (anno dal quale partono le serie basate sui nuovi algoritmi di calcolo), negli anni successivi cessino per motivi non di ufficio²⁴, riducendo progressivamente la consistenza del collettivo di partenza. Nel 2014 si contano 102.274 iscrizioni di imprese femminili, di cui il 3,8% si perde già nel corso dello stesso anno. A tre anni dalla nascita (anno 2016) le cessazioni sono il 22%, contro il 17,4% riscontrato per le altre imprese, con una riduzione superiore a una impresa su cinque e corrispondente in via complementare a una probabilità di sopravvivenza del 78,0% e un gap rispetto alle altre imprese di 4,6 punti percentuali.

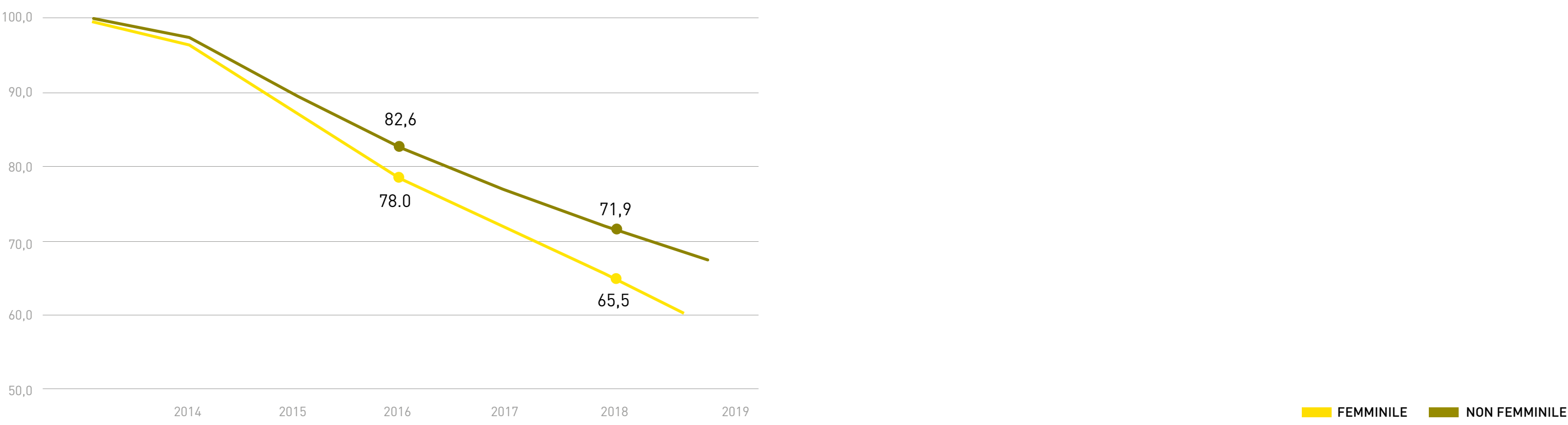
²²Per un approfondimento sul tema del capitalismo familiare e sulle questioni del passaggio generazionale, cfr. Unioncamere, Rapporto Unioncamere 2014. Imprese, comunità e creazione di valore, 2014.

²³Si veda: <http://www.unioncamere.gov.it/P42A4355C160S123/575mila-le-imprese-giovanili--1-su-3-non-supera-i-5-anni-di-vita.htm>.

²⁴Gli uffici di registro attivano procedure di cancellazione motu proprio in casi specifici (decesso imprenditore, irreperibilità, mancato compimento di atti di gestione per tre anni consecutivi, ecc.) che non vengono considerati ai fini delle valutazioni delle cessazioni di impresa effettive. Nel processo indicato possono verificarsi modifiche di stato dell’impresa che possono determinare uscita/entrata nei collettivi di riferimento (ad esempio inerenti lo status “femminile” e “non femminile”).

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Tassi di sopravvivenza delle imprese femminili vs non femminili – Anni 2014-2019



Se si guarda ai valori a 5 anni (anno 2018), la soglia comunemente individuata per la conclusione della fase di start up delle attività, la “forbice” si amplia, con una quota cumulata di cessazioni non di ufficio che è del 34,5% (in pratica più di una impresa su tre), laddove per le altre imprese il valore è del 28,1%. Ciò si traduce in una probabilità di sopravvivenza a 5 anni che per una impresa femminile è del 65,5%, e un differenziale di 6,5 punti percentuali rispetto alle altre imprese, indicativo di una maggiore fragilità per le iniziative imprenditoriali a esclusiva o prevalente conduzione femminile.

Fonte: elaborazioni su dati Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

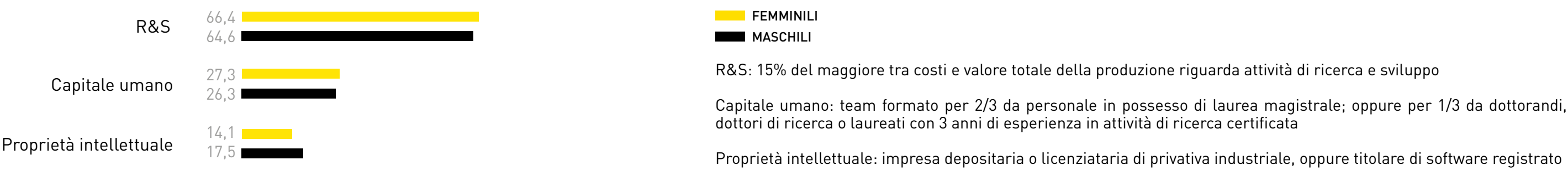
Le start-up innovative.

La spinta alla forza imprenditoriale di un territorio, e di un Paese più in generale, proviene non solo dalla crescita competitiva delle imprese già esistenti, ma anche dall’impulso delle nuove start-up, con particolare riferimento a quelle innovative. Non a caso, proprio all’indomani della seconda recessione economica degli anni Duemila in cui è caduta l’Italia è stata introdotta una normativa diretta a incentivare la nascita di start-up innovative per dare nuova linfa al sistema imprenditoriale. In questo paragrafo per start-up innovative si fa riferimento alla definizione introdotta dalla Legge 221/2012 e successive modifiche, ossia società di capitali, costituite anche in forma cooperativa, o società europee aventi sede fiscale in Italia, che rispondono a determinati requisiti e aventi come oggetto sociale esclusivo o prevalente: lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico²⁵. In Italia, al 30 dicembre 2019 risultavano iscritte alla Sezione speciale del Registro delle imprese quasi 11 mila start-up innovative, di cui circa 1.400 femminili²⁶, pari al 12,7% del totale. Esaminare le caratteristiche sottostanti lo status di “start-up innovativa” consente di mettere in luce alcune particolari specificità delle start-up femminili rispetto a quelle maschili. Secondo la disciplina, le start-up innovative, oltre ad una serie di altre condizioni, devono soddisfare almeno uno dei seguenti 3 requisiti: a) 15% del maggiore tra costo e valore totale della produzione riguarda attività di ricerca e sviluppo (che si può definire con il termine R&S); b) team formato per 2/3 da personale in possesso di laurea magistrale; oppure per 1/3 da dottorandi, dottori di ricerca o laureati con 3 anni di esperienza in attività di ricerca certificata (che si può definire con il termine Capitale umano); c) impresa depositaria o licenziataria di privativa industriale, oppure titolare di software registrato (che si può definire con il termine Proprietà intellettuale). Di questi tre, quale è il requisito maggiormente soddisfatto dalle start-up femminili? In assoluto quello legato alla R&S, soddisfatto da circa i due terzi delle start-up femminili, peraltro con un leggero vantaggio rispetto alle start-up maschili (66,4% vs 64,6%). A lunga distanza segue il Capitale umano, requisito soddisfatto da meno di un terzo delle start-up femminili; anche in questo caso risulta una lieve maggiore diffusione rispetto al caso maschile (27,3% vs 26,3%), che in parte sembrerebbe confermare quella trasformazione dell’imprenditoria femminile verso nuovi modi di fare impresa maggiormente basati su competenze, conoscenze e contenuti a più alto valore aggiunto. Nel caso della proprietà intellettuale, invece, le start-up femminili mostrano un minor grado di soddisfazione di tale requisito rispetto a quelle maschili (14,1% vs 17,5%), che appare verosimilmente una controprova di quella minore propensione delle imprese femminili all’innovazione emersa nei precedenti paragrafi.

²⁵ Per approfondimenti, cfr. <http://startup.registroimprese.it/isin/home>
²⁶ La definizione di “femminili” così come di “giovanili” si rifà alla stessa metodologia di individuazione delle imprese femminili e giovanili (e anche straniere) descritta nel Capitolo 1.

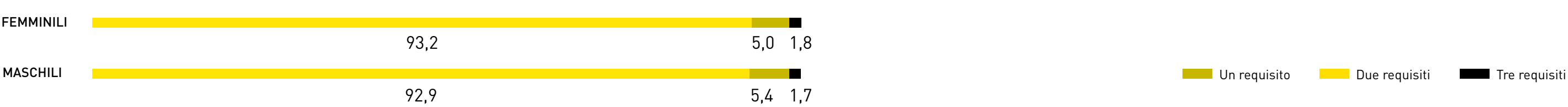
SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Quota di start-up innovative secondo i requisiti* che soddisfano, per genere, dati al 30 dicembre 2019 (valori percentuali)



A prescindere dai diversi requisiti, esiste una differente intensità, che potremmo definire “innovation intensity”, analizzando quanti requisiti soddisfano le start-up innovative femminili rispetto a quelle maschili? Seppur molto lieve, esiste: la quota percentuale di start-up che soddisfano un solo requisito è leggermente superiore nel caso femminile (93,2% vs 92,9% per il genere maschile), a scapito principalmente delle quote riferite alle start-up che soddisfano due requisiti (5,0% vs 5,4%): ciò rappresenta una ulteriore conferma di quella minore propensione all’innovazione del genere rosa, già evidenziata poco sopra in termini di Proprietà intellettuale e sulla base dei risultati dell’indagine.

Distribuzione delle start-up innovative femminili e maschili secondo il numero di requisiti soddisfatti, dati al 30 dicembre 2019 (valori percentuali)



Fonte: elaborazioni su dati Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Osservando dal punto di vista territoriale il ruolo della componente femminile nell’imprenditoria nascente più innovativa, ci permette di meglio qualificare per certi versi quell’importante contributo delle donne all’imprenditoria meridionale. Ciò perché anche dal punto di vista delle start-up innovative si scopre che nel Mezzogiorno è più alta la quota di quelle femminili rispetto al Centro-Nord (15,5% vs 11,9%). In termini assoluti sono 407 le start-up innovative femminili meridionali, con una marcata concentrazione in Campania, dove se ne contano 127.

Dal punto vista della presenza “rosa” all’interno delle start-up innovative, le due regioni con il più alto tasso di femminilizzazione delle start-up innovative sono la Basilicata e il Molise (rispettivamente 26,0 e 23,8%), a cui segue la Sicilia (18,9%). La prima regione centro-settentrionale è la Valle d’Aosta (18,2%) seguita dall’Umbria (17,5%). Merita comunque precisare che si tratta di quasi tutte regioni di ridotte dimensioni dove il numero delle start-up innovative è talmente basso che le quote percentuali del genere “rosa” possono diventare elevate in un contesto di ridotti valori assoluti sottostanti.

Anche osservando solo le start-up innovative rispetto alla sostenibilità ambientale si trovano conferme sulla maggiore propensione della componente femminile

Start-up innovative femminili e maschili per regione e macro-ripartizione geografica, dati al 30 dicembre 2019 (valori assoluti e percentuali)

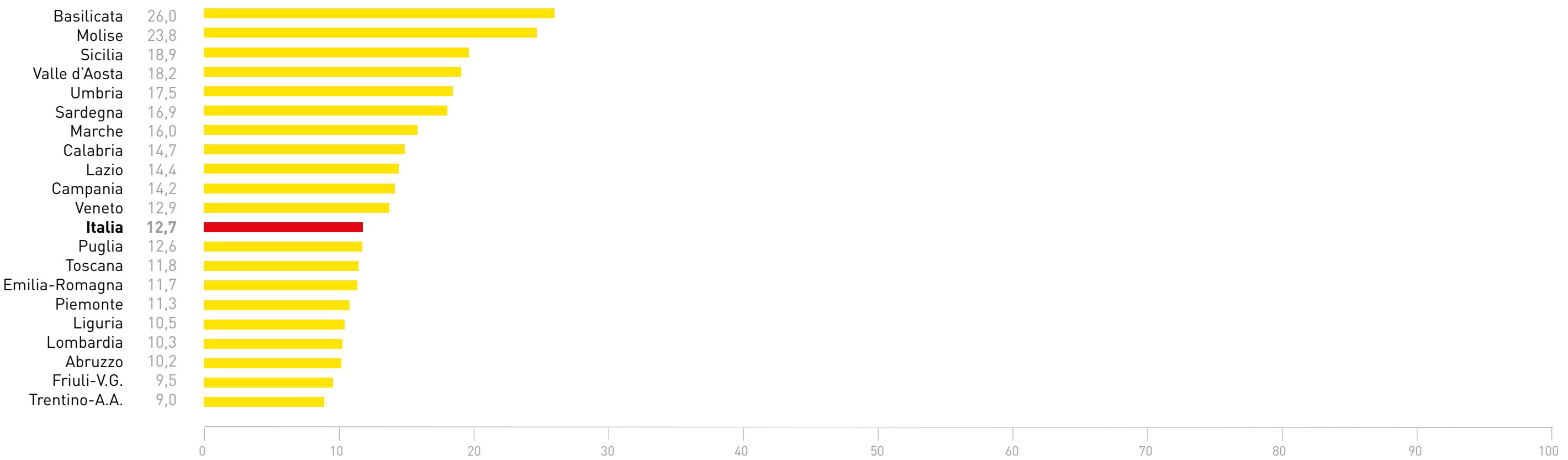
	IMPRESE FEMMINILI		IMPRESE MASCHILI		TOTALE
	VALORI ASSOLUTI	%	VALORI ASSOLUTI	%	
Piemonte	69	11,3	542	88,7	611
Valle d’Aosta	4	18,2	18	81,8	22
Lombardia	302	10,3	2.626	89,7	2.928
Trentino-A.A.	24	9,0	242	91,0	266
Veneto	115	12,9	776	87,1	891
Friuli-V.G.	22	9,5	209	90,5	231
Liguria	20	10,5	170	89,5	190
Emilia-Romagna	109	11,7	821	88,3	930
Toscana	50	11,8	374	88,2	424
Umbria	33	17,5	156	82,5	189
Marche	55	16,0	288	84,0	343
Lazio	177	14,4	1.050	85,6	1.227
Abruzzo	22	10,2	193	89,8	215

	IMPRESE FEMMINILI		IMPRESE MASCHILI		TOTALE
	VALORI ASSOLUTI	%	VALORI ASSOLUTI	%	
Molise	19	23,8	61	76,3	80
Campania	127	14,2	769	85,8	896
Puglia	54	12,6	375	87,4	429
Basilicata	27	26,0	77	74,0	104
Calabria	39	14,7	226	85,3	265
Sicilia	97	18,9	417	81,1	514
Sardegna	22	16,9	108	83,1	130
Nord-Ovest	395	10,5	3.356	89,5	3.751
Nord-Est	270	11,6	2.048	88,4	2.318
Centro	315	14,4	1.868	85,6	2.183
Centro-Nord	980	11,9	7.272	88,1	8.252
Sud e Isole	407	15,5	2.226	84,5	2.633
Italia	1.387	12,7	9.498	87,3	10.885

Fonte: elaborazioni su dati Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Graduatoria regionale secondo la quota di start-up innovative femminili sul totale delle startup innovative della regione, dati al 30 dicembre 2019 (valori %)

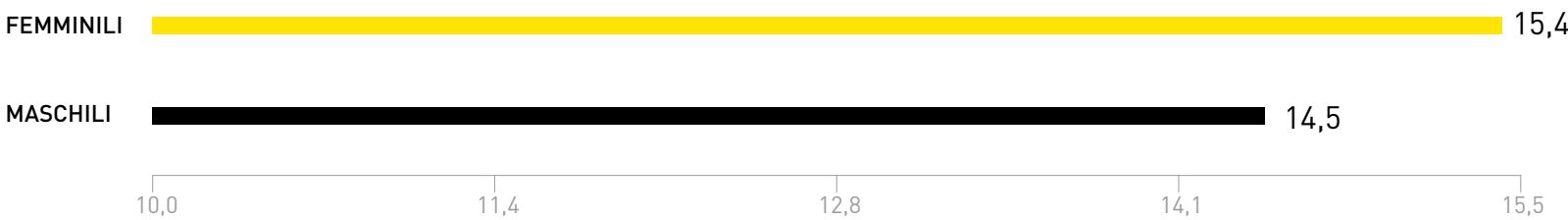


Fonte: elaborazioni su dati Infocamere

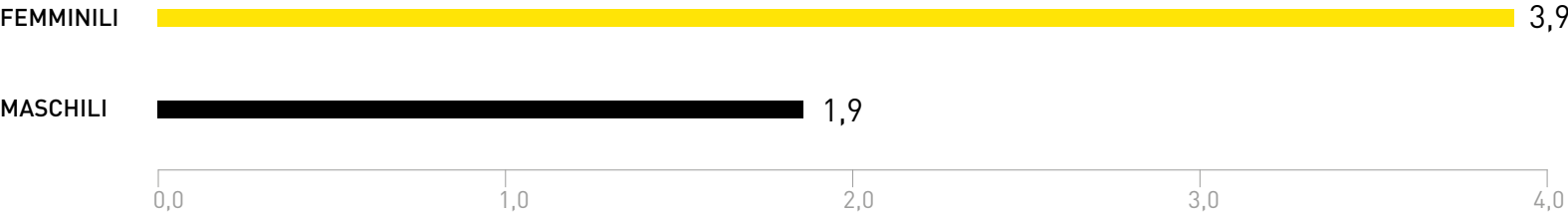
SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme	Indagine: aspetti metodologici	Quadro generale	Occupazione	Unione Europea e imprenditorialità
	Settori e territori	Motivazioni a fare impresa	Occupazione in Italia	Imprese	Sistema camerale europeo: buone pratiche
	Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili	Ostacoli e frontiere della competitività	Occupazione alle dipendenze	Comportamenti delle imprese	
	Età e sopravvivenza delle imprese	Fonti di finanziamento	Ruolo in famiglia		
	Start-up innovative	Responsabilità sociale d'impresa	Donne nella ricerca		
	Mobilità geografica delle imprenditrici	Performance e internazionalizzazione			
	Donne nelle società: proprietà e management				

verso questo tema (come emerso nelle analisi del precedente capitolo): la quota di start-up innovative green è superiore tra quelle femminili rispetto a quelle maschili (15,4% vs 14,5%). E anche allargando il tema della sostenibilità intercettando le start-up innovative a vocazione sociale (cioè quelle operanti nei settori individuati dalla disciplina dell’impresa sociale), si scopre come queste siano più diffuse tra quelle femminili rispetto a quelle maschili (3,9% vs 1,9%).

Quota di startup innovative green* femminili e maschili sui rispettivi totali, dati al 30 dicembre 2019 (valori percentuali)



Quota di startup innovative a vocazione sociale femminili e maschili sui rispettivi totali, dati al 30 dicembre 2019 (valori percentuali)**



* Start-up che sviluppa e commercializza esclusivamente prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico in ambito energetico.
** Start-up opera nei settori individuati dalla disciplina dell’impresa sociale.

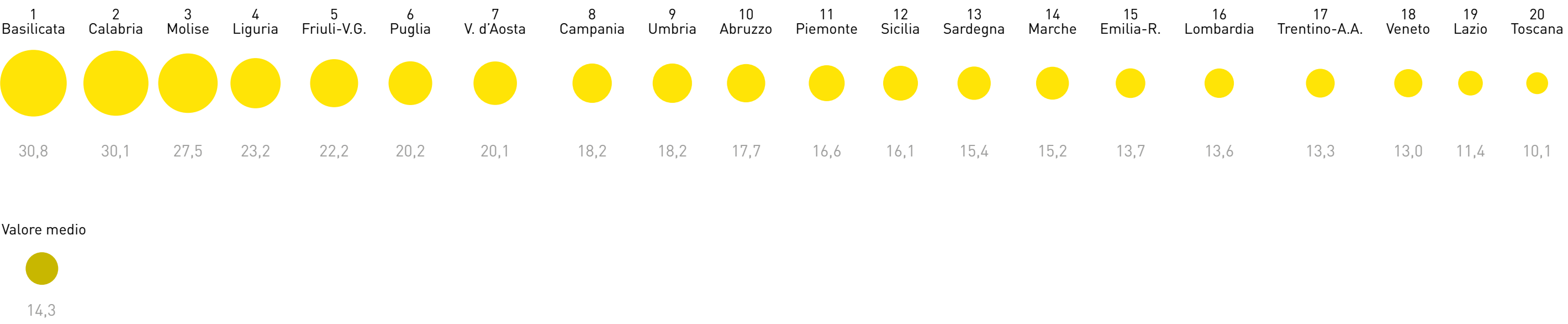
Fonte: elaborazioni su dati Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

La mobilità geografica delle donne imprenditrici.

Negli archivi camerali sono disponibili informazioni dettagliate sulle cariche, ovvero i ruoli assunti dalle persone all'interno delle imprese in base al diritto societario, alla normativa, o eventualmente a regole particolari stabilite negli statuti delle società. Tra queste informazioni vi è il luogo di nascita delle persone, dato che elaborato congiuntamente al luogo di operatività dell'impresa fornisce interessanti spunti in merito alla mobilità (nel tempo) delle attività imprenditoriali²⁷. Con riferimento all'imprenditoria femminile, e limitando l'analisi geografica al dato regionale, emerge una distribuzione articolata del fenomeno: tra la prima e l'ultima regione in graduatoria la quota di donne imprenditrici operanti al di fuori della regione di nascita il rapporto è di ben 3,1 volte (30,8% contro 10,1%).

Graduatoria regionale in base alla quota percentuale di donne imprenditrici nate nella regione ma operanti in altre regioni d'Italia – Anno 2019



²⁷ La selezione delle cariche prese in esame riguarda titolari, soci e soci di capitale.

Fonte: elaborazioni su dati Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Posta una media complessiva del 14,3% di donne che fanno impresa lontano dalla regione di origine (la media deglgli uomini è leggermente superiore e paria 14,5%), le regioni in cui il fenomeno è più accentuato (tutte al di sopra del 20%, le prime tre tutte del Mezzogiorno) sono la Basilicata (30,8%), la Calabria, (30,1%, nel caso deglgli uomini regione in testa alla graduatoria), il Molise (27,5%), la Liguria (23,2%), il Friuli-Venezia Giulia (22,2%), Puglia (20,2%) e la Valle d’Aosta (20,1%). Le regioni con quote più basse rispetto al valore medio sono tutte e due del Centro Italia: il Lazio (11,4%) e la Toscana (10,1%). Nel caso deglgli uomini la regione a minore propensione a fare impresa lontano dalla regione di origine è il Trentino-Alto Adige.

Guardando alle prime regioni di destinazione²⁸, queste si concentrano in quattro aree: la Lombardia, prima destinazione per 8 regioni di partenza (Piemonte, Emilia-Romagna e Veneto al Nord; Lazio al Centro; Basilicata, Calabria, Puglia e Sicilia al Sud), il Lazio per 7 (Toscana, Umbria e Marche al Centro; Abruzzo, Campania, Molise e Sardegna al Sud), il Piemonte per 3 (tutte del Nord Ovest: Valle d’Aosta, Liguria e Lombardia) e il Veneto per 2 (del Nord Est: Friuli-Venezia Giulia e Trentino-Alto Adige).

Per le donne imprenditrici (ma il fatto riguarda anche gli uomini) non c’è un caso di regione meridionale verificata come prima destinazione, ovvero per tutte le regioni del Sud la prima destinazione esterna è una regione dell’Italia centro-settentrionale.

Sempre con riferimento al rapporto Centro-Nord/Sud, si rileva una quota di donne imprenditrici del Mezzogiorno che fanno impresa in regioni del Centro-Nord pari al 9,8% (per glgli uomini il valore è ancora più alto e pari a 12,3%), laddove la quota di donne nate in regioni nell’Italia centro-settentrionale che fanno impresa al Sud è del 4,2% (per gli uomini 3,3%).

²⁸ È da sottolineare come il valore delle quote sia molto variabile, passando dal 9,4% delle imprenditrici nate in Friuli-Venezia Giulia operanti in Veneto all’1,6% delle imprenditrici nate nel Lazio operanti in Lombardia.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Prima regione di destinazione e quota % di donne imprenditrici della regione di nascita (regioni ordinate in base al valore della quota) – Anno 2019



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

Fonte: elaborazioni su dati Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Donne nelle società: proprietà e management.

La presenza femminile all'interno dell'imprenditoria può essere colta non solo dal punto di vista della numerosità delle imprese femminili, ma anche, e forse in maniera più completa, attraverso le cariche di proprietà detenute dalle donne. Ciò perché, se da un lato le imprese femminili mettono in luce i casi in cui le donne ricoprono un ruolo di maggioranza all'interno dell'assetto proprietario, dall'altro però non colgono l'intero fenomeno della presenza femminile all'interno dell'azienda, a prescindere che siano in maggioranza o meno. Secondo i dati del Registro delle Camere di commercio, a fine 2019 sono 2,6 milioni le cariche di proprietà detenute da donne, pari al 30,9% del totale (al netto delle cariche detenute da soggetti giuridici). Entrando all'interno delle distribuzioni secondo le varie tipologie di carica, si scopre come la presenza femminile, rispetto a quella maschile, sia più concentrata

Cariche di proprietà di impresa (titolare, socio, socio di capitale) secondo il genere della persona*, 2014 e 2019

	2014			2019			% DONNE SUL TOTALE	
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	2014	2019
Titolare	847.360	2.412.506	3.259.866	836.207	2.316.152	3.152.359	26,0	26,5
Socio di capitale	1.037.619	2.275.213	3.312.832	1.158.940	2.541.408	3.700.348	31,3	31,3
Socio	638.480	969.490	1.607.970	615.186	971.063	1.586.249	39,7	38,8
Totale	2.523.459	5.657.209	8.180.668	2.610.333	5.828.623	8.438.956	30,8	30,9

²⁷ Si prendono in considerazione solo le cariche relative a persone. Sono escluse quelle facenti riferimento ad un soggetto giuridico.

Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

nella tipologia di socio (23,6% vs 16,7%) e, seppur solo lievemente, anche con riferimento a quella di socio di capitale (44,4% vs 43,6%). Mentre minore, sempre rispetto al caso maschile, è la concentrazione nella carica di titolare (32,0% vs 39,7%).
Ciò mette in luce una importante presenza delle donne all'interno delle imprese più strutturate che a primo impatto, leggendo solo i dati sulle imprese femminili per forma giuridica sembra invece non emergere (come evidenziato nelle analisi sull'imprenditoria, tra le imprese femminili le quote di società di persone e di capitali sono inferiori rispetto al caso maschile).

Distribuzione percentuale delle cariche di proprietà secondo la tipologia, per genere, 2019



La crescita della presenza femminile all'interno del tessuto imprenditoriale, già messa in evidenza dai dati sulla numerosità delle imprese femminili, trova conferma anche dal punto di vista dell'evoluzione delle cariche di proprietà. Infatti, nel 2019, rispetto al 2014, il numero di cariche di proprietà detenute da donne è cresciuto in misura più intensa rispetto a quelle detenute da uomini (3,4% vs 3,0%): in termini assoluti si è trattato di un aumento di quasi 87 mila cariche "rosa". Conferme di come l'imprenditoria "rosa" si stia muovendo verso settori ad alta intensità di conoscenza si possono rintracciare nel fatto che tra i primi cinque settori dalla più elevata crescita di cariche di proprietà detenute da donne c'è quello delle Attività professionali, scientifiche e tecniche (al terzo posto: +12,2%) e quello dell'Informatica e telecomunicazioni (al quinto posto: +11,3%).

Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Oltre a questi, anche i settori legati al turismo e cultura segnano variazioni importanti per numero di cariche di proprietà detenute da donne: Alloggio, ristorazione e servizi turistici (settimo posto: +10,2%); Cultura e intrattenimento (ottavo posto: +10,1%)

Anche dal punto di vista della dinamica (sempre con riferimento al periodo 2014-2019), è interessante entrare all'interno delle varie tipologie di carica, perché si scopre come siano fortemente aumentate le cariche femminili come socio di capitale (+11,7%; +121 mila in valori assoluti). Ciò appare il riflesso della tendenza del nostro sistema imprenditoriale ad evolversi verso forme societarie più strutturate (del resto, anche per il genere maschile si assiste ad una marcata variazione di cariche come socio di capitale, uguale peraltro a quella femminile). Si riducono invece per il genere femminile le cariche di socio (-3,6%; -23 mila).

Merita evidenziare come nel caso della carica di titolare, le donne hanno segnato una riduzione più contenuta rispetto al caso maschile (-1,3% vs -1,4%); segno di una micro imprenditoria femminile che sembra aver mostrato una maggiore resilienza alle difficoltà congiunturali rispetto a quella maschile (infatti, considerando che la carica di titolare fa riferimento sostanzialmente alle ditte individuali, le imprese femminili di tale forma giuridica hanno segnato una riduzione molto più contenuta rispetto a quelle maschili, come evidenziato nelle analisi sull'imprenditoria).

Dinamica delle cariche di proprietà di impresa (titolare, socio, socio di capitale) secondo il genere della persona*, 2014-2019

	VARIAZIONI (2014-2019)			VARIAZIONI % (2014-2019)		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Titolare	-11.153	-96.354	-107.507	-1,3	-4,0	-3,3
Socio di capitale	121.321	266.195	387.516	11,7	11,7	11,7
Socio	-23.294	1.573	-21.721	-3,6	0,2	-1,4
Totale	86.874	171.414	258.288	3,4	3,0	3,2

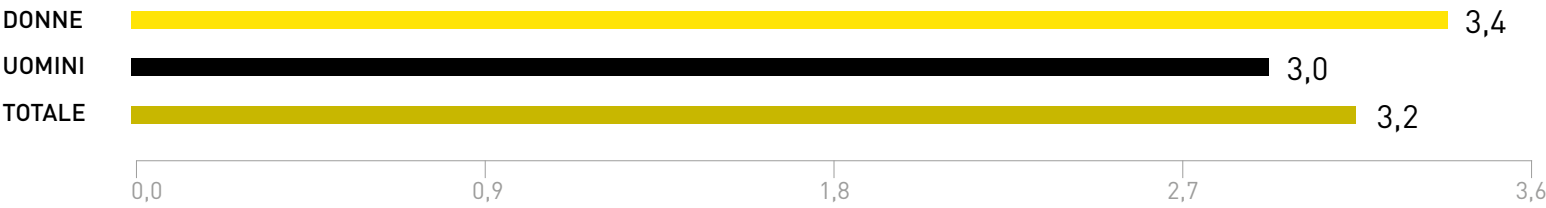
* Si prendono in considerazione solo le cariche relative a persone. Sono escluse quelle facenti riferimento ad un soggetto giuridico.

Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

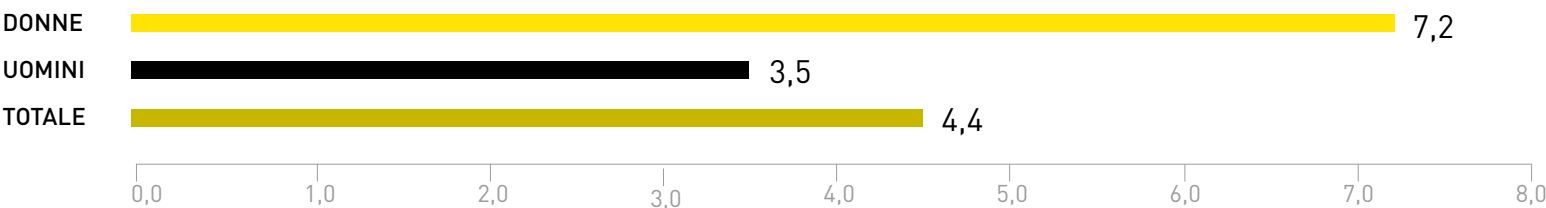
SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Questa tendenza ad una maggiore presenza femminile all'interno delle compagini proprietarie potrebbe avere effetti positivi anche sulle performance aziendali. Entrando ancora di più nello specifico della questione, prime elaborazioni²⁹ sui risultati dell'indagine Unioncamere secondo la composizione di genere della proprietà, le imprese che mostrano le migliori performance (economiche, sostenibilità, innovazione) sono quelle in cui è presente un mix di genere nella proprietà, con prevalenza femminile. Evidenza che sembra rimandare all'idea di un modello di impresa vincente grazie ad una sorta di positiva complementarità tra i due generi. Ciò sembra trovare conferme anche in studi³⁰ che, ad esempio con riferimento al management, hanno trovato una positiva influenza della diversità di genere (insieme anche ad altri tipi di diversità, come l'età, ecc.) sulla propensione all'innovazione. La presenza femminile alla guida delle imprese si potrebbe cogliere infatti anche dal punto di vista delle cariche di management. Secondo una selezione ad hoc di una serie di singole cariche riconducibili al management³¹, le cariche detenute da donne sono nel 2019 circa un milione, pari 24,1% del totale (sempre al netto delle cariche detenute da persone giuridiche). Se da un lato emerge che dal punto di vista del management le donne sembrano ricoprire un ruolo minore rispetto a quello della proprietà (la quota di cariche detenute da donne in questo caso è del 30,9% come sopra evidenziato), dall'altro merita sottolineare come negli ultimi anni, dal 2014 al 2019, le cariche di management in mano a donne siano cresciute notevolmente, peraltro in misura nettamente superiore a quelle detenute dagli uomini: +7,2% (quasi +73 mila in valori assoluti) contro +3,5%.

Variazione % di cariche di proprietà di impresa (titolare, socio, socio di capitale) secondo il genere della persona*, 2014-2019



Variazione % di cariche di management secondo il genere della persona*, 2014-2019



²⁹ Si tratta di prime analisi statistiche che meritano di ulteriori controlli di robustezza sulla significatività statistica dei risultati.
³⁰ Lorenzo R., Reeves M. (2018). "How and Where Diversity Drives Financial Performance". Harvard Business Review, 30.
³¹ Si tiene a precisare che si tratta di una prima sperimentazione di ricerca che sarà oggetto di ulteriori approfondimenti definitivi.
* Si prendono in considerazione solo le cariche relative a persone. Sono escluse quelle facenti riferimento ad un soggetto giuridico.

Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche



LE IMPRESE FEMMINILI NELLO SCENARIO COMPETITIVO.

SUMMARY

CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE

Donne e impresa: visione di insieme
Settori e territori
Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili
Età e sopravvivenza delle imprese
Start-up innovative
Mobilità geografica delle imprenditrici
Donne nelle società: proprietà e management

SCENARIO COMPETITIVO

Indagine: aspetti metodologici
Motivazioni a fare impresa
Ostacoli e frontiere della competitività
Fonti di finanziamento
Responsabilità sociale d'impresa
Performance e internazionalizzazione

MERCATO DEL LAVORO

Quadro generale
Occupazione in Italia
Occupazione alle dipendenze
Ruolo in famiglia
Donne nella ricerca

COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE

Occupazione
Imprese
Comportamenti delle imprese

DIMENSIONE EUROPEA

Unione Europea e imprenditorialità
Sistema camerale europeo: buone pratiche

Indagine: aspetti metodologici.

Studiare l'imprenditorialità implica conoscere innanzitutto i tratti strutturali delle imprese in termini di settori, territori e caratteristiche degli imprenditori, come visto nel capitolo precedente, ma anche cogliere i comportamenti delle imprese da molteplici punti di vista: a partire dalle motivazioni che hanno generato l'avventura imprenditoriale, per arrivare fino alle performance economiche, passando per gli attuali temi chiave della competitività incentrati su innovazione, digitalizzazione e internazionalizzazione, in coerenza con un modello di economia sostenibile dal punto di vista sociale quanto ambientale.

Per indagare tutti questi temi è stata svolta un'indagine condotta da Unioncamere a fine 2018 su un campione statisticamente rappresentativo di 1.000 imprese femminili¹ e 1.000 imprese maschili, appartenenti a tutti i settori di attività economica.

Le trasformazioni che stanno interessando l'imprenditoria femminile sulla scia di un nuovo capitale umano di imprenditrici che guardano con favore anche a settori ad alto valore aggiunto, come visto nel capitolo precedente, sembrano indicare un nuovo scenario: dal mercato divario che in passato divideva due modi di fare impresa (tradizionale quello femminile, competitivo quello maschile), ad un possibile avvicinamento tra i due modelli di business, con le nuove imprenditrici che affrontano i temi della competitività non meno di quellgli maschili, grazie anche ad una preparazione maggiore che in passato.

Quindi, vivendo una fase di trasformazione, diventa essenziale tenere conto non solo delle differenze di genere, ma anche quelle di natura generazionale. Ciò perché i risultati che scaturirebbero da un confronto tra imprese femminili e non femminili potrebbero essere influenzati non solo (e non tanto) dalle peculiarità del genere "rosa" rispetto al genere "non rosa", ma anche dalle differenze tra giovani e non giovani che insistono all'interno dei due gruppi di imprese (femminili e maschili).

Per ovviare a tale problema, si è ritenuto opportuno analizzare le differenze strettamente legate al genere mettendo a confronto imprese giovanili femminili a quelle sempre giovanil maschili, in modo da cogliere un eventuale "effetto genere" depurato dagli effetti ascrivibili al diverso comportamento tra giovani e non giovani ("effetto generazione")². Sulla base della stessa logica metodologica, l'analisi si svilupperà anche seguendo una seconda prospettiva tesa a cogliere un eventuale "effetto generazione" mettendo a confronto imprese femminili giovanili con quelle, sempre femminili, ma non giovanili³.

Effetto genere, effetto generazione: analisi controfattuali

Effetto genere	Imprese giovanili FEMMINILI vs imprese giovanili MASCHILI
Effetto generazione	Imprese femminili GIOVANILI vs imprese femminili NON GIOVANILI

1 Per quanto riguarda l'indagine, le definizioni di imprese femminili e giovanili corrispondono a quelle utilizzate per i dati del Registro delle imprese (vedi Capitolo precedente).

2 La scelta di prendere come riferimento le imprese giovanili per analizzare l'effetto genere è motivata dal fatto che l'impresa giovanile rappresenta un attore determinante per la tenuta e la crescita del sistema imprenditoriale e occupazionale del Paese, oggetto di molteplici azioni di Policy negli ultimi anni.

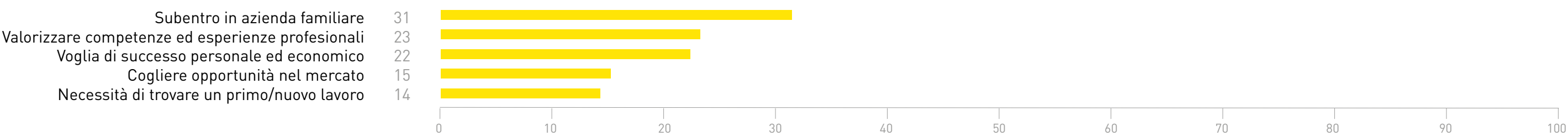
3 In questo caso, la scelta di prendere come riferimento le imprese femminili per analizzare l'effetto generazione è motivata essenzialmente dal fatto che il Rapporto si basa sull'imprenditoria femminile.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Motivazioni a fare impresa

Quali sono le motivazioni che spingono le donne a fare impresa? Il subentro in azienda familiare è la motivazione più diffusa (31%, frutto anche di una economia, come quella italiana, fortemente basata sul capitalismo familiare⁴. Tale risultato sottolinea l'importante ruolo del genere “rosa” in tema di passaggio generazionale, contribuendo alla salvaguardia di tutti quei saperi e know-how radicati nella storia dei nostri territori. Non a caso nel capitolo precedente è emerso proprio un certo legame dell'imprenditoria rosa con il made in Italy (settori manifatturieri, artigianato, ecc.).

Motivazioni a fare impresa delle imprese femminili (valori %*)



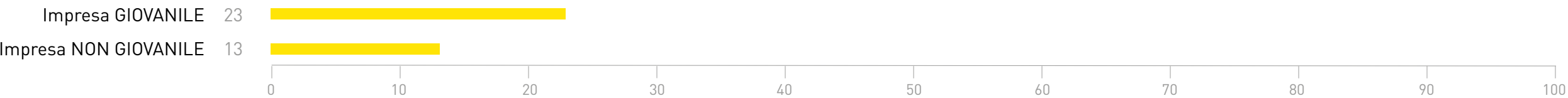
Interessante è notare come il subentro in azienda familiare sia caratterizzato soprattutto da un effetto generazione a sfavore dei giovani, in quanto riguarda maggiormente le imprese femminili non giovanili rispetto a quelle giovanili (21% vs 33%) (si precisa che nel proseguo del presente capitolo, quando si confrontano le imprese giovanili a quelle non giovanili per individuare un effetto generazione, si fa riferimento sempre all'insieme delle sole imprese femminili, come spiegato nel precedente paragrafo). Mentre le giovani imprenditrici sembrano essere maggiormente spinte a fare impresa, rispetto a quelle non giovani (effetto generazione favore dei giovani), per cogliere opportunità nel mercato, verosimilmente in ragione della loro più elevata preparazione e conoscenza delle nuove frontiere della competitività (digitalizzazione, ecc.), come vedremo più avanti.

⁴ Per approfondimenti, cfr. Unioncamere (2014). Rapporto Unioncamere 2014: l'economia reale attraverso il contributo delle imprese familiari, della cooperazione e dell'imprenditoria sociale. e.
* Domanda a risposta multipla
Fonte: indagine Unioncamere

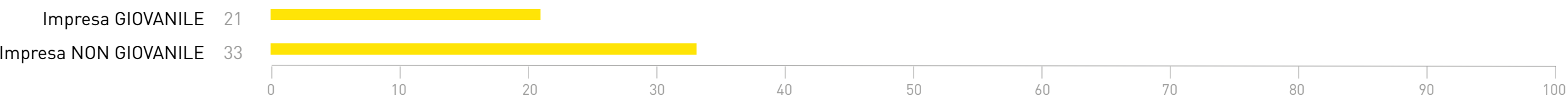
SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Cogliere opportunità nel mercato e subentro in azienda familiare: effetto generazione

Imprese femminili. Quota % motivazione: cogliere opportunità nel mercato

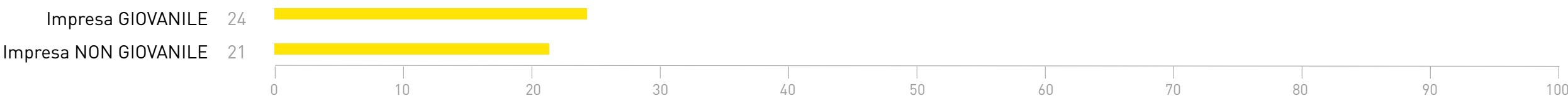


Imprese femminili. Quota % motivazione: subentro in azienda familiare



Le altre due motivazioni più determinanti per il fare impresa “rosa” sono la valorizzazione delle competenze ed esperienze professionali (23%), e la voglia di successo personale ed economico (22%), a testimonianza di come dietro ad una impresa femminile risiedano forti motivazioni dettate da know-how e volontà di crescere, rispetto alla più tradizionale ragione di autoimpiego (trovare un primo/nuovo lavoro 14%). E non a caso, proprio con riferimento alla valorizzazione delle competenze ed esperienze professionali emerge un effetto genere, data la più elevata quota relativa alle imprese femminili rispetto a quelle non femminili (24% vs 21%) .

Imprese femminili. Fare impresa per valorizzare competenze ed esperienze professionali: effetto genere (valori %)



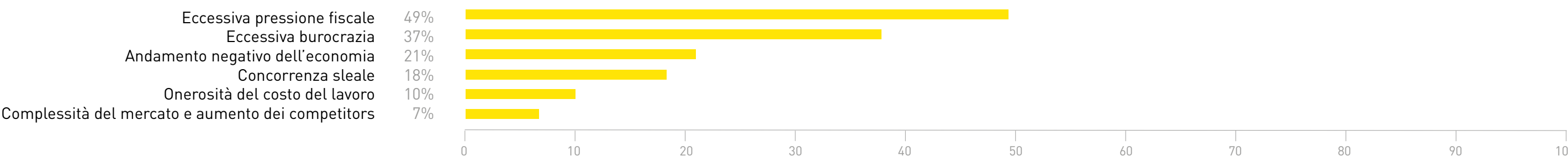
Fonte: indagine Unioncamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Ostacoli e nuove frontiere della competitività.

Una volta intrapresa l'avventura imprenditoriale, i capitani di impresa si possono trovare a fare i conti con alcune difficoltà nello svolgimento dell'attività aziendale: quali sono le più rilevanti per le imprese femminili? La risposta a questa domanda rappresenta una fonte informativa essenziale per le politiche a favore dell'imprenditorialità rosa (e per certi versi anche nel suo complesso) perché fa luce sui temi su cui esse dovrebbero maggiormente intervenire. Le prime due difficoltà per le imprese femminili sono l'eccessiva pressione fiscale (49% domanda a risposta multipla) e l'eccessiva burocrazia (37%). Il terzo posto concerne l'andamento negativo dell'economia che precede di poco il problema della concorrenza sleale, mentre meno segnalate sono le difficoltà legate all'onerosità del costo del lavoro e la complessità del mercato e dei competitors.

I principali problemi delle imprese femminili nello svolgimento dell'attività aziendale, valori %*



Le prime due motivazioni non stupiscono, confermando quanto già emerge anche dalle altre indagini per l'Italia condotte da istituti internazionali⁵. Entrando nello specifico, emerge un effetto genere di fronte alla difficoltà legata all'andamento negativo dell'economia, segnalato più intensamente dalle imprese femminili rispetto a quelle maschili (21% vs 18%), così come nel caso della complessità del mercato e aumento dei competitors (8% vs 6%). Evidenza di come l'imprenditoria femminile, pur partendo da una forte volontà di valorizzare le competenze, sembri meno attrezzata ad affrontare le sfide della competitività, vuoi anche per una minore propensione ad innovare come si vedrà più avanti. Infatti, in tema di innovazione esiste un effetto genere a sfavore del genere “rosa”, alla luce di una minore quota di imprese innovatrici femminili rispetto a quelle maschili (56% vs 59%).

⁵ In merito alla pressione fiscale, secondo il Rapporto pwc-World Bank “Paying Taxes 2020”, la pressione fiscale e contributiva sulle imprese (Total tax and contribution rate) nel 2018 in Italia è del 59,1%, 27esimo posto su 189 paesi del mondo. Riguardo invece al tema della burocrazia, secondo il Global Competitiveness Index (Report 2018) del World Economic Forum, l'Italia si colloca al 5° posto su 140 per “Burden of government regulation”.

* Domanda a risposta multipla
Fonte: indagine Unioncamere

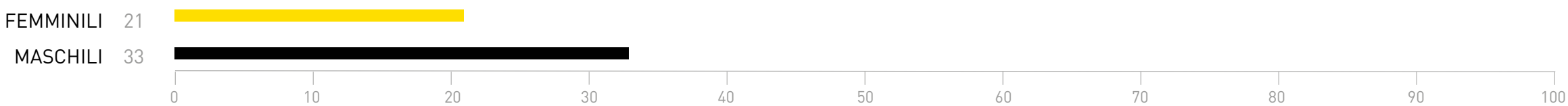
SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Andamento negativo dell’economia e complessità del mercato come problemi: effetto genere

Quota % di imprese giovanili che dichiarano come problema l’andamento negativo dell’economia



Quota % di imprese giovanili che dichiarano come problema la complessità del mercato e l’aumento dei competitors



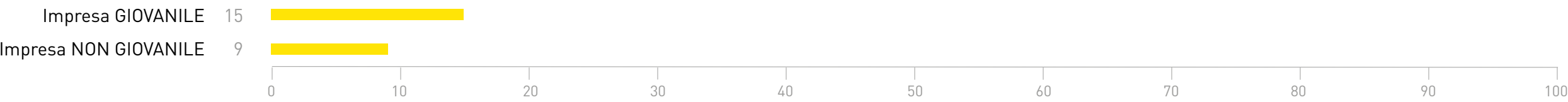
L’analisi in chiave effetto generazione mostra come le giovani imprenditrici abbiano meno problemi con le sfide imposte dalla competizione, ad esempio la concorrenza sleale (14% vs 19% nel caso delle non giovani); contando magari su una maggiore capacità innovativa rispetto alle non giovani imprenditrici (56% vs 35%) che aiuta senz’altro a vincere le varie sfide della competitività, compresa quella della unfair competition. Semmai, l’onerosità del costo del lavoro, vista precedentemente come uno dei principali problemi per le imprese femminili, vale soprattutto per quelle giovanili (15% vs 9% delle non giovanili), a conferma di quanto sia necessario intervenire su questo tema come sottolineato anche dall’OECD nelle sue raccomandazioni per l’Italia⁶.

⁶ OECD (2019). OECD Economic Surveys: Italy, April 2019.
Fonte: indagine Unioncamere

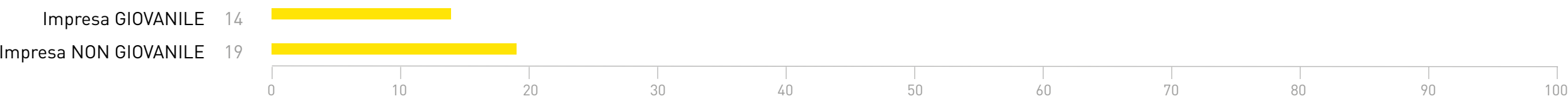
SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Costo del lavoro e concorrenza sleale come problemi: effetto generazione

Quota % di imprese femminili che dichiarano come problema il costo del lavoro



Quota % di imprese femminili che dichiarano come problema la concorrenza sleale



Ridurre le difficoltà significa mettere in grado le imprese di guardare con più forza alle nuove frontiere della competitività. La Quarta rivoluzione industriale comporta un radicale cambiamento dei metodi di produzione basati su tecnologie digitali, smart manufacturing, connessione e networking⁷. Solo attraverso la digitalizzazione le imprese riusciranno a restare competitive restando all’interno dei mercati più importanti e strategici, contando su aumenti di produttività ed efficienza, e rispondendo prontamente e adeguatamente alle richieste della domanda. Non a caso, in tutti i principali paesi avanzati (es. Germania, Francia, Spagna, Stati Uniti, Giappone), così come in quelli in via di sviluppo (Cina), sono stati avviati strategie di ammodernamento in chiave digitalization dei propri sistemi produttivi⁸. In Italia “Impresa 4.0” (recentemente rinominata Transizione 4.0)⁹ rappresenta il principale programma di politica industriale finalizzato a traghettare il nostro sistema imprenditoriale verso la Quarta rivoluzione industriale.

Come le imprese femminili stanno affrontando la Quarta rivoluzione industriale? Data la novità e complessità del fenomeno, la prima domanda da porsi è se le imprese femminili conoscono Impresa 4.0. Sebbene non emerga una marcata differenza tra imprese femminili e maschili, merita comunque evidenziare un lieve effetto genere a sfavore della componente “rosa” sulla conoscenza del tema: la quota di imprese femminili che conoscono Impresa 4.0 è leggermente inferiore a quella delle imprese maschili (27% vs 29%). Ma non è solo una questione di conoscenza, perché anche tra le imprese che conoscono Impresa 4.0, si conferma nuovamente un effetto genere a sfavore delle imprese femminili, quando si tratta di pianificare o adottare le tecnologie 4.0 (19% vs 25%).

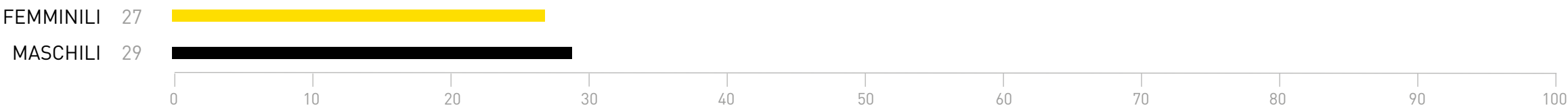
7 Cfr. OECD (2017). Next Production Revolution: Implications for Governments and Business. Paris, France: OECD Publishing; Schwab, K. (2017). The Fourth Industrial Revolution. New York: Crown Business;
8 Per approfondimenti sui paesi europei, cfr. European Commission (2017). Key lessons from national Industry 4.0 policy initiatives in Europe, Bruxelles.
9 https://www.mise.gov.it/images/stories/documenti/Slide_transizione4-0.pdf

Fonte: indagine Unioncamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Conoscere e adottare Impresa 4.0: differenze tra effetto genere e generazione a confronto

Quota % di imprese giovanili che conoscono Impresa 4.0 sul totale imprese



Quota % di imprese giovanili che hanno adottato o stanno pianificando di adottare tecnologie 4.0 sul totale imprese che conoscono Impresa 4.0



Di fronte a questo gap, potrebbe assumere particolare rilevanza incentivare la presenza delle imprese femminili all’interno di network imprenditoriali, perché questi, come sottolineato anche dall’OECD¹⁰, in una logica di condivisione favoriscono l’acquisizione di idee, conoscenze, esperienze, nuovi partners, clienti, nonché opportunità di finanziamenti. Uno dei fattori frenanti l’innovazione digitale delle imprese femminili potrebbe verosimilmente essere riconducibile anche ad un loro minore ricorso a manager esterni, considerando che la maggioranza degli studi sulle family firms evidenzia performance superiori delle imprese familiari gestite da manager esterni, i quali apportano nuove competenze, esperienze e vision aziendali più aperte, rispetto a quelle con il management familiare¹¹. L’indagine mostra come tra le imprese familiari, la quota di quelle gestite da non-family manager è marcatamente più bassa nel caso delle imprese femminili rispetto a quelle maschili (57% vs 75%). In generale, quindi, sembra emergere un leggero ritardo delle imprese femminili nell’agganciare il treno della Quarta rivoluzione industriale, vuoi per una minore conoscenza del tema, ma anche per una minore propensione ad investire nell’innovazione digitale. Questo gap trova conferma anche osservando la dotazione delle competenze digitali: ad un effetto genere favorevole alle imprese femminili riguardo alla volontà di dotarsi delle skill 4.0 (10% vuole dotarsi vs 7% delle maschili, sul totale delle imprese che conoscono Impresa 4.0), corrisponde un effetto genere sfavorevole quando si tratta di essersi già dotati delle skill 4.0 (10% vs 18%).

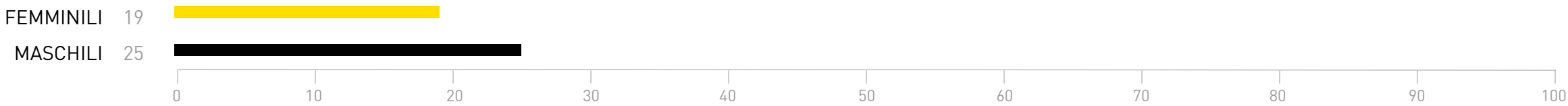
¹⁰ OECD-European Commission (2015). Policy Brief on Expanding Networks for Inclusive Entrepreneurship, Luxembourg.
¹¹ Per studi sull’Italia, cfr. Caselli, S., & Di Giuli, A. (2010). Does the CFO matter in family firms? Evidence from Italy. The European Journal of Finance, 16(5), 381-411. Bandiera, O., Guiso, L., Prat, A., & Sadun, R. (2008). Italian managers: Fidelity or performance. London, UK: mimeo, London School of Economics. Bloom, N., Sadun, R., & Van Reenen, J. (2008). Measuring and explaining management practices in Italy. Rivista di Politica Economica, 98(2), 15-56. Sciascia, S., & Mazzola, P. (2008). Family involvement in ownership and management: Exploring nonlinear effects on performance. Family Business Review, 21(4), 331-345.

Fonte: indagine Unioncamere

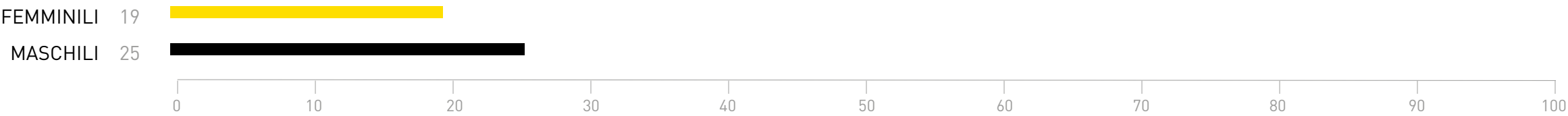
SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Skills 4.0: effetto genere (quote % di imprese che hanno adottato o stanno pianificando di adottare tecnologie 4.0 sul totale imprese che conoscono Impresa 4.0)

Quota % di imprese giovanili che si è già dotata di competenze 4.0



Quota % di imprese giovanili che si vuole dotare di competenze 4.0



Tali evidenze restituiscono un quadro di informazioni utili per i policy maker, sottolineando l'importanza di potenziare la conoscenza da parte dell'imprenditoria “rosa” verso il tema Impresa 4.0 e al contempo supportare la loro propensione ad investire nell'innovazione digitale. E ciò sembra valere soprattutto per le generazioni meno giovani di imprenditori nell'ottica di una riqualificazione digitale dei modelli di business, in quanto esiste un effetto generazione a favore delle giovani imprenditrici sulla conoscenza di Impresa 4.0 rispetto alle non giovani (27% vs 20%).

Fonte: indagine Unioncamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Conoscere e adottare Impresa 4.0: effetto generazione (quota % di imprese che conoscono Impresa 4.0 sul totale imprese)

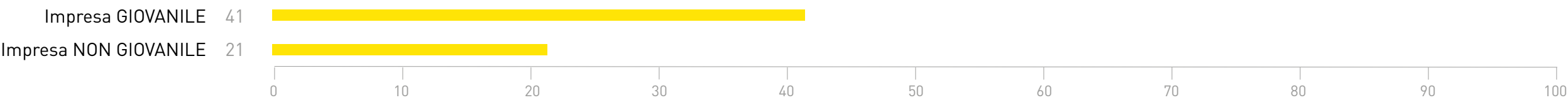
Quota % di imprese femminili che dichiarano come problema il costo del lavoro



Un'altra conferma di quanto già emerso anche nel capitolo precedente in merito all'esistenza di una nuova imprenditoria rosa (quella giovanile) più vicina alle tecnologie e ai contenuti a più alto valore aggiunto, grazie anche ad una più elevata dotazione di capitale umano. A tal proposito, infatti, esiste un marcato effetto generazione sulla presenza di laureati nelle imprese femminili: la quota di imprese con laureati nelle giovani imprese femminili è nettamente superiore a quella relativa alle meno giovani (41% vs 21%). Inoltre, un altrettanto effetto generazione si può cogliere nel momento in cui si scopre che le giovani imprese femminili dichiarano maggiormente le skill aziendali come un vantaggio competitivo rispetto a quelle non giovani (28% vs 22%).

Capitale umano nelle imprese: effetto generazione

Quota % di imprese femminili con laureati



Quota % di imprese femminili che dichiarano come proprio vantaggio le skills aziendali*



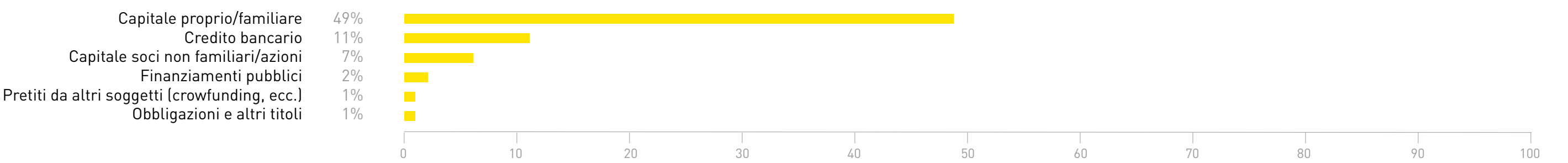
* Skills aziendali: qualità delle risorse umane e delle competenze aziendali
Fonte: indagine Unioncamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Fonti di finanziamento e rapporto tra banca e impresa.

Dietro alla competitività di un’impresa risiedono non solo capacità e competenze, ma anche risorse finanziarie in grado di tramutare skill e progetti in reali e positivi effetti sulla crescita aziendale. Quali sono le fonti di finanziamento delle imprese femminili? Il capitale proprio/familiare è nettamente la fonte più utilizzata dalle imprese femminili (il 49% ha dichiarato un elevato ricorso a tale fonte), confermando ancora una volta il determinante ruolo svolto dalla famiglia all’interno dell’imprenditoria italiana, non solo come opportunità di fare impresa lungo il solco del passaggio generazionale (come visto precedentemente, il subentro in azienda familiare è la motivazione più diffusa a fare impresa), ma anche come sostegno finanziario.

Fonti di finanziamento delle imprese femminili (valori %*)

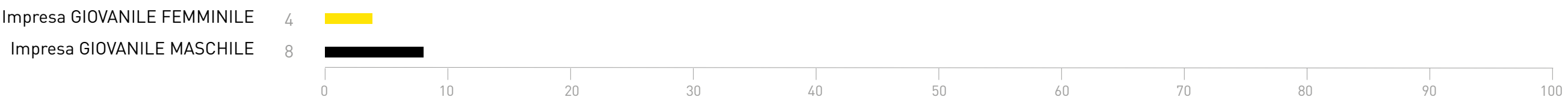


Scarso rilievo invece assume il credito bancario (solo l’11% delle imprese femminili ne fa un ricorso molto intenso). Ciò in parte sembra ascrivibile anche ad un problema di scoraggiamento, dato che in tale ambito esiste un effetto genere a sfavore del genere “rosa”: la quota di imprese che non richiedono credito perché sfiduciate sul positivo riscontro è superiore tra le imprese femminili rispetto a quelle maschili (4% vs 8%, sul totale delle imprese). Tra l’altro, si tratta di un fenomeno presente anche in molti paesi europei come dimostrato in recenti studi¹².

¹² Cfr. Moro, A., Wisniewski, T. P., & Mantovani, G. M. (2017). Does a manager’s gender matter when accessing credit? Evidence from European data. Journal of banking & finance, 80, 119-134. Analisi empirica condotta su 13 paesi europei.* Quote percentuali relativa alla modalità di risposta “Molto”
Fonte: indagine Unioncamere

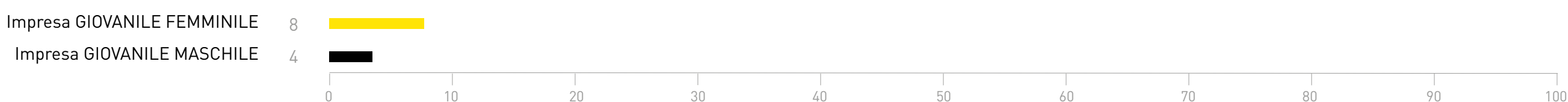
SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Scoraggiamento come ostacolo: effetto genere (quota % di imprese che dichiara di non fare ricorso al credito bancario aspettandosi un rifiuto)



A questo primo problema ne segue un altro: quando le imprese richiedono credito vanno incontro a maggiori difficoltà legate al razionamento. Esiste infatti un effetto genere a sfavore delle imprese “rosa” in tema di credit crunch, alla luce di una più elevata quota di imprese femminili che hanno dichiarato una erogazione del credito non adeguata o addirittura non accolta rispetto al caso maschile (8% vs 4%, sul totale delle imprese che hanno fatto richiesta)¹³.

Credit crunch*: effetto genere (quota % di imprese che ha dichiarato credit crunch)



¹³ Risultati che confermano studi empirici sull’Italia, cfr. Alesina A. F., Lotti F., Mistrulli P. E. (2013). Do women pay more for credit? Evidence from Italy, Journal of the European Economic Association, 11 (1), 45–66. In tale studio si trovano anche riscontri empirici sull’applicazione di un più elevato tasso di interesse per il genere femminile in assenza di motivazioni strutturali in grado di giustificare tale differenziale.

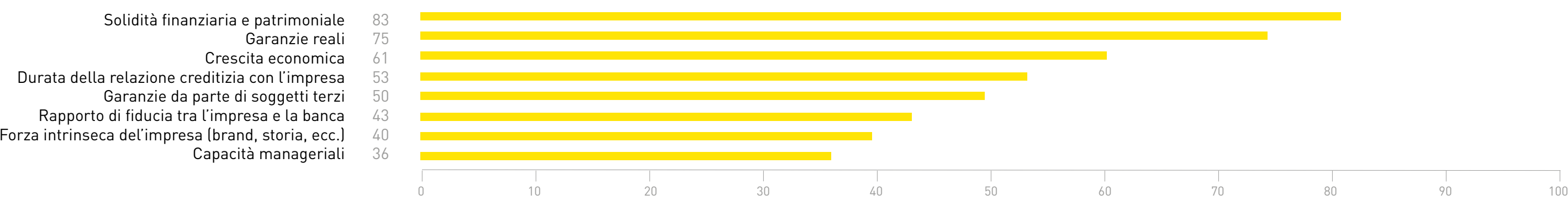
* Imprese che hanno richiesto credito ma il credito erogato non è stato adeguato oppure la richiesta non non è stata accolta.

Fonte: indagine Unioncamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Le motivazioni che possono risiedere dietro la sfiducia e il credit crunch possono essere in parte riconducibili alle richieste che le banche pongono alle imprese femminili per la concessione delle risorse creditizie. Le prime due richieste sono la solidità finanziaria e patrimoniale e le garanzie reali. Peraltro, collegato a quest’ultimo caso, esiste un effetto genere a sfavore (nel senso che il requisito è più richiesto) delle imprese femminili, perché ad esse viene richiesta più intensamente la garanzia di terzi rispetto alle imprese maschili (54% vs 39%). Ciò rappresenta un problema visto che, come evidenziato dall’European Institute for Gender Equality, le donne hanno minori garanzie collaterali su cui contare rispetto agli uomini¹⁴.

Requisiti richiesti dalle banche alle imprese femminili nella concessione del credito (quote % sul totale delle imprese che fanno ricorso al credito bancario)



A questi si aggiunge anche il terzo requisito più richiesto alle imprese femminili, la crescita economica, in cui esiste peraltro anche un effetto genere a sfavore sempre delle imprese femminili (63% vs 55%). In merito a ciò, merita evidenziare come alcuni studi abbiano dimostrato, ad esempio nel caso del venture capital, una differenza di trattamento tra i due generi: mentre al genere maschile per crescita economica vale il concetto di crescita potenziale futura (che può avere chiaramente margini di aleatorietà), per quello femminile si richiedono esplicitamente le performance già conseguiti¹⁵. Anche il quarto requisito più richiesto alle imprese femminili, la durata della relazione creditizia – per il quale emerge anche un effetto genere in quanto più richiesto rispetto alle imprese maschili (60% vs 49%) – potrebbe nascondere delle problematiche, dal momento che le imprese femminili, come visto nel precedente capitolo, sono di più recente costituzione e quindi hanno una storia aziendale (e quindi anche creditizia) più corta di quella delle imprese maschili¹⁶.

¹⁴ <https://eige.europa.eu/print/gender-mainstreaming/policy-areas/entrepreneurship>. Sul tema della richiesta di garanzie collaterali e differenze di genere, cfr. Bellucci A., Borisov A., Zazzaro A. (2010). Does gender matter in bank-firm relationships? Evidence from small business lending, Journal of Banking & Finance, 34 (12), 2968–2984

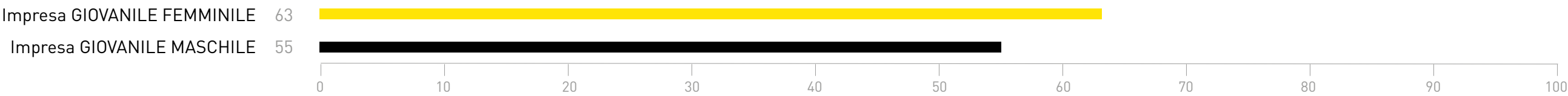
¹⁵ Cfr. Morgan Stanley (2018).The Growing Market Investors Are Missing: The Trillion-dollar Case for Investing in Female and Multicultural Entrepreneurs.

¹⁶ Per approfondimenti sul tema imprese femminili, risorse finanziarie e bank-firm relationship, cfr. Lewis-Frayne Holly; Rabellotti Roberta, Subacchi Paola (2020). Investing in Women: What women-led businesses in Italy and the UK need, Università di Pavia, Essential Economics, Queen Mary University of London, British Embassy Rome.. Cfr. Morgan Stanley (2018).The Growing Market Investors Are Missing: The Trillion-dollar Case for Investing in Female and Multicultural Entrepreneurs.

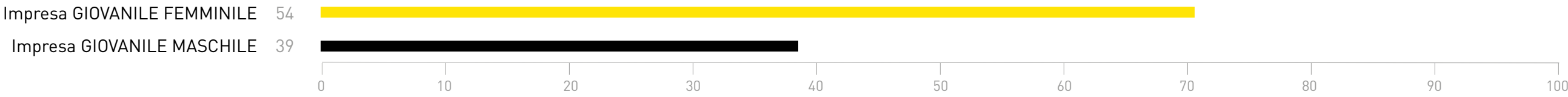
SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Crescita economica, garanzie di terzi e durata della relazione creditizia: effetto genere

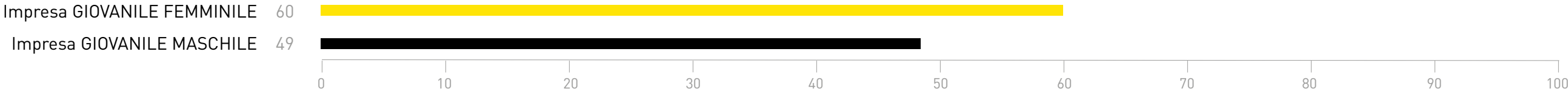
Quota % di imprese* che dichiara “crescita economica” come uno dei requisiti per la concessione del credito



Quota % di imprese* che dichiara “garanzie di terzi” come uno dei requisiti per la concessione del credito



Quota % di imprese* che dichiara “durata della relazione creditizia” come uno dei requisiti per la concessione del credito



In generale, come evidenziato anche in vari studi internazionali¹⁷, le difficoltà di accesso al credito per le imprese femminili rappresentano un forte freno alla loro crescita, che in parte potrebbe verosimilmente spiegare anche la minore propensione ad investire nell’innovazione come visto precedentemente. Pur tuttavia, un contributo potenzialmente importante per le imprese femminili alle necessità di risorse finanziarie potrebbe provenire dai finanziamenti pubblici, una forma alla quale le imprese “rosa” fanno un ricorso in misura veramente marginale (solo il 2%). Ad esempio, nello specifico caso dell’utilizzo/intenzione di utilizzare i finanziamenti europei, sebbene esista un effetto genere lievemente a favore delle imprese femminili (8% vs 6%), resta comunque il fatto di una frequenza piuttosto bassa.

¹⁷ Cfr. OECD-European Commission (2017). Policy Brief on Women’s Entrepreneurship, Luxembourg. World Bank (2011). World Development Report, The World Bank, Washington DC.

* Quota sul totale delle imprese che hanno fatto richiesta di credito

Fonte: indagine Unioncamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

E ciò che andrebbe sviluppato non è solo l'aumento della diffusione della conoscenza sulle opportunità offerte da tali fondi, ma, nello specifico caso delle imprese femminili, soprattutto il potenziamento sull'assistenza tecnica per l'elaborazione e redazione dei contenuti del progetto, la formazione sulle competenze per partecipare ai bandi; nonché per l'individuazione di nuovi partner, favorendo così l'inserimento delle imprese femminili all'interno di network imprenditoriali.

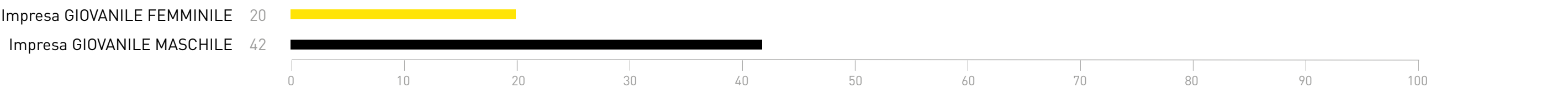
Utilizzo finanziamenti europei: effetto genere (quota % di imprese che hanno utilizzato o intendono utilizzare i finanziamenti europei)

Quota % di imprese* che dichiara “crescita economica” come uno dei requisiti per la concessione del credito

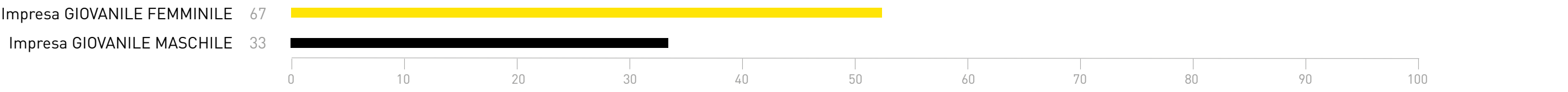


Richieste di bisogni per accedere ai finanziamenti europei: effetto genere (quota % di imprese che hanno utilizzato o intendono utilizzare i finanziamenti europei)

Informazione*



Assistenza**



* Informazione tempestiva sull'opportunità di finanziamento.
** Assistenza nell'individuazione dei partner, nella elaborazione e redazione dei contenuti del progetto, formazione specifica per acquisire le competenze funzionali alla partecipazione dei bandi.
Fonte: indagine Unioncamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Responsabilità sociale d’impresa.

Dietro ai concetti di crescita e competitività risiedono non solo competenze, tecnologie e capitale, con l’adeguato supporto delle risorse finanziarie, ma anche i valori fondanti la sostenibilità sociale e ambientale. Nell’era post-crisi e in un contesto caratterizzato dalla crescente pressione ambientale, la più forte garanzia per la crescita economica di medio-lungo termine è inevitabilmente la sostenibilità. Infatti, negli ultimi anni sono aumentati gli sforzi da parte delle più importanti organizzazioni internazionali nel favorire modelli di crescita sostenibili dal punto di vista sociale quanto ambientale¹⁸. Tant’è che i valori della responsabilità sociale di impresa sono diventati a tutti gli effetti una componente imprescindibile della competitività, soprattutto in campo internazionale. È nella relazionalità dell’impresa con i vari stakeholder, nella logica della Stakeholder Theory¹⁹, in cui si esprime la responsabilità sociale di impresa. Stakeholder che possono essere: sia interni, pensando ai dipendenti in tema di welfare aziendale; sia esterni, pensando agli attori quali imprese, scuola, università, terzo settore, ecc. che operano nella comunità territoriale di appartenenza, all’ambiente, ai subfornitori e clienti. Nello specifico, si analizza il livello della Corporate Social Responsibility (CSR) secondo quattro diverse tipologie di rapporti dell’impresa con gli stakeholder: i) rapporto con i dipendenti sulla base della propensione dell’impresa ad adottare pratiche di welfare aziendale; ii) rapporto con l’ambiente sulla base della propensione ad effettuare investimenti green; iii) rapporto con la comunità locale, sulla base della propensione delle imprese a stringere legami con gli stakeholder del territorio per aumentare il benessere della comunità locale secondo la logica della cura del bene comune²⁰; iv) rapporto con clienti e subfornitori sulla base della propensione delle imprese a realizzare campagne di sensibilizzazione nei confronti dei clienti e scegliere i subfornitori seguendo criteri legati alla sostenibilità. Quanto sono socialmente responsabili le imprese femminili? Rispetto alle quattro dimensioni della responsabilità sociale di impresa sopra descritte, emerge quasi sempre un effetto genere a favore delle imprese “rosa”: le imprese femminili sono più propense ad adottare pratiche di welfare aziendale (69% vs 60% delle maschili), investono maggiormente nella sostenibilità ambientale (31% vs 26%), e tendono ad avere più frequentemente forti legami con la comunità territoriale (42% vs 39%). Segni di un più elevato livello di CSR extensive delle imprese femminili, dato che spiccano in quasi tutti e quattro i casi: solo rispetto a clienti e subfornitori non si evidenziano particolari differenze tra i due generi. Ed è soprattutto in tema di welfare aziendale in cui le imprese femminili dimostrano una maggiore attenzione rispetto a quelle maschili (il 69% delle imprese “rosa” adotta pratiche di welfare aziendale vs 60% per quelle maschili); esempio, quindi, di modalità imprenditoriali capaci di coniugare produzione ed esigenze familiari della propria forza lavoro, figlie anche di quel rapporto imprenditore-dipendente tipico del modello italiano di capitalismo familiare. Non a caso, più in generale, l’adozione di pratiche di welfare aziendali si dimostra la forma di CSR più diffusa, perseguita da oltre la metà delle imprese (a prescindere dal genere).

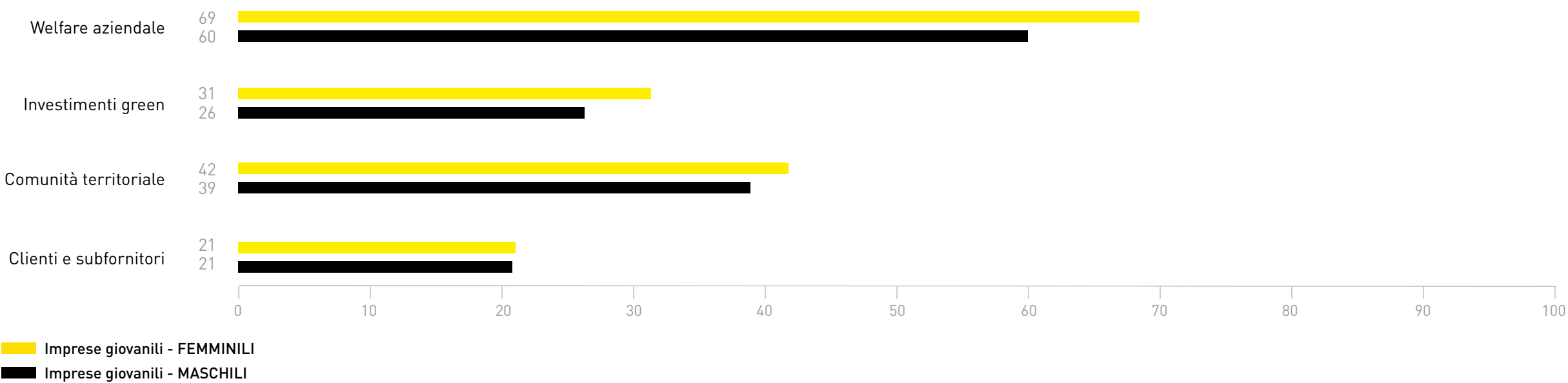
¹⁸ Stiglitz J.E., Sen A., Fitoussi J.P. (2009). Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress; European Commission (2009). GDP and beyond. Measuring progress in a changing world, Communication from the Commission to the Council and the European Parliament: COM(2009) 433, Brussels; OECD (2011). How’s life? Measuring well-being. OECD Publishing, Paris; United Nations (2018). Sustainable Development Goals Report 2016, United Nations, New York. ISTAT (anni vari). Rapporto BES. Istituto Nazionale di Statistica, Roma..

¹⁹ Freeman R.E. (1984). Strategic management: A stakeholder approach. Boston: Pitman.

²⁰ Bruni L. (2008). Reciprocity, Altruism and Civil Society. London-New York: Routledge.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

CSR extensive: effetto genere (quote % sul totale imprese)



L'anima più socialmente responsabile delle imprese femminili trova conferma anche osservando l'intensità di adozione di comportamenti di CSR. Esiste infatti un effetto genere a favore delle imprese “rosa”: la quota di imprese che adottano più di due comportamenti socialmente responsabili (CSR intensive) è più alta nel caso delle imprese femminili rispetto a quelle maschili (26% vs 19%).

Più che un effetto genere in tema di responsabilità sociale di impresa emerge un effetto generazione a favore delle giovani imprenditrici particolarmente marcato: infatti, in termini di CSR extensive, in tutte quattro le forme di relazionalità con gli stakeholder (welfare aziendale, investimenti green, comunità territoriale, subfornitori e clienti) le giovani imprese femminili mostrano quote percentuali superiori a quelle delle non giovanili. Ancora una volta è nel welfare aziendale che si trova una netta differenza di comportamento tra le imprese femminili giovanili e quelle non giovani (69% vs 33%).

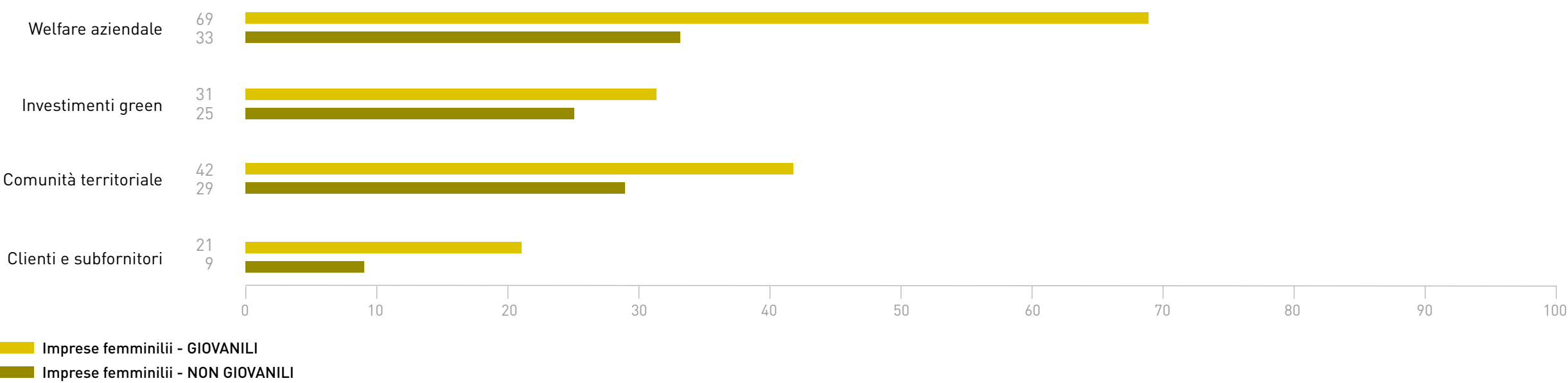
Welfare aziendale: imprese che adottano pratiche di welfare aziendale. Investimenti green: imprese che ritengono necessario investire in ambiente perché il cambiamento climatico è un rischio per l'azienda e per la società. Comunità territoriale: imprese che hanno un legame con la comunità in cui opera (istituzioni, associazioni no profit, scuole, università, ecc.). Clienti e subfornitori: imprese che coinvolgono i clienti in campagne di sensibilizzazione e scelgono i subfornitori in base a criteri di sostenibilità.

Fonte: indagine Unioncamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Inoltre, rispetto all’effetto genere, appare ancora più marcato l’effetto generazione in tema di CSR intensive: la quota di imprese femminili giovanili che hanno adottato più di due comportamenti socialmente responsabili (sui quattro descritti all’inizio del paragrafo) è nettamente superiore al caso delle non giovanili (26% vs 8%).

CSR extensive: effetto generazione (quote % sul totale imprese)

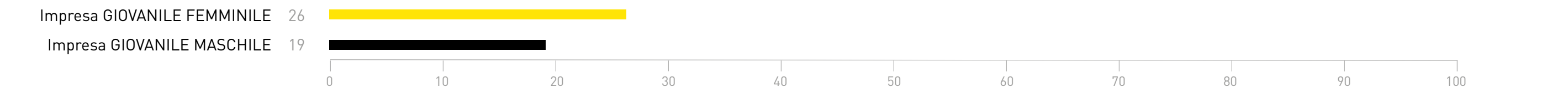


Fonte: indagine Unioncamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

CSR intensive: effetto genere e generazione a confronto (quota % di imprese cha adottano 3 o 4 comportamenti CSR tra welfare, investimenti green, comunità territoriale, clienti e subfornitori)

Effetto genere



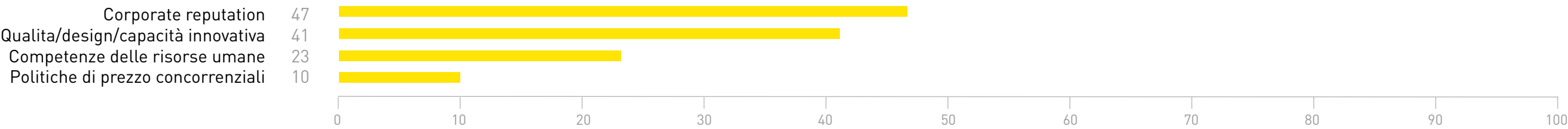
Effetto generazione



Tutto ciò mette in luce l’emergere di una nuova imprenditoria “rosa” che si basa su modelli di business non solo fondati sulle nuove tecnologie digitali 4.0, come visto in uno dei precedenti paragrafi, ma anche sui valori della sostenibilità. Conferme della forte inclinazione sociale delle imprese femminili e di come la responsabilità sociale di impresa sia a tutti gli effetti un fattore della competitività, si possono trovare nei vantaggi che le imprese dichiarano. Il primo vantaggio competitivo maggiormente segnalato dalle imprese femminili è proprio la Corporate reputation (47% sul totale delle imprese); per il quale emerge peraltro un effetto genere dal momento che tale motivazione è più diffusa tra le giovani imprese femminili rispetto alle giovani imprese maschili (53% vs 50%). Anche in questo caso, esiste un più marcato effetto generazione: la differenza tra la quota delle imprese femminili giovanili che dichiarano la Corporate reputation un vantaggio competitivo e la quota delle non giovanili è ancora più netta (53% vs 46%).

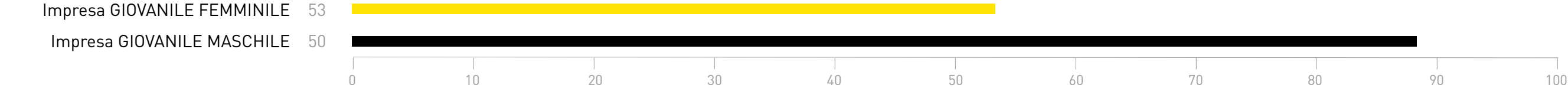
SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Vantaggi competitivi delle imprese femminili, valori %*

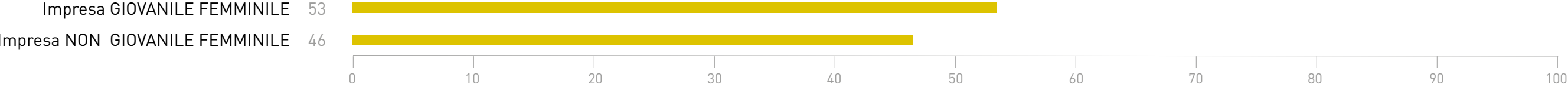


Corporate reputation** come vantaggio competitivo. Effetto genere (quote % di imprese che dichiarano come proprio vantaggio competitivo la Corporate reputation)

Effetto genere



Effetto generazione

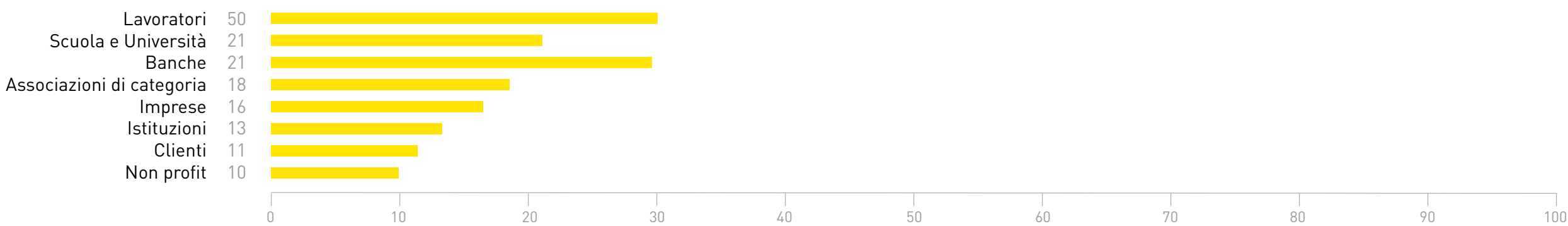


* Domanda a risposta multipla
** Corporate reputation: immagine/reputazione/brand/cura del cliente
Fonte: indagine Unioncamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Volendo entrare più nello specifico della relazionalità dell'impresa con i singoli stakeholder, è necessario rifarsi al concetto di “coesività” come definita negli studi Unioncamere²¹. In questo senso per coesività si intende la relazione che l'impresa intrattiene con nove diversi attori tesa alla costruzione del benessere socio-economico del territorio: lavoratori (non solo welfare aziendale, ma anche formazione e co-progettazione); scuole e Università; banche; associazioni di categoria; imprese; istituzioni; clienti; no profit. Anche da questo punto di vista si conferma la predominanza della relazionalità dell'impresa femminile con i propri dipendenti, a cui segue quella con il sistema formativo. Ciò conferma la profonda sensibilità dell'imprenditoria femminile verso i temi legati non solo al benessere delle persone in termini di conciliazione lavoro-famiglia, ma anche alla volontà di contribuire alla costruzione di un capitale umano di oggi e di domani, linfa vitale per la crescita del Paese.

Coesività: Diffusione della relazionalità delle imprese femminili con i diversi soggetti (% di imprese che hanno relazioni con ciascun soggetto)



La propensione delle imprese femminili verso questo capitale relazionale si dimostra più elevata di quella maschile e addirittura in crescita nel tempo. Secondo un’analisi panel condotta su 200 imprese risulta che il numero medio di attori (valore che a da 0 a 9 sulla base del concetto di coesività sopra descritto) con i quali un’impresa femminile nel 2019 intrattiene relazioni è superiore a quello maschile (3,81 vs 3,58). Una valore medio femminile peraltro cresciuto rispetto al 2018 di 0,77: come dire che in un anno un’impresa femminile ha allargato le sue relazioni a circa un attore in più. Un aumento peraltro lievemente superiore a quanto registrato nel caso delle imprese maschili (+0,75).

²¹ Unioncamere-Fondazione Symbola (anni vari). Coesione è competizioni: le nuove geografie della produzione di valore.
Fonte: indagine Unioncamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Performance economiche e internazionalizzazione.

Se, come visto, il concetto “sostenibile” è fortemente presente nei modelli di business dell’imprenditoria femminile, è necessario chiedersi se anche quello di “crescita” sia presente. In realtà, da questo punto di vista sembra emergere in misura molto meno marcata un effetto genere a favore della componente femminile: la quota di imprese dichiaranti un aumento del fatturato è superiore tra le imprese femminili rispetto a quelle maschili con riferimento al 2018 (27% vs 22%), ma non riguardo al 2019 (23% in entrambi i casi). Ciò in parte potrebbe essere ascrivibile anche ad un rallentamento dell’economia nazionale (il Pil nel 2019 è aumentato dello 0,2% rispetto al +0,8% del 2018²²), rispetto al quale, come visto in uno dei primi paragrafi, le imprese femminili risentono più di quelle maschili dell’andamento sfavorevole dell’economia.

Ma ciò che merita ulteriore attenzione è il più marcato effetto genere in tema di andamento dell’occupazione: sia nel 2018 che nel 2019, la quota di imprese femminili che dichiarano una crescita dei propri occupati è superiore a quella maschile (2018: 21% vs 16%; 2019: 17% vs 13%). Ciò sembra essere una ulteriore conferma di come la crescita produttiva delle imprese femminili produca maggiori benefici in campo occupazionale, contribuendo al benessere socio-economico dei territori. Quindi, sostenere la competitività delle imprese femminili significa avere importanti ritorni anche sul fronte occupazionale. Pur tuttavia, alcuni warning sulla crescita di più lungo periodo delle imprese femminili si possono rintracciare in un effetto genere a sfavore del genere “rosa” per quanto riguarda l’internazionalizzazione, considerando che oggi l’apertura ai mercati esteri è una variabile chiave della competitività: la quota di imprese femminili che operano all’interno delle Global Value Chain è inferiore a quella maschile (9% vs 13%).

²² Per il 2019 il dato è stimato. Cfr. ISTAT (2019). Le prospettive per l’economia italiana 2019-2010. 4 dicembre.
Fonte: indagine Unioncamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Performance delle imprese: effetto genere (quote % delle imprese che hanno dichiarato un aumento per ciascun indicatore)

Fatturato 2018/2017



Fatturato 2019/2018



Occupazione 2018/2017



Occupazione 2019/2018



Fonte: indagine Unioncamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

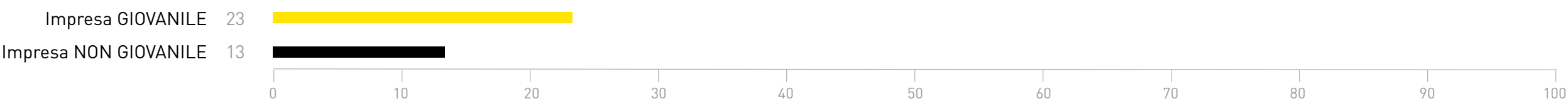
Dal punto di vista generazionale, le imprese giovanili femminili segnano performance economiche, dal lato produttivo quanto occupazionale, superiori a quelle non giovanili. Effetto, verosimilmente, anche delle maggiori competenze e capacità dei giovani di intercettare le nuove frontiere della competitività come visto precedentemente ad esempio nel caso delle tecnologie 4.0, dell’innovazione (il 56% delle imprese giovanili femminili ha introdotto innovazioni nell’ultimo triennio vs 35% di quelle non giovanili) così come di un più elevato livello di internazionalizzazione (operano all’interno delle Global Value Chain il 9% delle imprese giovanili femminili vs 7% nel caso di quelle non giovanili).

Performance delle imprese femminili: effetto generazione (quote % delle imprese che hanno dichiarato un aumento per ciascun indicatore)

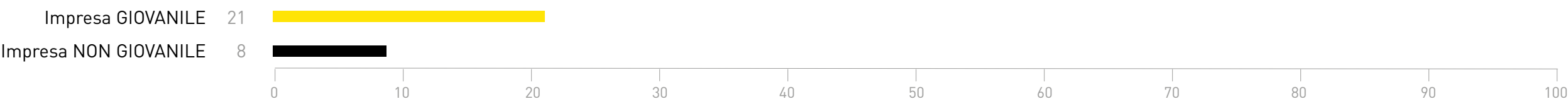
Fatturato 2018/2017



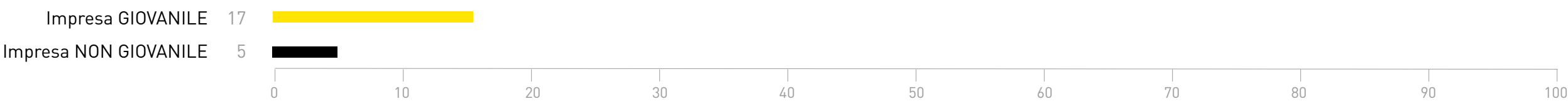
Fatturato 2019/2018



Occupazione 2018/2017



Occupazione 2019/2018



Fonte: indagine Unioncamere

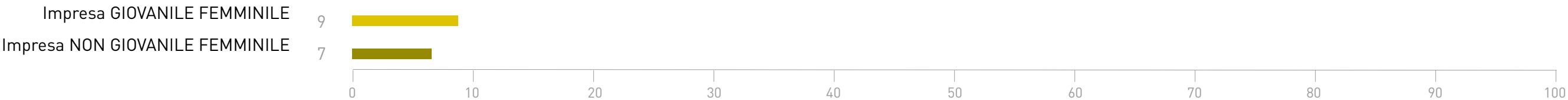
SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Global Value Chain: effetto genere e generazione (quote % di imprese che operano nelle Global Value Chains)

Effetto genere

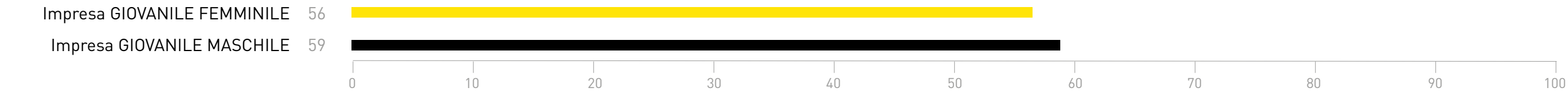


Effetto generazione

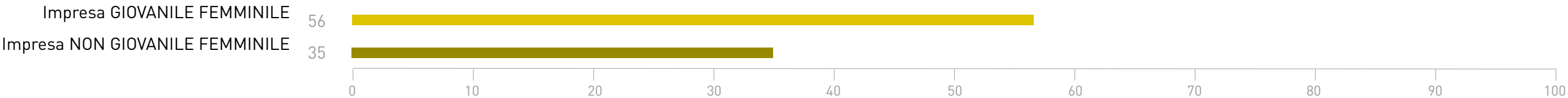


Global Value Chain: effetto genere e generazione (quote % di imprese che operano nelle Global Value Chains)

Effetto genere



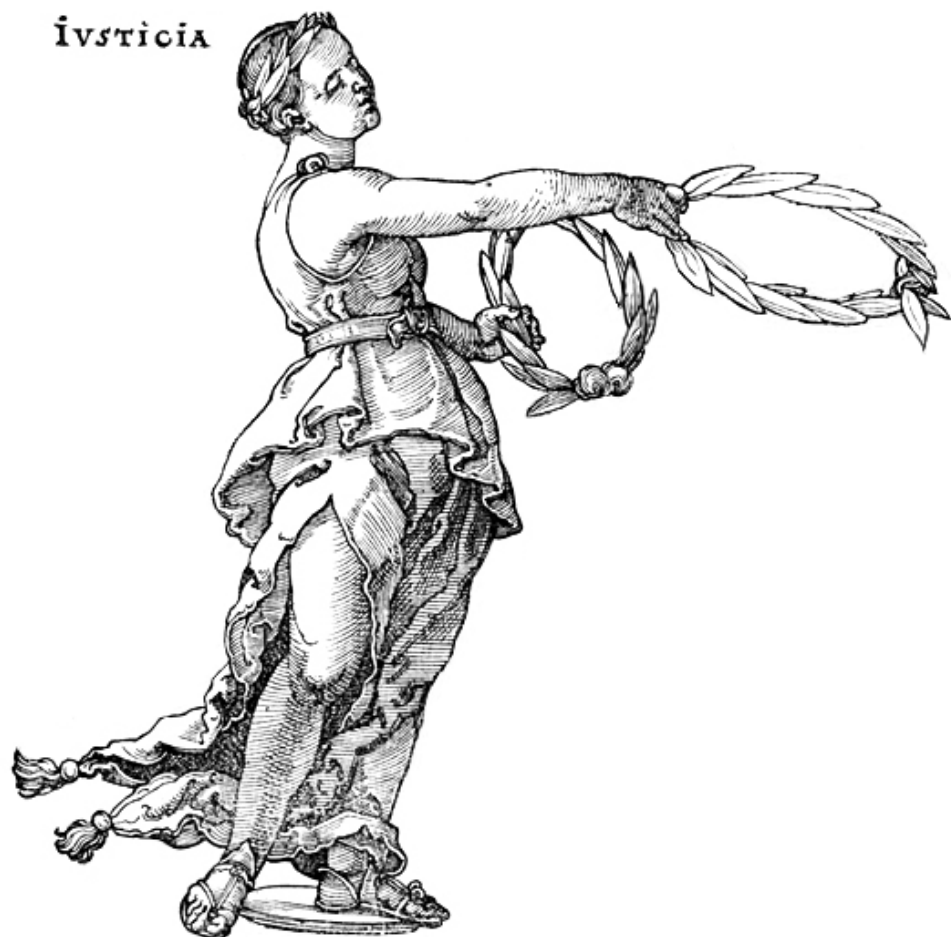
Effetto generazione



* Innovazioni di prodotto, processo, organizzativa, marketing.
Fonte: indagine Unioncamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

īvstīcīa



LA PRESENZA FEMMINILE NEL MERCATO DEL LAVORO.

SUMMARY

CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE

Donne e impresa: visione di insieme
Settori e territori
Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili
Età e sopravvivenza delle imprese
Start-up innovative
Mobilità geografica delle imprenditrici
Donne nelle società: proprietà e management

SCENARIO COMPETITIVO

Indagine: aspetti metodologici
Motivazioni a fare impresa
Ostacoli e frontiere della competitività
Fonti di finanziamento
Responsabilità sociale d'impresa
Performance e internazionalizzazione

MERCATO DEL LAVORO

Quadro generale
Occupazione in Italia
Occupazione alle dipendenze
Ruolo in famiglia
Donne nella ricerca

COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE

Occupazione
Imprese
Comportamenti delle imprese

DIMENSIONE EUROPEA

Unione Europea e imprenditorialità
Sistema camerale europeo: buone pratiche

Il quadro generale.

Il contributo della componente femminile alla crescita economica del Paese si realizza non solo attraverso l'imprenditorialità attraverso il fare impresa o lavorare all'interno del management delle società, come visto nei precedenti capitoli e focus, ma anche attraverso il lavoro alle dipendenze. In una visione completa, appare quindi opportuno analizzare quale è il ruolo della donna all'interno del mercato del lavoro sotto diverse lenti di osservazione: da quella settoriale e geografica a quella professionale, approfondendo il tema della conciliazione lavoro-famiglia. Accanto alle disparità territoriali tra il Centro-Nord e il Mezzogiorno, evidenti anche nelle variazioni dell'occupazione, in questi ultimi quindici anni (dal 2004 al 2019) si osservano consistenti modifiche strutturali nelle posizioni nella professione, con un declino dell'occupazione autonoma e un aumento dell'occupazione alle dipendenze. All'interno dell'occupazione alle dipendenze sono però in aumento i lavoratori con contratto a tempo determinato e a tempo parziale, tipologie contrattuali molto utilizzate per l'assunzione dei più giovani. L'aumento dei contratti a tempo parziale, maggiormente utilizzati proprio dalla componente femminile, ha consentito di raggiungere in Italia il record storico nel numero di occupati con 15 anni e più, 23,5 milioni nel 2019 (stime di contabilità nazionale), ma non il record nel numero di ore lavorate, in quanto mancano, secondo le stime di contabilità nazionale dell'Istat, 2,1 miliardi di ore di lavoro rispetto alla quantità di ore lavorate prima delle crisi finanziarie e economiche (-4,6 per cento rispetto al 2008).

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Occupazione in Italia: territori, età e settori.

Nel 2019 il numero di occupati in Italia, dai 15 ai 64 anni, risultano in aumento di 667 mila rispetto a quindici anni prima (2004). Tale aumento è in realtà dovuto esclusivamente alla componente femminile, in aumento di quasi un milione di unità, mentre la componente maschile è diminuita di oltre 250 mila unità. In tale contesto nazionale le distanze tra le ripartizioni si sono acuite. Nel Centro-Nord le donne presentano variazioni a due cifre (12,6 per cento) e gli uomini variazioni ad una cifra (1,9 per cento), nel Mezzogiorno invece le donne presentano una variazione positiva a una sola cifra (4,3 per cento) mentre per gli uomini la variazione è fortemente negativa (-10,3 per cento).

Occupati - in migliaia (15-64 anni) per ripartizione e genere - Anni 2004 e 2019

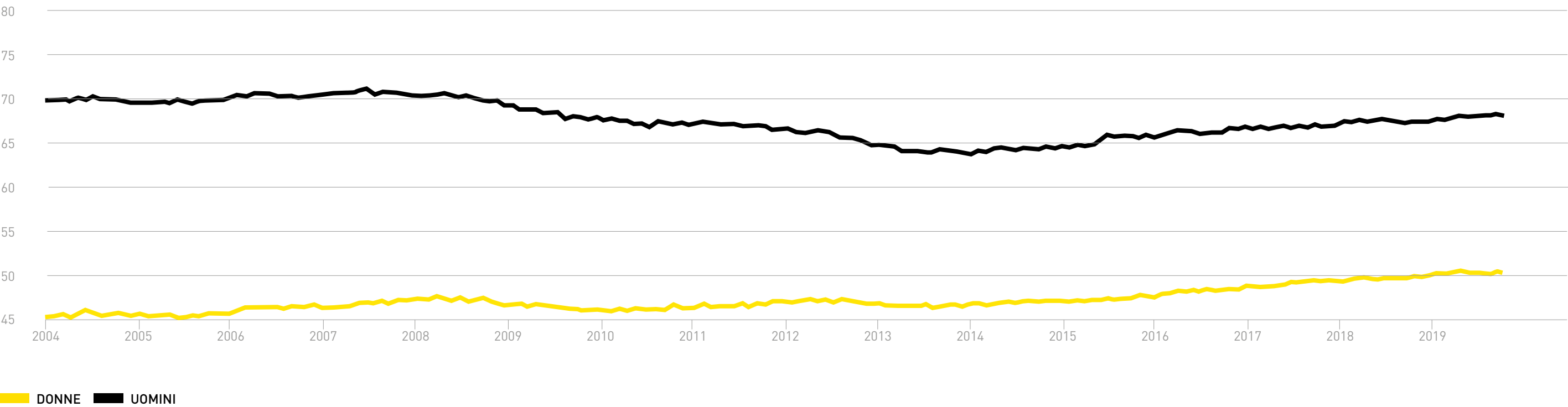
RIPARTIZIONE	GENERE	2019	2004	VARIAZIONI ASSOLUTE	VARIAZIONI %
Centro-Nord	Donne	7.421	6.587	833	12,6
	Uomini	9.261	9.087	174	1,9
	TOTALE	16.681	15.674	1.007	6,4
Mezzogiorno	Donne	2.237	2.146	92	4,3
	Uomini	3.768	4.200	-432	-10,3
	TOTALE	6.006	6.346	-340	-5,4
Italia	Donne	9.658	8.733	925	10,6
	Uomini	13.029	13.287	-258	-1,9
	TOTALE	22.687	22.020	667	3,0

Fonte: Istat - Rilevazioni annuali sulle Forze di lavoro

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Negli ultimi quindici anni, dal 2004 al 2019, il tasso di occupazione, dato dal rapporto tra il numero degli occupati e la popolazione sottostante, è aumentato per le donne ed è diminuito per gli uomini con una conseguente riduzione del divario di genere. Le donne, con riferimento alla popolazione in età 15-64, hanno accresciuto la loro partecipazione effettiva al lavoro, dato un tasso di occupazione che passa dal 45,5% di inizio periodo al 50,1% nel 2019. Nello stesso periodo gli uomini hanno invece diminuito il loro tasso di occupazione dal 69,8% del 2004 al 68,0% nel 2019, dopo aver toccato un massimo del 70,8% nel luglio 2007, prima delle crisi finanziarie e economiche del 2009 e del 2011, e un minimo del 64,3 nel febbraio 2014, prima della ripartenza. La distanza tra i due tassi di occupazione per genere permane ancora elevata ma si è ridotta di quasi un terzo, dai 24,3 punti percentuali del 2004, ai 17,9 punti percentuali nel 2019.

Tassi di occupazione (15-64 anni) per genere - Anni 2004-2019 (serie mensili)

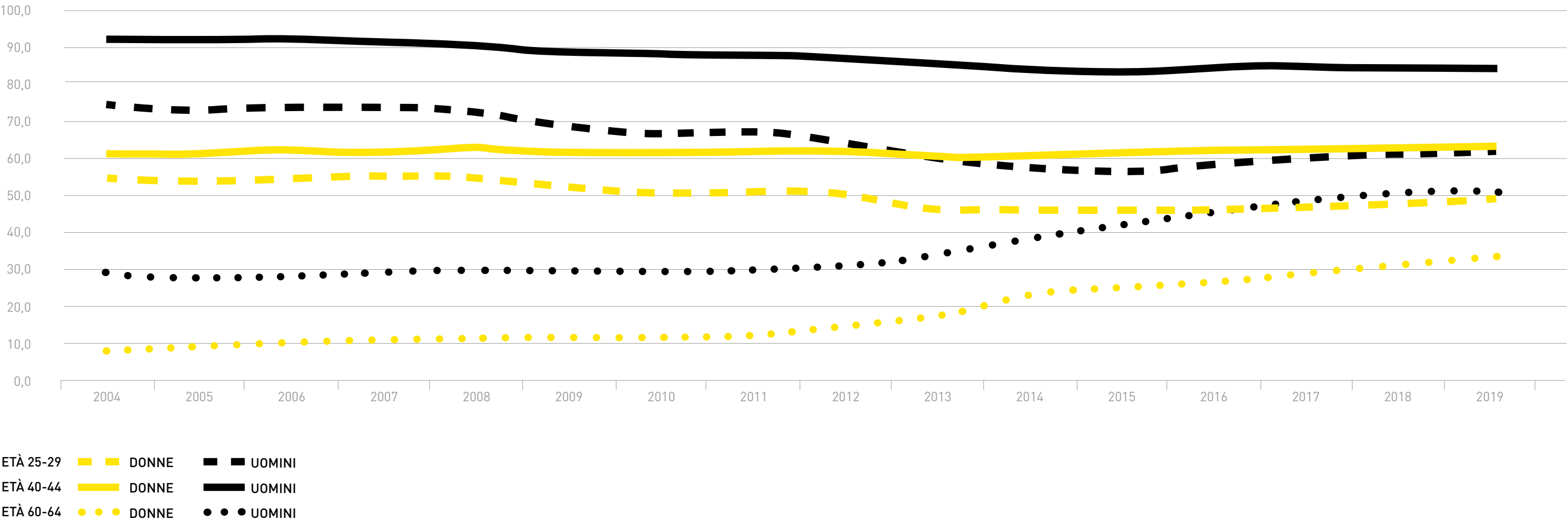


Fonte: Istat - Rilevazioni mensile sulle Forze di lavoro

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Le modifiche nei tassi di occupazione non sono però omogenee per tutte le età. Nel 2019 rispetto al 2004, i tassi di occupazione femminili sono aumentati per la popolazione sopra i 40 anni mentre sono diminuiti per le più giovani. I tassi di occupazione maschili invece sono aumentati sopra i 50 anni, mentre sono diminuiti in tutte le altre classi di età.

Tassi di occupazione per genere e classi di età - Anni 2004-2019



Fonte: Istat - Rilevazioni mensile sulle Forze di lavoro

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

A seguito di tali cambiamenti le distanze tra i tassi di occupazione maschili e quelli femminili risultano fortemente ridotte in tutte le classi di età e, in particolare, nelle classi di età dai 45 ai 54 anni con differenze attuali di poco più di 20 punti dai poco più dei 33 punti nel 2004.

Tassi di occupazione per genere e classi di età - Anni 2004 e 2019

CLASSE D'ETÀ	2019			2004			2019-2004		
	DONNE	UOMINI	DONNE MENO UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE MENO UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE MENO UOMINI
15-19 anni	2,6	4,8	-2,2	6,8	12,1	-5,4	-4,2	-7,4	3,2
20-24 anni	27,4	37,6	-10,2	37,5	48,5	-11,1	-10,0	-10,9	0,9
25-29 anni	49,4	62,9	-13,6	55,1	74,1	-19,1	-5,7	-11,2	5,5
30-34 anni	58,5	78,4	-19,9	61,9	87,4	-25,6	-3,4	-9,1	5,7
35-39 anni	61,3	83,7	-22,4	61,7	91,0	-29,3	-0,5	-7,3	6,8
40-44 anni	63,3	85,6	-22,3	60,9	92,2	-31,3	2,4	-6,6	9,0
45-49 anni	63,8	84,8	-21,0	57,6	90,9	-33,3	6,2	-6,1	12,3
50-54 anni	60,8	84,2	-23,5	48,7	82,7	-33,9	12,0	1,6	10,5
55-59 anni	53,9	77,2	-23,2	29,6	53,9	-24,3	24,4	23,3	1,1
60-64 anni	34,0	50,0	-16,0	9,2	29,0	-19,8	24,8	21,0	3,9
15-64 anni	50,1	68,0	-17,9	45,5	69,8	-24,3	4,7	-1,8	6,4

Fonte: Istat - Rilevazioni mensile sulle Forze di lavoro

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Le persone più adulte quindi stanno sperimentando tassi di occupazione più elevati, mentre tra i più giovani invece le difficoltà occupazionali persistono, sia maschili che femminili. A ciò si aggiunge anche il sempre più ridotto numero di giovani, conseguenza diretta quest’ultima della diminuzione delle nuove generazioni successive al babyboom, sono considerate tra le principali concause del sempre più basso numero di nascite. Al ridotto numero di nascite contribuiscono anche il maggior numero di giovani qualificati che emigrano all’estero, peraltro poco compensato dai giovani immigrati in Italia. Nel periodo esaminato, infatti, le nascite sono scese ulteriormente di altre 120mila unità all’anno: dalle 563mila nel 2004 alle 440mila nel 2018 (ultimo anno disponibile), con conseguenze dirette sulla riduzione ulteriore di giovani negli anni futuri. Come osservato nei paragrafi precedenti, la dinamica dei settori di attività economica, storicamente legata al progresso tecnologico, con la contrazione del fattore lavoro nei settori ad alta automazione e l’incremento nei settori a bassa automazione, è, in generale, alla base della dinamica dell’occupazione. Il consistente sviluppo del settore dei servizi alle imprese e alle famiglie seguito da quello del commercio, unitamente alla contrazione del settore industriale ed al crollo del settore delle costruzioni, permea infatti l’evoluzione della forza lavoro e la sua composizione per genere. I settori in crescita sono quelli in cui le donne sono maggiormente occupate: nel 2019, il 21,4 per cento nel settore del commercio, alberghi e ristorazione e il 63,2 per cento nel settore degli altri servizi. Al contrario nei settori in diminuzione la componente femminile è presente soltanto per il 12,2 per cento nell’industria in senso stretto e per appena lo 0,9 nel settore delle costruzioni. La componente femminile rappresenta pertanto il 44,3 per cento nel commercio, alberghi e ristorazione e il 55,7 per cento dell’occupazione nelle altre attività di servizi; nei settori in diminuzione tali quote sono pari al 25,5 per cento nell’industria in senso stretto e al 6,6 per cento nelle costruzioni. La composizione settoriale evidenzia anche che i settori in crescita sono quelli con maggiore utilizzo di contratti a tempo parziale, concentrati, nel totale dei generi, per il quasi il 28 per cento nel commercio, alberghi e ristorazione e per quasi il 60 per cento nelle altre attività di servizi.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Quota di occupati (15 anni e più) per settore di attività, genere e per regime orario - anno 2019

SETTORE ATTIVITÀ	GENERE	QUOTE SUI TOTALI DI GENERE			QUOTE SUI TOTALI DI SETTORE		
		TEMPO PARZIALE	TEMPO PIENO	TOTALE	TEMPO PARZIALE	TEMPO PIENO	TOTALE
Agricoltura	Donne	1,9	2,6	2,4	49,3	22,3	25,9
	Uomini	5,3	5,0	5,0	50,7	77,7	74,1
	TOTALE	2,8	4,2	3,9	100,0	100,0	100,0
Industria in senso stretto	Donne	8,2	14,1	12,2	67,2	21,7	25,5
	Uomini	11,0	27,4	26,0	32,8	78,3	74,5
	TOTALE	9,0	22,7	20,1	100,0	100,0	100,0
Costruzioni	Donne	1,3	0,7	0,9	42,8	3,7	6,6
	Uomini	4,9	9,7	9,3	57,2	96,3	93,4
	TOTALE	2,3	6,5	5,7	100,0	100,0	100,0
Commercio, alberghi e ristorazione	Donne	27,3	18,5	21,4	72,1	34,6	44,3
	Uomini	28,9	18,8	19,7	27,9	65,4	55,7
	TOTALE	27,7	18,7	20,4	100,0	100,0	100,0
Altre attività di servizi	Donne	61,3	64,1	63,2	77,0	46,9	53,6
	Uomini	49,9	39,1	40,1	23,0	53,1	46,4
	TOTALE	58,2	47,9	49,8	100,0	100,0	100,0
TOTALE	Donne	100,0	100,0	100,0	73,2	35,0	42,3
	Uomini	100,0	100,0	100,0	26,8	65,0	57,7
	TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Istat - Rilevazioni annuali sulle Forze di lavoro

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Occupazione alle dipendenze.

Come anticipato, per valutare il ruolo delle donne nel mercato del lavoro è necessario analizzare in dettaglio anche l’occupazione alle dipendenze, oltre all’imprenditorialità e al più generale fenomeno del lavoro autonomo, come visto nei precedenti capitali o poco sopra.

La quota di lavoro alle dipendenze ha raggiunto nel 2019 la percentuale del 74,7 per cento per gli uomini e dell’83,5 per cento per le donne. Tali livelli percentuali sono imputabili quasi esclusivamente all’aumento, percentualmente più consistente, dei contratti a tempo determinato e soprattutto di quelli a tempo parziale. Il numero di dipendenti con contratto a tempo determinato sono notevolmente aumentati sia per gli uomini sia per le donne. Per le donne sono aumentati anche il numero di contratti a tempo indeterminato.

Al contempo anche il numero di lavoratori con contratto a tempo parziale sono aumentati sia per gli uomini sia per le donne, mentre sono rimasti pressoché fermi i contratti a tempo pieno, soprattutto per gli uomini.

Occupati (15-64 anni) alle dipendenze per tipo di contratto e per genere - Anni 2004 e 2019

TIPO DI CONTRATTO	GENERE	2019	2004	VARIAZIONI ASSOLUTE	VARIAZIONI %
Tempo indeterminato	Donne	6.653	5.857	795,763	13,6
	Uomini	8.098	8.303	-205	-2,5
	TOTALE	14.751	14.160	590,294	4,2
Tempo determinato	Donne	1.410	988	422,336	42,7
	Uomini	1.635	908	727,357	80,1
	TOTALE	3.045	1.896	1.150	60,6
Totale dipendenti	Donne	8.063	6.845	1.218	17,8
	Uomini	9.733	9.211	521,889	5,7
	TOTALE	17.796	16.056	1.740	10,8

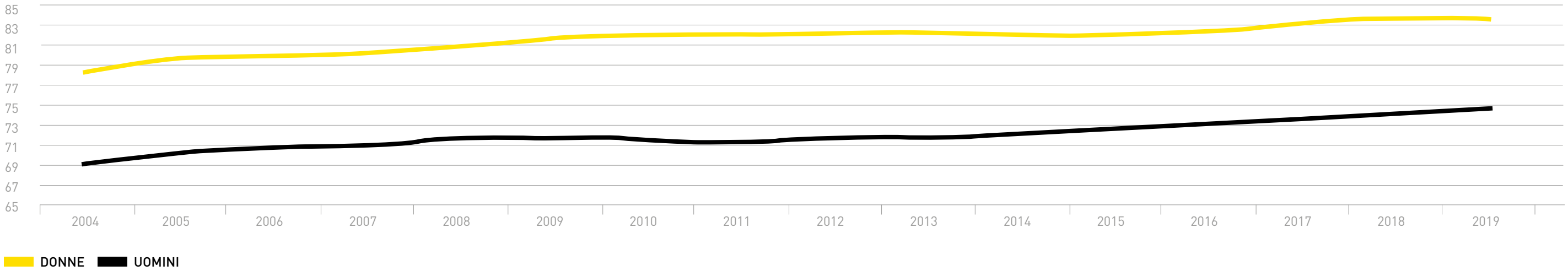
Fonte: Istat - Rilevazioni mensile sulle Forze di lavoro

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Occupati alle dipendenze per regime orario e per genere - Anni 2004 e 2019

REGIME ORARIO	GENERE	2019	2004	VARIAZIONI ASSOLUTE	VARIAZIONI %
Tempo pieno	Donne	5.277	5.187	90	1,7
	Uomini	8.884	8.871	13	0,1
	TOTALE	14.161	14.058	103	0,7
Tempo parziale	Donne	2.787	1.658	1128	68,1
	Uomini	848	340	509	149,8
	TOTALE	3.045	1.896	1.150	60,6
Totale dipendenti	Donne	8.063	6.845	1218	17,8
	Uomini	9.733	9.211	522	5,7
	TOTALE	17.796	16.056	1740	10,8

Quota lavoratori (15-64 anni) alle dipendenze sul totale degli occupati - Anni 2004-2019 secondo trimestre



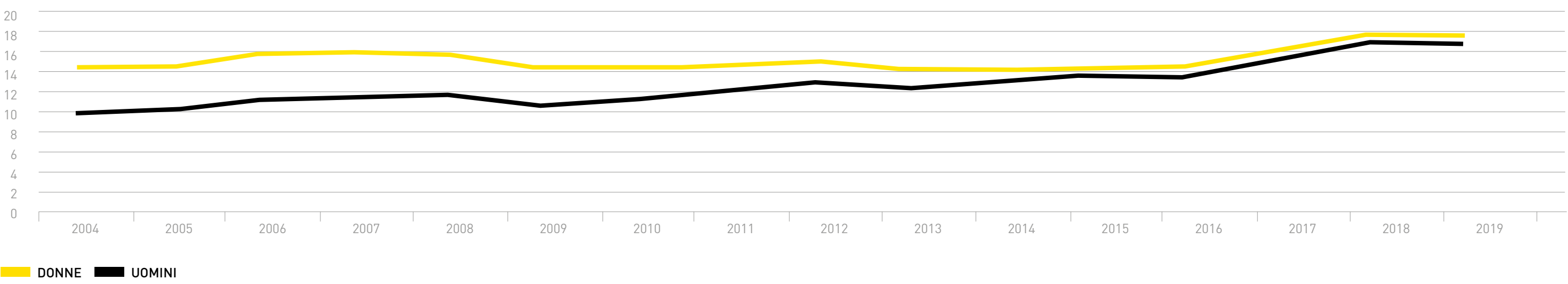
Fonte: Istat - Rilevazioni mensile sulle Forze di lavoro

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

A seguito del progressivo incremento dei contratti a tempo determinato, le quote di lavoratori con tale tipologia di contratto sono aumentate dal 9,9 al 16,8 per cento per gli uomini e dal 14,4 al 17,5 per cento per le donne.

In realtà tali aumenti sono da attribuirsi prevalentemente alla classe di età 15-24, dove le quote di contratti a tempo determinato sono aumentate dal 32,9 al 61,1 per cento per gli uomini e dal 36,8 al 66,6 per cento per le donne, e alla classe di età 25-34, dove le quote in oggetto sono aumentate dal 11,5 al 27,2 per cento per gli uomini e dal 17,6 al 31,5 per cento per le donne.

Quota lavoratori (15-64 anni) dipendenti a tempo determinato per genere - Anni 2004-2019



Fonte: Istat - Rilevazioni mensile sulle Forze di lavoro

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Le quote di dipendenti a tempo determinato sono comunque aumentate in tutte le altre classi di età ma in modo più lieve, ad eccezione per le donne della classe d’età 55-64 dove la quota è anche diminuita di 0,5 punti percentuali.

Quota % lavoratori dipendenti a tempo determinato per genere - Anni 2004 e 2019

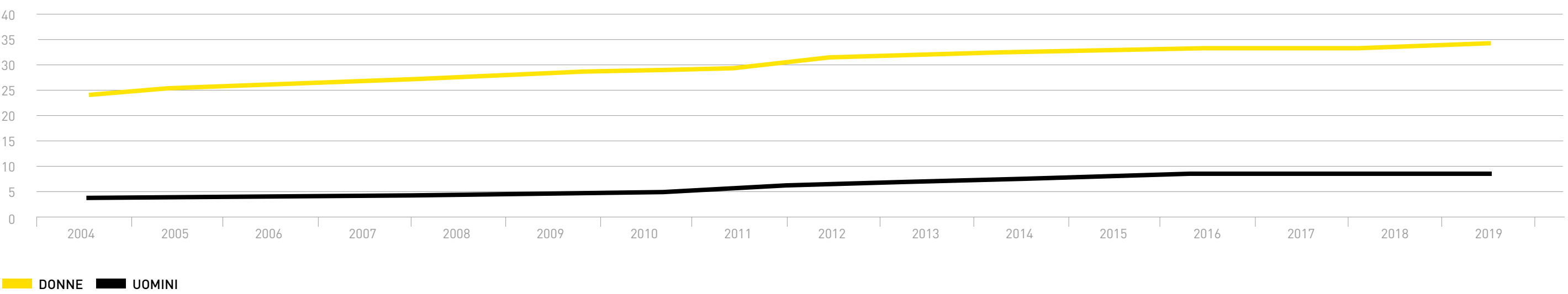
CLASSE D'ETÀ	2019			2004			2019-2004		
	DONNE	UOMINI	DONNE MENO UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE MENO UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE MENO UOMINI
15-24 anni	66,6	61,1	5,5	36,8	32,9	3,9	29,8	28,1	1,7
25-34 anni	31,5	27,2	4,3	17,6	11,5	6,1	14,0	15,7	-1,8
35-44 anni	15,6	12,9	2,7	12,2	6,9	5,3	3,4	6,1	-2,6
45-54 anni	10,5	9,8	0,7	7,6	4,6	3,0	2,9	5,2	-2,3
55-64 anni	6,4	8,2	-1,8	6,9	6,8	0,2	-0,5	1,4	-1,9
15-64 anni	17,5	16,8	0,7	14,4	9,9	4,6	3,1	6,9	-3,9

Fonte: Istat - Rilevazioni mensile sulle Forze di lavoro

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

La distanza più rilevante tra i generi si osserva però nelle quote di contratti a tempo parziale. Tali quote sono aumentate di 5 punti percentuali per gli uomini (dal 3,7 per cento nel 2004 all’8,7 per cento nel 2019) e di 10,4 punti percentuali per le donne (dal 24,2 al 34,6 per cento). La distanza tra i generi è pertanto aumentata, passando dai 20,5 punti percentuali nel 2004 ai 25,8 punti percentuali nel 2019. La risalita dei tassi di occupazione femminili osservata negli ultimi quindici anni ha quindi il suo punto debole nell’aumento delle quote di contratti a tempo parziale, già piuttosto alte, rispetto a quella degli uomini.

Quota % lavoratori (15-64 anni) dipendenti a tempo parziale per genere - Anni 2004-2019

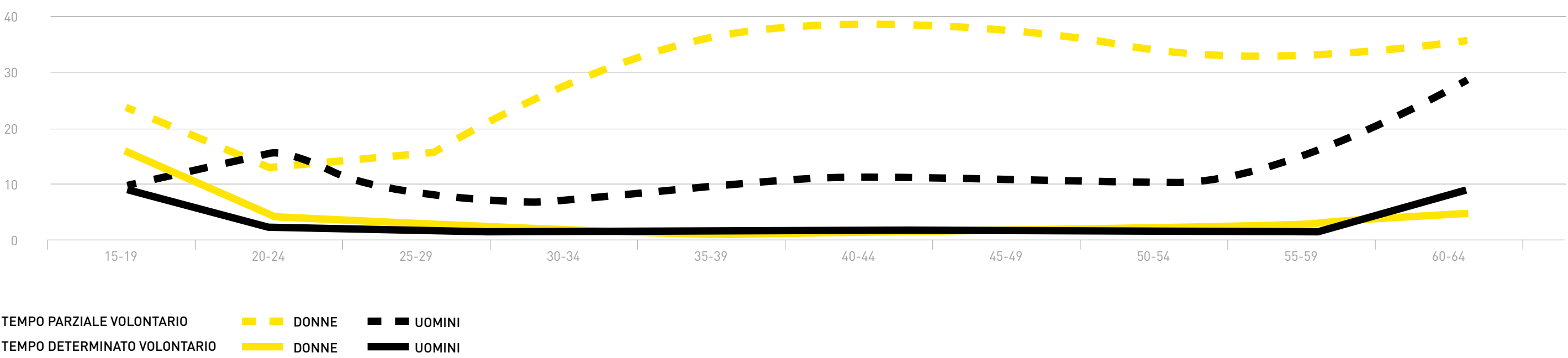


Fonte: Istat - Rilevazioni mensile sulle Forze di lavoro

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

I lavoratori con contratto a tempo determinato e quelli con contratto a tempo parziale sono pertanto in aumento per gli uomini ma soprattutto per le donne. Nelle differenze di genere permangono però ulteriori diversità dovute alla scelta volontaria di tali tipologie di contratto da parte degli stessi lavoratori. La scelta volontaria di un contratto a tempo determinato riguarda, nel 2018, soltanto il 2,2 per cento degli uomini e il 2,5 per cento delle donne. In particolare la scelta autonoma di un contratto a tempo determinato riguarda i più giovani, probabilmente per motivi legati alla ricerca di un contratto migliore, e i più anziani.

Quote % di lavoratori dipendenti che hanno scelto volontariamente un contratto a tempo determinato o un contratto a tempo parziale per genere – anno 2018 (percentuali sui rispettivi totali per tipo contratto e per genere).



Fonte: Istat - Rilevazioni mensile sulle Forze di lavoro

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Quote % di lavoratori dipendenti per tipologia di scelta del contratto a tempo determinato per classi d’età e genere - Anno 2018

CLASSE D’ETÀ	DONNE		UOMINI		UOMINI MENO DONNE	
	INVOLONTARIO	VOLONTARIO	INVOLONTARIO	VOLONTARIO	INVOLONTARIO	VOLONTARIO
15-19 anni	84,3	15,7	90,8	9,2	6,5	-6,5
20-24 anni	95,7	4,3	97,6	2,4	1,9	-1,9
25-29 anni	97,5	2,5	98,0	2,0	0,5	-0,5
30-34 anni	98,8	1,2	98,6	1,4	-0,1	0,1
35-39 anni	98,4	1,6	98,7	1,3	0,3	-0,3
40-44 anni	98,3	1,7	98,7	1,3	0,4	-0,4
45-49 anni	98,2	1,8	98,7	1,3	0,4	-0,4
50-54 anni	98,1	1,9	98,1	1,9	0,1	-0,1
55-59 anni	97,4	2,6	98,2	1,8	0,9	-0,9
60-64 anni	95,5	4,5	91,1	8,9	-4,5	4,5
15-64 anni	97,5	2,5	97,8	2,2	0,4	-0,4

Fonte: Istat - Rilevazioni mensile sulle Forze di lavoro

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Ben diversa è però la scelta volontaria di un contratto a tempo parziale. Le percentuali nel complesso degli uomini sono pari, sempre nel 2018, all’11,7 per cento dei contratti e nel complesso delle donne al 32,2 per cento.
Se tra le classi giovanili il lavoro a tempo parziale è scelto per impegni personali, come lo studio, dopo i trent’anni e in particolare per le donne, è scelto soprattutto per far fronte agli impegni domestici e di accudimento dei figli.

Quote di lavoratori dipendenti per tipologia di scelta del contratto a tempo parziale per classi d’età e genere – Anno 2018

CLASSE D'ETÀ	DONNE		UOMINI		UOMINI MENO DONNE	
	INVOLONTARIO	VOLONTARIO	INVOLONTARIO	VOLONTARIO	INVOLONTARIO	VOLONTARIO
15-19 anni	76,5	23,5	90,7	9,3	14,1	-14,1
20-24 anni	86,8	13,2	85,1	14,9	-1,6	1,6
25-29 anni	85,4	14,6	92,4	7,6	7,0	-7,0
30-34 anni	71,8	28,2	93,1	6,9	21,2	-21,2
35-39 anni	63,3	36,7	89,9	10,1	26,6	-26,6
40-44 anni	61,6	38,4	88,6	11,4	27,0	-27,0
45-49 anni	62,8	37,2	88,4	11,6	25,6	-25,6
50-54 anni	66,7	33,3	90,0	10,0	23,3	-23,3
55-59 anni	66,9	33,1	84,1	15,9	17,1	-17,1
60-64 anni	64,1	35,9	71,5	28,5	7,4	-7,4
15-64 anni	67,8	32,2	88,3	11,7	20,5	-20,5

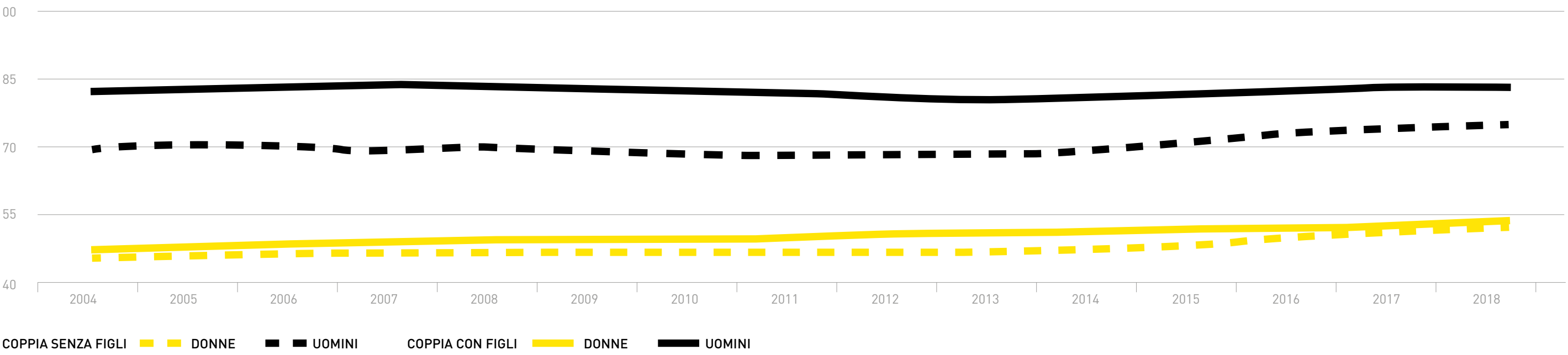
Fonte: Istat - Rilevazioni mensile sulle Forze di lavoro

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Ruolo in famiglia e presenza di figli.

Le distanze tra i tassi di occupazione maschili e quelli femminili sono più significative in talune classi d'età ma anche per taluni ruoli rivestiti in famiglia e in base alla presenza di figli. Nelle coppie con figli, gli uomini presentano tassi di occupazione, nel 2018, pari all'84 per cento mentre le donne sono occupate solo al 53 per cento. Nelle coppie senza figli gli uomini sono meno attivi e registrano, sempre nel 2018, tassi di occupazione del 74 per cento mentre le donne sono parimenti occupate al 53 per cento. Gli uomini quindi presentano una distanza nei tassi di occupazione rispetto alle donne di 31 punti percentuali se vivono in coppia con figli e di 21 punti se vivono in coppia senza figli a carico. Tali distanze si sono però accorciate nel tempo in quanto, rispetto al 2004, risultano ridotte sia per le coppie con figli sia per quelle senza figli, rispettivamente, di 4,6 e di 2,5 punti percentuali. Gli uomini in coppia mostrano quindi un tasso di occupazione molto più alto in presenza di figli rispetto a quello senza figli, probabilmente per motivi legati alla maggiore necessità di produrre un reddito, mentre le donne in coppia non sembrano mostrare alcuna particolare differenza imputabile alla presenza di figli. Mentre è interessante notare come il tasso di occupazione delle donne che vivono in coppia non cambi a seconda della presenza dei figli (53% per le donne sia con figli che senza figli).

Tassi di occupazione delle persone in coppia, con e senza figli, per genere - Anni 2004-2018

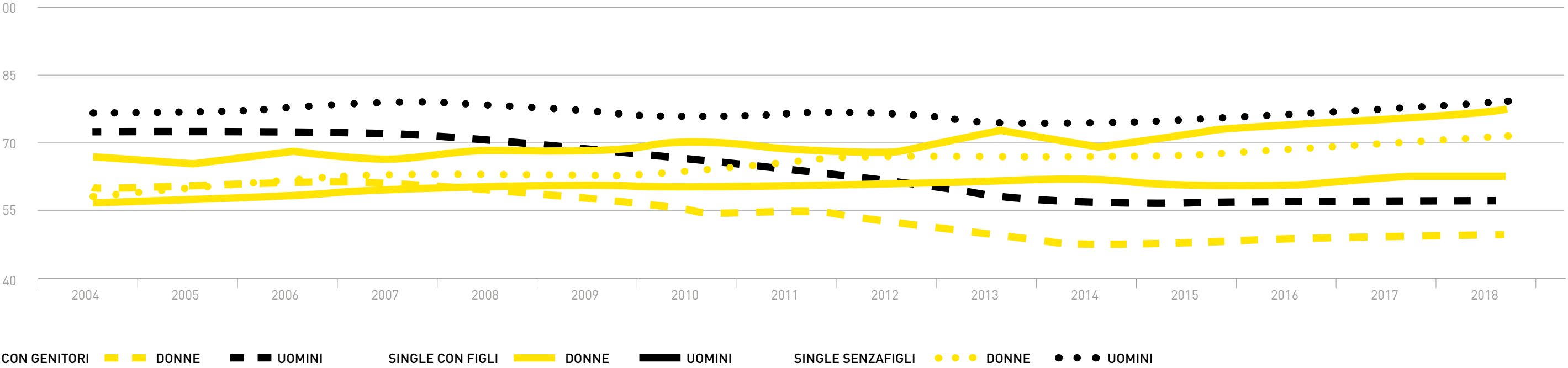


Fonte: Istat - Rilevazioni mensile sulle Forze di lavoro

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Diverso invece è il caso delle persone che non vivono in coppia, in cui le distanze tra i due generi sono molto più attenuate. Per gli uomini monogenitori (cioè uomini non in coppia che hanno almeno un figlio) i tassi di occupazione sono pari al 77 per cento, quasi uguali ai tassi di occupazione degli uomini single senza figli che sono pari, sempre nel 2018, a 78 per cento. Tali tassi scendono invece notevolmente nel caso degli uomini senza figli che vivono con i genitori, con valori pari al 58 per cento. Per le donne monogenitori (cioè donne non in coppia che hanno almeno un figlio) i tassi di occupazione sono pari al 63 per cento, inferiori ai tassi di occupazione delle donne single senza figli che sono pari, sempre nel 2018, al 71 per cento. Come dire che la presenza di figli per le donne che non vivono in coppia abbatte il tasso di occupazione molto di più rispetto al caso maschile. I tassi di occupazione scendono notevolmente anche per le donne senza figli che vivono con i genitori, con valori pari al 50 per cento. Pertanto, riguardo ai tassi di occupazione riferiti a coloro non vivono in coppia e hanno almeno un figlio (definiti monogenitori) la distanza tra i generi, nel 2018, è pari a 14 punti percentuali (63% donne vs 77% uomini); mentre per i single senza figli la distanza è di soli 7 punti (71% donne vs 78% uomini). Tale evidenza pone all'attenzione l'importanza delle politiche sulla conciliazione lavoro-famiglia, a partire dai casi più particolari che riguardano donne che hanno figli e vivono non in coppia; anche alla luce del fatto che il gap del tasso di occupazione proprio di coloro che hanno figli e vivono non in coppia tra donne e uomini è aumentato di 3,7 punti percentuali.

Tassi di occupazione delle persone non in coppia, con e senza figli o che vivono con i genitori, per genere - Anni 2004-2018



Fonte: Istat - Rilevazioni mensile sulle Forze di lavoro

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Dopo la recente grande recessione i tassi di occupazione sono comunque in ripresa per i monogenitori e per i single mentre sono notevolmente in contrazione quelli dei figli che vivono con i genitori, sia uomini che donne, parallelamente alle difficoltà occupazionali dei più giovani come già osservato nella precedente analisi per classi d’età. Gli uomini monogenitori (che vivono non in coppia e hanno almeno un figlio), al contrario di coloro (sempre uomini) che hanno sempre figli ma che vivono in coppia, presentano dei tassi di occupazione più bassi (-7 punti percentuali), probabilmente a causa della mancata possibilità di condividere con un partner i tempi per l’assistenza dei figli. Le donne monogenitori invece, rispetto a coloro (sempre donne) che hanno sempre figli ma che vivono in coppia, mostrano dei tassi di occupazione più alti (+10 punti percentuali), probabilmente a causa della necessità di produrre un reddito per sé e per i figli. L’analisi dei tassi di occupazione per gruppi omogenei di persone, caratterizzati dal genere, dal ruolo in famiglia, dalla presenza di figli, dalla macroclasse di età, dalla ripartizione geografica di residenza e dall’anno di riferimento, evidenzia meglio le diversità tra i generi nel rapporto con il lavoro. Negli ultimi quindici anni, dal 2004 al 2018, con riferimento alla popolazione tra 25 e 64 anni, i tassi di occupazione hanno raggiunto i valori estremi in particolari gruppi di persone.

Il tasso di occupazione più alto, è osservato:

- per gli uomini, 97,8 per cento, tra i genitori in coppia con figli, nella classe di età più matura (50-64 anni) nel 2007 nel Nord-est e nel 2006 nel Nord-ovest;
- per le donne, 92,4 per cento, tra le single senza figli, nella classe di età adulta (25-49 anni) nel 2007 nel Nord-est.

Al contrario il tasso di occupazione più basso, è osservato:

- per gli uomini, 41,1 per cento, tra i celibi che vivono con i genitori, nella classe di età più matura (50-64 anni) nel 2014 nel Mezzogiorno;
- per le donne, pari al 28,5 per cento, tra le coppie senza figli, nella classe di età più matura (50-64 anni) nel 2004 e nel 2005 nel Mezzogiorno.

Tali situazioni estreme possono evidenziare le peculiarità del mercato del lavoro dove gli uomini in coppia con figli si assumono maggiormente l’onere economico del carico familiare, mentre per le donne tale onere è prevalente per le single; in entrambi i casi le situazioni favorevoli sono osservate nel periodo pre-crisi e nel Nord del Paese.

Le situazioni più sfavorevoli invece sono evidenziate tra gli uomini senza figli che vivono in casa dei genitori, nel periodo successivo alle crisi e precedente alla ripresa economica e tra le donne, anch’esse senza figli, che vivono in coppia nel periodo pre-crisi. Tali situazioni meno favorevoli sono osservate sempre tra le persone più mature e nel Mezzogiorno del paese. Anche dall’analisi dei tassi di occupazione estremi è evidente che prevale il desiderio/possibilità di autonomia economica per le donne single senza figli, specie nel Nord del Paese, mentre tale desiderio/possibilità è meno cogente per le donne in coppia e senza figli nel Mezzogiorno. La presenza di figli, invece, spinge più gli uomini ad avere un’occupazione, specie nel Nord del Paese, mentre l’assenza di figli impegna meno gli uomini single che vivono con i genitori, specie nel Mezzogiorno.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Donne nella ricerca: la presenza femminile.

L'uguaglianza di genere nel settore della ricerca e l'innovazione rappresenta un obiettivo primario della Commissione Europea e un obbligo giuridico previsto dal programma quadro dell'UE (Reg 1291/2013), con concrete conseguenze anche per il sistema accademico italiano. Il programma Horizon 2020 ha promosso in maniera significativa l'uguaglianza di genere, sostenendo l'equilibrio nei gruppi di ricerca, nei panel di supervisione e finanziando progetti specifici di sostegno alla politica di uguaglianza di genere.

Il presente rapporto fornisce una serie di dati e analisi sulla parità di genere nel sistema universitario italiano, dove oltre il 50% delle donne impiegate nel settore della ricerca e l'innovazione (Commissione Europea, 2019) trova occupazione. Enti pubblici di ricerca e imprese private richiamano ciascuno poco più del 20% dell'occupazione femminile (con un residuo finale per gli enti privati no-profit) del settore.

Vengono analizzate le carriere dei docenti M/F, considerando: dottorandi, assegnisti di ricerca, ricercatori (nelle loro diverse forme), professori associati (professori seconda fascia) e professori ordinari (professori prima fascia). Rappresentazioni grafiche e indicatori sintetici danno una visione dell'evoluzione negli ultimi anni delle carriere delle donne rispetto agli uomini. L'analisi prosegue fornendo alcuni dati sulla presenza delle donne in posizioni di rilievo nel sistema universitario. Le università, nell'ambito della cosiddetta "Terza missione", favoriscono e sostengono la costituzione di spin-off accademici, quali società finalizzate all'utilizzazione economica dei risultati della ricerca universitaria. Tali società sono spesso anche detentori di brevetti accademici, cioè quei brevetti in cui tra gli inventori figura almeno un docente universitario. Nella seconda sezione sono presentati alcuni dati sugli spin-off "femminili", ossia quelli che, secondo la definizione e l'algoritmo di Unioncamere, risultano con una partecipazione di genere superiore al 50%. Gli spin-off rappresentano la realtà più concreta della capacità imprenditoriale delle università nell'ambito della ricerca innovativa.

Infine, nell'ultima sezione, si propongono alcune comparazioni a livello internazionale della presenza femminile nel settore della ricerca universitaria, riprendendo dati ufficiali della Commissione Europea e dell'Unicef.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

La carriera dei docenti.

Nel corso della formazione universitaria italiana prevalgono le donne tra gli immatricolati, gli iscritti universitari e i laureati, e la percentuale di donne è praticamente uguale a quello deglgli uomini tra i dottori di ricerca e assegnisti. È il successivo passaggio dalla formazione universitaria alla carriera accademica, a partire dai ricercatori, che la presenza maschile diventa maggioritaria e tale divario si amplifica con il salire della qualifica professionale (professore associato e ordinario).

Analisi di genere dei Dottorandi (anni 2010 – 2017)

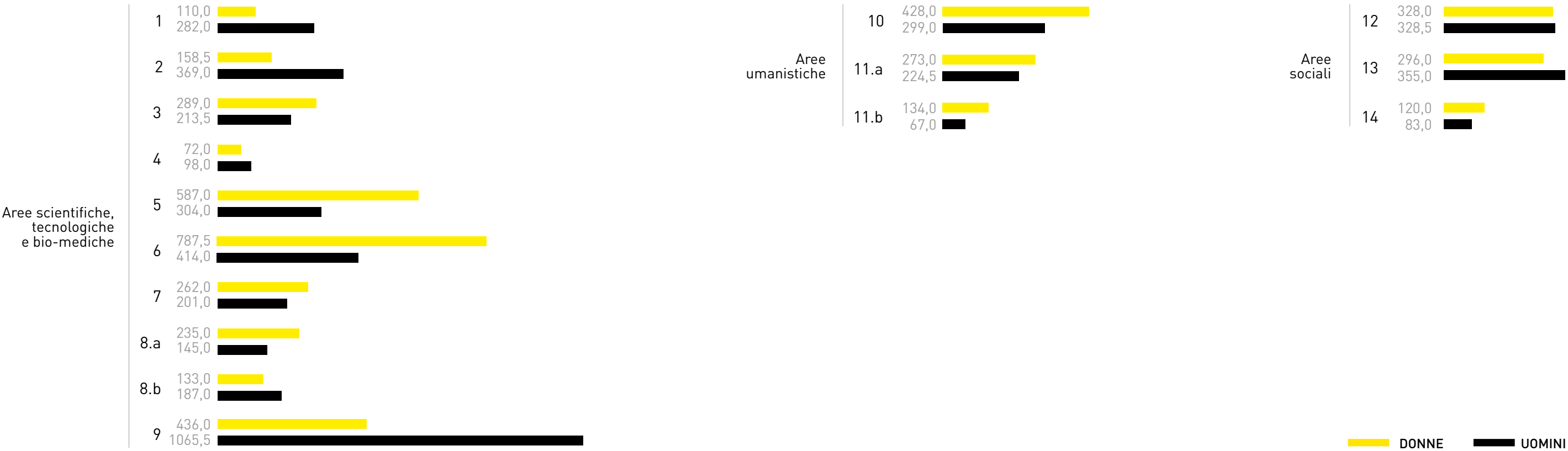
ANNO	DONNE		UOMINI	
	VALORI ASSOLUTI	%	VALORI ASSOLUTI	%
2010	6256	51,7%	5837	48,3%
2011	6007	50,6%	5860	49,4%
2012	6031	50,8%	5846	49,2%
2013	5816	50,9%	5601	49,1%
2014	4662	49,7%	4722	50,3%
2015	4549	50,7%	4416	49,3%
2016	4643	50,0%	4636	50,0%
2017	4649	48,7%	4897	51,3%

Fonte: Miur - ANVUR

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

I dati mostrano come il primo gradino della carriera universitaria sia caratterizzato da una pressoché uguaglianza di genere, poiché nell’arco di tempo analizzato non si riscontra una differenza significativa tra M e F tra i dottorandi. Andando tuttavia a vedere più nel dettaglio, distintamente per area disciplinare, si osservano andamenti differenziati, con prevalenza delle donne nelle aree 5 (= scienze biologiche) e 6 (= scienze mediche), e per gli uomini nell’area 9 (= ingegneria industriale e dell’informazione). Seguendo la carriera dei dottorandi per coorte dal 2007 al 2012 nell’ambito universitario, riscontriamo una forte dispersione, maggiormente accentuata per le donne. Osservando, infatti, la coorte dei dottori di ricerca, tra le donne solo 1 su 10 rimane nell’ambiente accademico (anno 2017). Tenuto conto che l’università raccoglie il 50% delle donne nel comparto della ricerca, il dato scoraggiante suggerisce che 4 donne su 10 probabilmente abbandonano il comparto della ricerca.

Dottorandi per area prevalente (anno 2017)



Fonte: Miur - ANVUR

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

I dati che maggiormente danno contezza della disuguaglianza di genere nell’università italiana fanno riferimento alla distribuzione dei docenti tra le diverse figure professionali accademiche. In tabella sono riportati i valori per gli anni 2008 e 2018, al fine di cogliere differenze tendenziali verificatesi nell’ultimo decennio.

Presenza femminile per qualifica e per area scientifica (2008 e 2018), valori percentuali

PROFESSORI ORDINARI			PROFESSORI ASSOCIATI		RICERCATORI UNIVERSITARI		DOCENTI	
	2008	2018	2008	2018	2008	2018	2008	2018
Aree scientifiche, tecnologiche e bio-mediche								
1 - Scienze matematiche e informatiche	17,2	18,8	39,7	36,0	41,4	44,6	33,3	32,8
2 - Scienze fisiche	7,2	11,9	17,4	21,3	28,0	29,0	17,9	20,2
3 - Scienze chimiche	15,1	26,2	38,8	48,0	57,3	63,8	39,3	47,7
4 - Scienze della Terra	12,1	19,7	29,3	31,0	32,4	35,0	25,5	29,8
5 - Scienze biologiche	28,1	33,4	47,7	53,0	63,7	66,3	49,3	53,2
6 - Scienze mediche	11,5	16,3	23,3	29,7	37,8	41,5	27,5	30,7
7 - Scienze agrarie e veterinarie	13,8	18,9	33,4	42,3	46,0	48,1	32,5	37,8
8 - Ingegneria civile ed architettura	14,0	19,7	22,8	32,4	36,8	41,0	25,9	31,3
9 - Ingegneria industriale e dell'informazion	5,2	10,0	13,5	17,9	19,9	23,0	13,0	16,2
Aree umanistiche								
10 - Scienze dell'antichità, filologico-letterarie e storico-artistiche	41,2	42,6	56,4	55,3	64,0	62,3	54,7	53,6
11 - Scienze storiche, filosofiche, pedagogiche e psicologiche	28,8	36,7	45,4	47,2	53,0	55,1	43,1	46,1
Aree sociali								
12 - Scienze giuridiche	18,0	24,9	34,8	40,9	47,6	49,4	33,9	37,5
13 - Scienze economiche e statistiche	17,9	23,4	34,8	41,0	45,6	49,2	32,4	36,4
14 - Scienze politiche e sociali	23,9	27,9	37,6	40,8	45,8	49,3	37,0	40,3
TOTALE	18,8	23,4	33,8	38,2	45,1	48,4	33,9	36,8

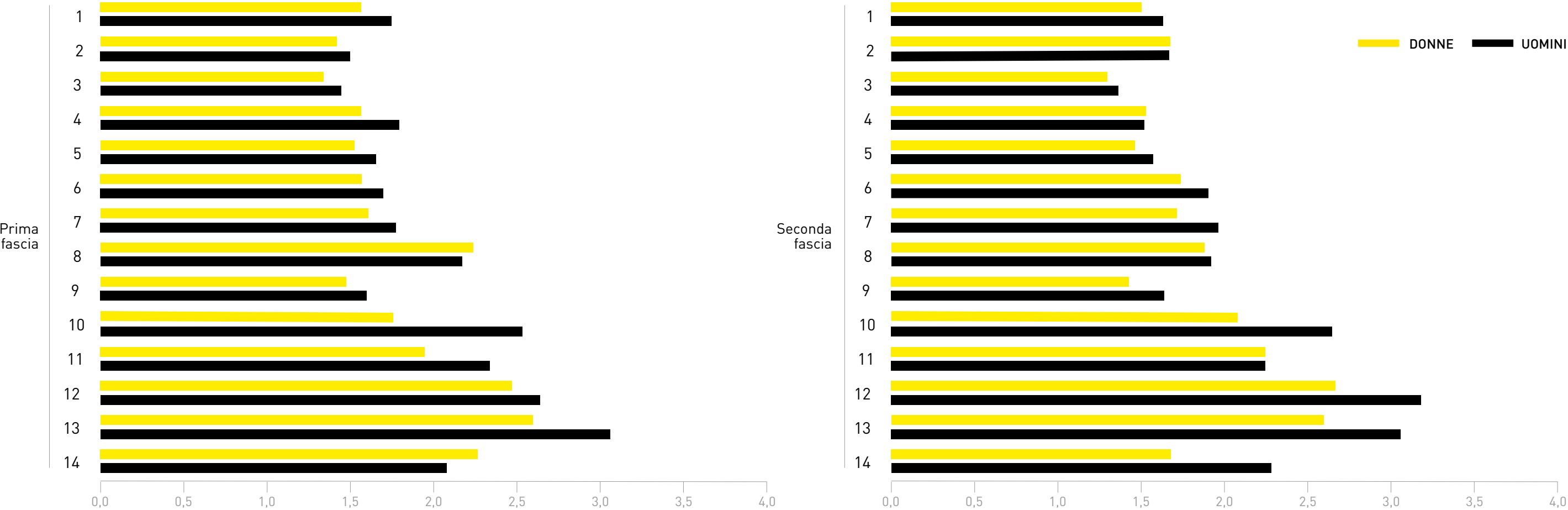
In bianco valori approssimativamente pari al 50%, in giallo quelli a prevalenza femminile, in grigio quelli a prevalenza maschile

Fonte: MIUR – ANVUR – Elaborazioni Universitas Mercatorum

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Benchè i professori ordinari siano, per tutte le aree scientifiche, a prevalenza maschili, possiamo cogliere un generale trend di crescita della presenza femminile dal 2008 al 2018. Gli incrementi maggiori si sono riscontrati nelle aree STEM. In particolare, Ingegneria industriale e dell'informazione ha registrato quasi un raddoppio. Siamo tuttavia ancora lontani da una parità di genere nelle posizioni alti della carriera universitaria. Tale differenza è ancora più marcata se consideriamo la presenza femminile tra i rettori, che si attesta soltanto ad un 9.3% (dati CRUI all'8,5%). Il trend negativo di femminilità rispetto al livello della carriera è, qui, ulteriormente confermato. La progressione di carriera accademica attualmente avviene attraverso l'Abilitazione Scientifica Nazionale (ASN). Solo coloro che ottengono l'abilitazione possono partecipare ai concorsi di Prima e Seconda Fascia banditi dalle singole università. Ai fini dell'abilitazione, i candidati devono superare dei valori soglia di alcuni indicatori che definiscono la qualità della ricerca del singolo candidato. I seguenti dati si riferiscono all'ultima ASN 2016-2018.

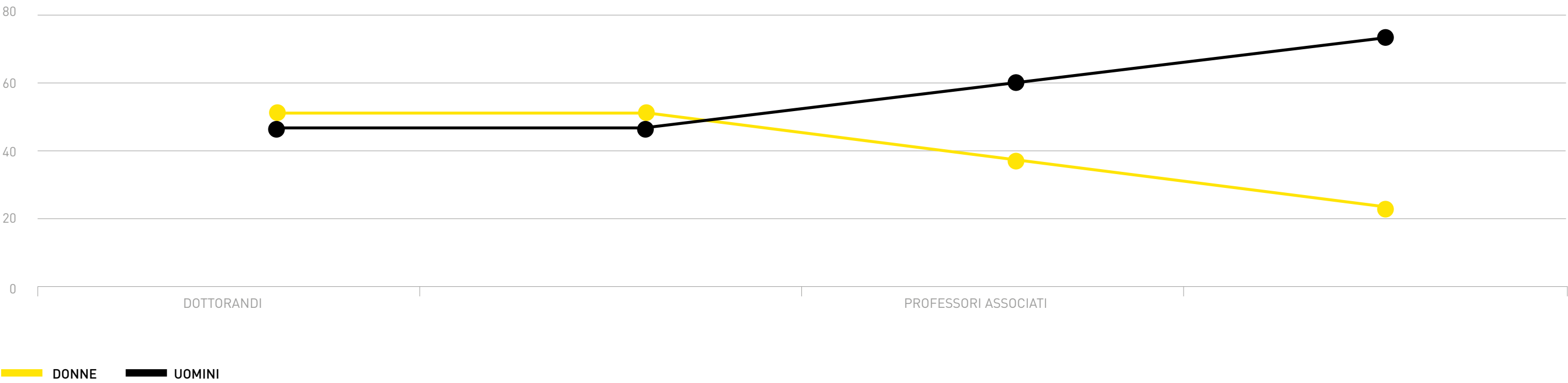
Media indicatore di qualità per area e per fascia, donne vs. uomini (ASN 2016)



SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

I precedenti grafici mostrano di quanto, mediamente (distintamente per area concorsuale) i candidatglt uomini e Donne, superano le soglie prestabilite dall'AN-VUR. Quanto maggiore è il rapporto, tanto migliore è la qualità della ricerca dei candidati. Per esempio, un valore pari a 2 indica che i candidati presentano un valore doppio rispetto alla soglia stabilita. I grafici riportati mostrano per gli uomini valori sistematicamente superiori delle donne. Andando a vedere i dati degli abilitati (ASN 2016) non si riscontra tuttavia una differenza di trattamento di genere, con circa un 50% degli abilitati donne. In realtà, all'abilitazione fa seguito, successivamente, la eventuale partecipazione ai concorsi banditi dalle singole università e al momento non si hanno dati per verificare quante di quel 50% di donne abilitate è riuscito successivamente a vincere un posto di seconda o prima fascia. L'intera carriera universitaria può essere sintetizzata nel seguente grafico, che riporta la cosiddetta “forbice” tra uomini e donne.

La forbice della carriera universitaria Donne/Uomini, anno 2018



Fonte: Miur – Elaborazioni Universitas Mercatorum

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

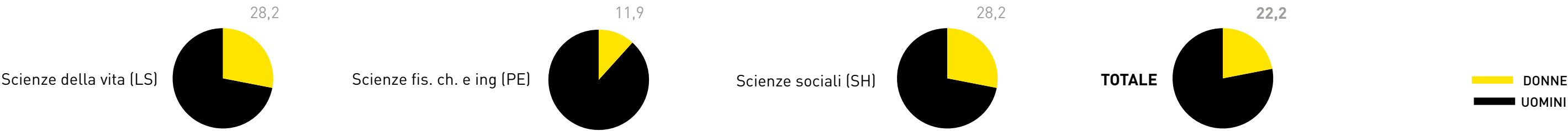
Per l’anno 2018, nella categoria “Ricercatori” si considerano sia quelli a tempo determinato che non. Concludiamo questa rassegna di dati sulle carriere universitarie, fornendo alcune informazioni sulla presenza delle donne nei collegi di dottorato e tra i coordinatori dei progetti PRIN. Le posizioni di rilievo della ricerca scientifica nell’università italiana sono ancora marcatamente caratterizzate da una disuguaglianza di genere, che per i progetti di ricerca e il collegio dottorato si attesta intorno alle stesse percentuali riscontrate nella fascia dei professori ordinari.

Membri collegio dottorato per genere

ANNO	DONNE		UOMINI		TOTALE
	NUMERO	%	NUMERO	%	NUMERO
2012	11.288	33,6	22.356	66,4	33.644
2013	10.377	34,3	19.849	65,7	30.226
2014	8.158	32,9	16.638	67,1	24.796
2015	8.541	33,3	17.134	66,7	25.675
2016	8.402	34,1	16.222	65,9	24.624
2017	8.477	34,6	16.018	65,4	24.495
2018	8.507	34,7	16.011	65,3	24.518

Fonte: Miur – ANVUR

Coordinatori donne nei progetti PRIN (2017) - settori ERC



Fonte: Miur – Elaborazioni Universitas Mercatorum

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

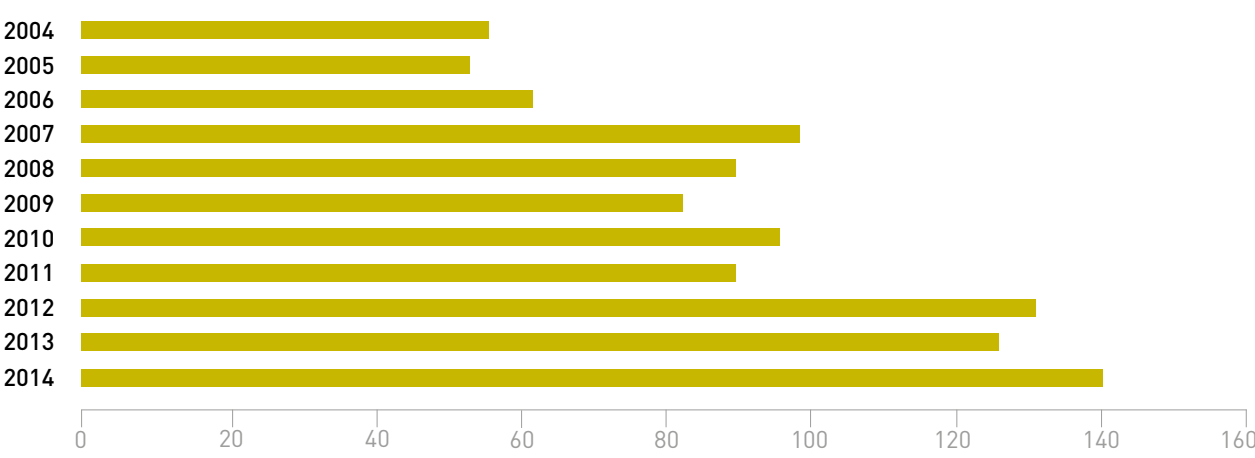
Gli spin-off.

La definizione di spin-off usata nella seguente relazione riprende quella adottata dall'ANVUR nell'ambito della valutazione della qualità della ricerca (VQR) nel periodo 2004-2010:

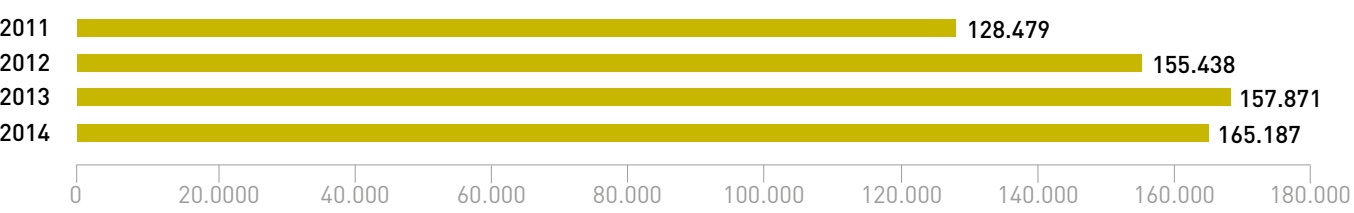
- a) la spin-off è definita dal fatto di operare sulla base di risultati di ricerca prodotti dall'ateneo e/o di mantenere con lo stesso rapporti organici di collaborazione di ricerca;
- b) non è prevista necessariamente la partecipazione al capitale da parte dell'ateneo né la presenza di ricercatori negli organi amministrazione;
- c) si richiede che lo stato di spin-off sia sancito attraverso un riconoscimento formale, risultante da procedure esplicite e documentate (accreditamento).

Gli spin-off sono imprese di diritto privato, aventi come scopo l'impiego, in chiave imprenditoriale, dei risultati della ricerca dell'università al fine di sviluppare prodotti o servizi di carattere innovativo. Pertanto, questi rappresentano sicuramente lo strumento per eccellenza della realizzazione di una nuova attività imprenditoriale innovativa, basata sulla ricerca sviluppata in ambito accademico. Nel decennio 2004-2014 le imprese spin-off sono cresciute significativamente, con una crescita marcata di nuovi accreditamenti. Alla fine del 2014 le imprese spin-off erano più di un migliaio e coinvolgevano 60 atenei. Guardando più nel dettaglio l'ultimo quadriennio 2011-2014, le imprese che hanno fatturato almeno in un anno sono il 79%, con un fatturato medio pari a circa 760.000 euro (Rapporto Anvur, 2018).

Nuove spin-off accreditate 2004 – 2014



Fatturato spin-off (in milioni di euro)



Fonte: ANVUR

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Il dataset dell’ANVUR sugli spin-off fa riferimento attualmente all’ultima VQR e pertanto si ferma al 2014 (la nuova VQR è stata appena avviata e riguarda il periodo 2015-2019). Tale dataset rappresenta la base per la nostra analisi sulla femminilità negli spin-off, pertanto non tiene conto delle imprese accreditate successivamente al 2014. L’analisi di genere delle imprese spin-off è riportata nella tabella a sinistra. Complessivamente, le imprese femminili rappresentano poco meno del 10% del totale, con l’1% del totale degli spin-off a presenza esclusiva femminile. Osservando le imprese fallite e liquidate, dal 2004 al 2019 (limitatamente a quelle che risultavano nel dataset di ANVUR), delle 215 imprese spin-off che risultano liquidate, solo 18 sono “femminili”. Pertanto la percentuale di fallimenti tra le imprese femminili è inferiore a quella riscontrata nel totale o nelle imprese non femminili. Per quelle imprese che hanno fatturato nel 2014, il fatturato medio è stato di 100.080 di euro (dati ANVUR). Dato inferiore a quello registrato per il complesso delle imprese spin-off, ma comunque di tutto rilievo, a dimostrare l’importanza di tale realtà imprenditoriale femminile nelle università italiane. Gli spin-off sono una realtà imprenditoriale dove la parità di genere è ancora molto lontana, in cui si combinano le resistenze e difficoltà riscontrate congiuntamente nel sistema imprenditoriale e nel mondo accademico italiano.

Gli spin-off femminili

TIPOLOGIA	VALORI ASSOLUTI	%
Non femminile	1060	90,1
Presenza femminile maggioritaria	46	3,9
Presenza femminile forte	59	5,0
Presenza femminile esclusiva	12	1,0

Fatturato medio 2014

TIPOLOGIA	FATTURATO MEDIO
Totale femminile	100.080
Presenza femminile maggioritaria	89.048
Presenza femminile forte	20.916
Presenza femminile esclusiva	121.530

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

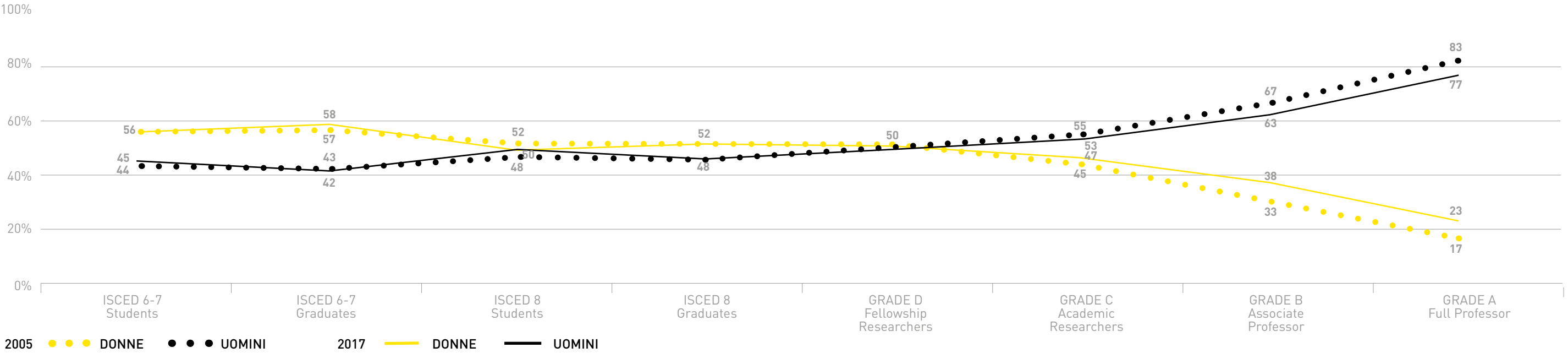
Confronto internazionale.

Per un confronto internazionale riprendiamo alcuni dati presenti nella pubblicazione della Commissione Europea dedicata specificatamente alla presenza delle donne nel settore della ricerca e l'innovazione (SHE Figure, 2018). A livello globale, nel periodo analizzato nel rapporto europeo dal 2008 al 2015, i risultati di rilievo possono essere così sintetizzati:

- nel 2015, la percentuale di ricercatori donne è ancora a livelli bassi e si assesta globalmente a 33,4%;
- le donne ricercatrici sono concentrate nel settore dell'educazione superiore (62.5%), mentre la loro presenza nel settore imprenditoriale privato è ridotta;
- nell'UE-28, l'equilibrio tra i sessi nella popolazione dei ricercatori è quasi raggiunto nel settore governativo (GOV) e nel settore dell'istruzione superiore (università), poiché le donne rappresentano rispettivamente il 42,5% e il 42,1% dei ricercatori in tali settori;
- nel settore delle imprese, le donne ricercatrici sono ancora sottorappresentate e rappresentano solo il 20,2% di tutti i ricercatori.

I dati Eurostat e Unesco mostrano come la situazione italiana non sia molto diversa da quella dei principali paesi europei in termini di presenza femminili nel sistema accademico. L'andamento della carriera nel complesso dei paesi EU-28 ripropone lo stesso andamento a forbice riscontrato per l'Italia.

Andamento carriera Donne/Uomini in EU-28 - Percentuali



Fonte: UNESCO - Eurostat

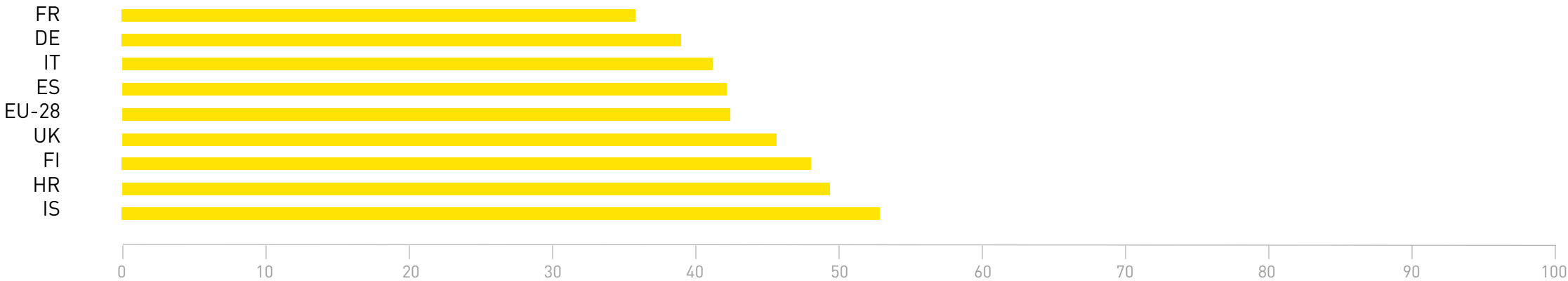
SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Considerando la presenza complessiva delle donne nelle università, la posizione italiana non si discosta significativamente da quella media europea ed è superiore a quella riscontrata in Francia e Germania (anno 2016). Tuttavia nel grafico il dato è aggregato rispetto alle diverse figure professionali. La Commissione Europea calcola inoltre un indice relativo, il Glass Ceiling Index (GCI), per confrontare la percentuale di donne presenti complessivamente nel mondo accademico (gradi A, B e C) con la percentuale di donne nelle posizioni accademiche alte (posizioni di grado A, equivalente a professori ordinari nella maggior parte dei paesi). Il GCI può variare da 0 a infinito:

- GCI = 1: non c'è differenza in termini di probabilità di carriera
- GCI < 1: Le donne sono maggiormente rappresentate nel grado A
- GCI > 1: Le donne sono sottorappresentate nelle posizioni elevate.

Pertanto, maggiore è il valore dell'indice GCI, più forte è l'effetto di “sbarramento” delle donne nelle posizioni all'apice della carriera universitaria.

Presenza delle donne nelle università (Ricercatore + PA + PO), 2016

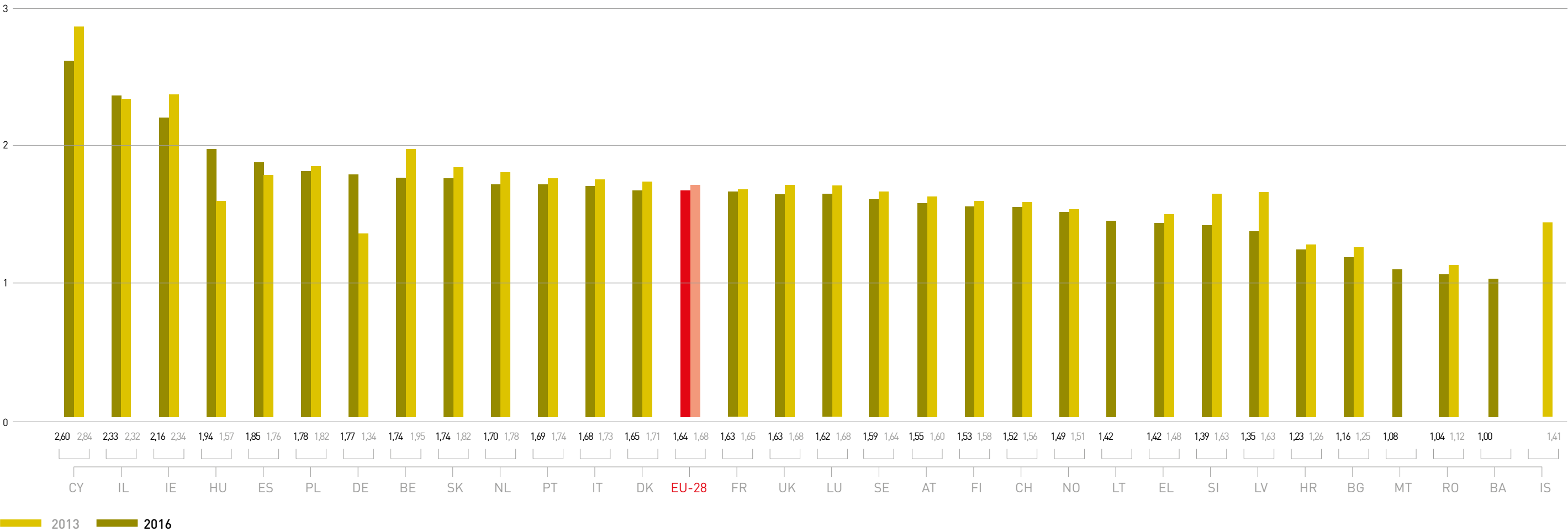


Fonte: UNESCO - Eurostat

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Il grafico riporta l'indice GCI per i paesi europei. Il dato dell'indice GCI per i paesi europei si riferisce agli anni 2013 e 2016 e permette di fornire un confronto temporale sull'andamento negli ultimi anni, distintamente per ogni paese analizzato. Praticamente nessun paese ha la parità (indice GCI = 1), tranne la Bosnia-Herzegovina. I paesi con valori più bassi sono la Romania (1.04) e Malta (1.08). Al contrario, valori del GCI elevati si osservano in Irlanda (2.16), Israele (2.33) e Cipro (2.60). Sulla base dei dati disponibili del Miur, si è proceduto a determinare tale indice in Italia anche per il 2018: GCI(2018) = 1.57. Tale valore conferma la tendenza alla diminuzione già riscontrata tra il 2013 e il 2016.

GCI Index in alcuni paesi in Europa, 2013 e 2016



Fonte: EU - UNESCO

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche



L'IMPATTO DELLA CRISI DA COVID-19 SULL'ECONOMIA FEMMINILE.

SUMMARY

CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE

Donne e impresa: visione di insieme
Settori e territori
Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili
Età e sopravvivenza delle imprese
Start-up innovative
Mobilità geografica delle imprenditrici
Donne nelle società: proprietà e management

SCENARIO COMPETITIVO

Indagine: aspetti metodologici
Motivazioni a fare impresa
Ostacoli e frontiere della competitività
Fonti di finanziamento
Responsabilità sociale d'impresa
Performance e internazionalizzazione

MERCATO DEL LAVORO

Quadro generale
Occupazione in Italia
Occupazione alle dipendenze
Ruolo in famiglia
Donne nella ricerca

COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE

Occupazione
Imprese
Comportamenti delle imprese

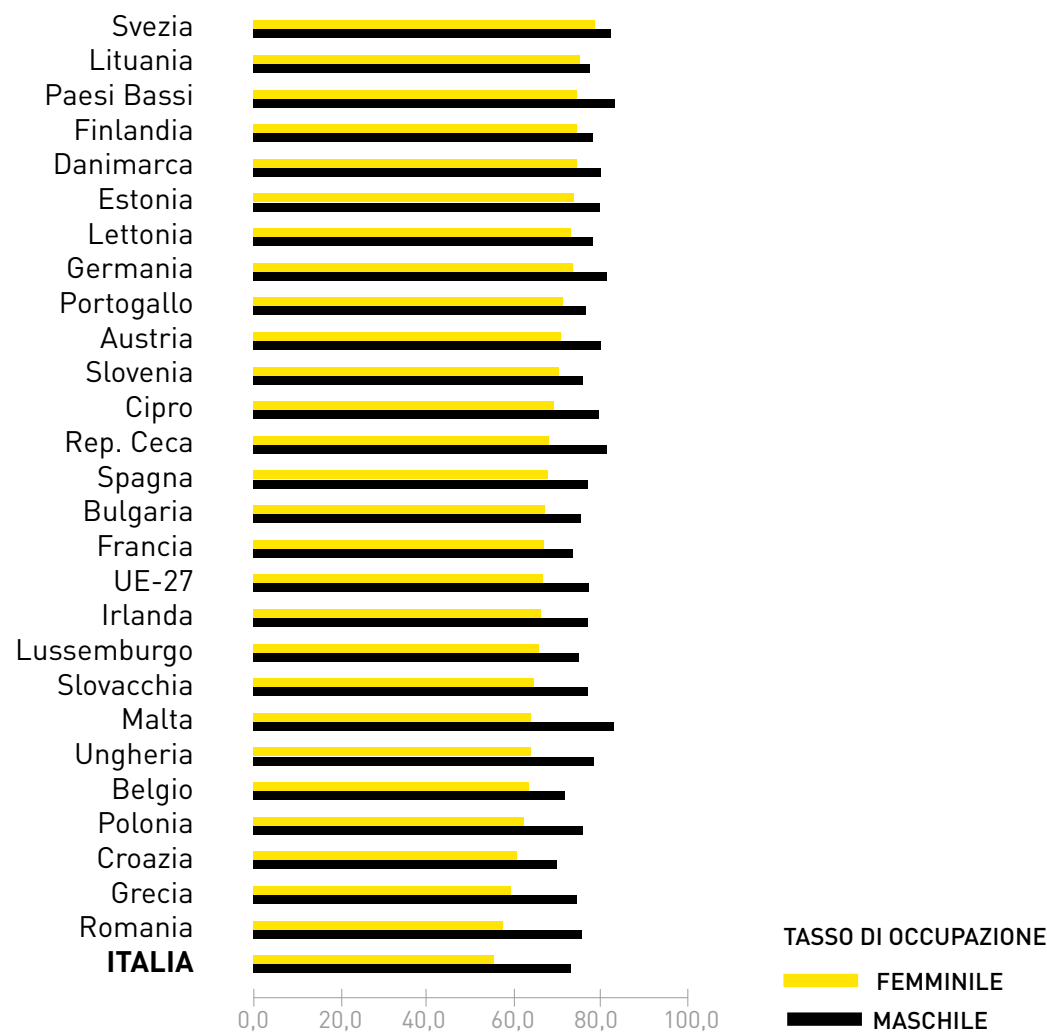
DIMENSIONE EUROPEA

Unione Europea e imprenditorialità
Sistema camerale europeo: buone pratiche

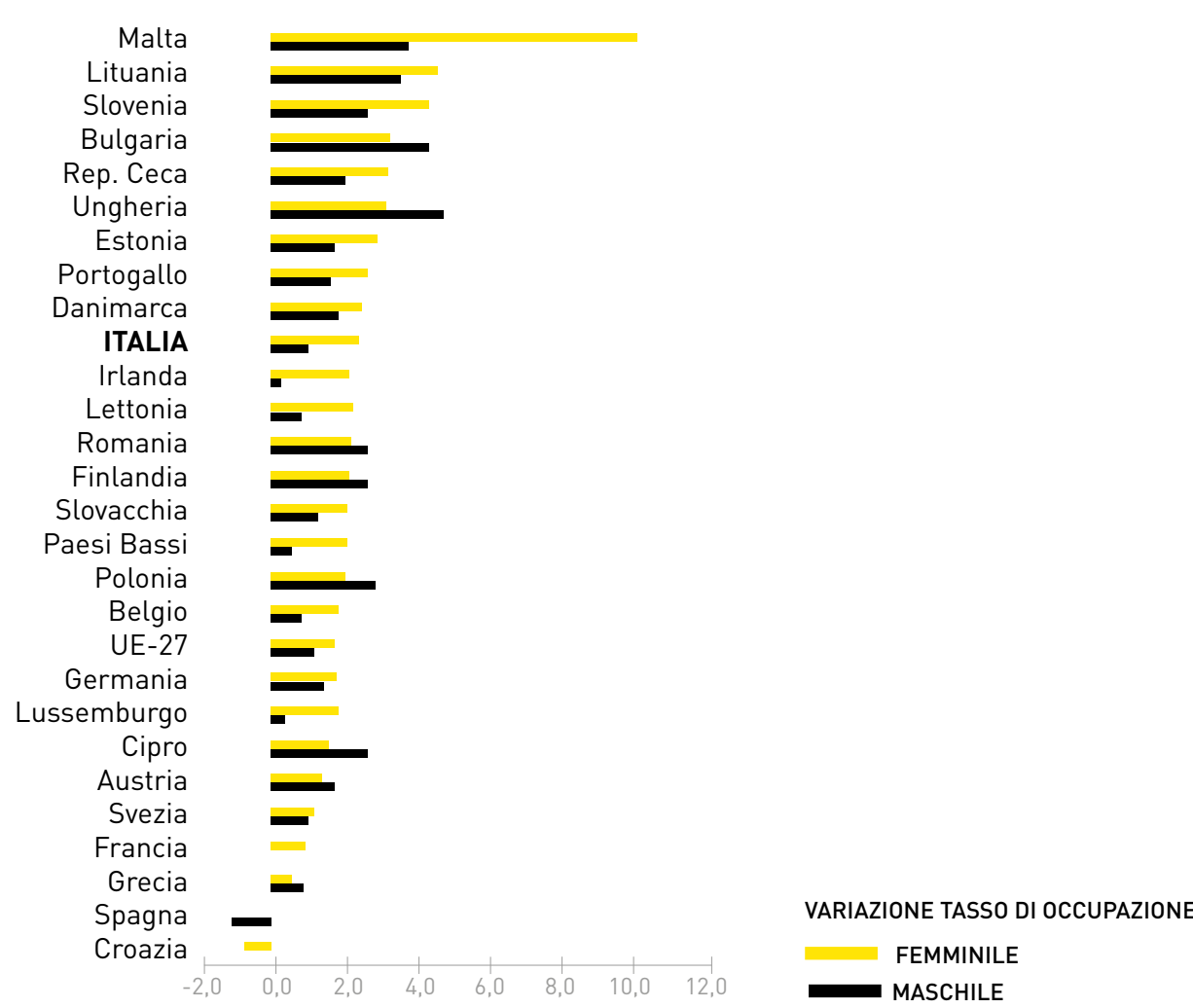
Occupazione .

Quale situazione del mercato del lavoro la crisi da Covid-19 ha trovato? Luci e ombre per quanto riguarda il genere femminile.

Graduatoria dei paesi UE secondo il tasso di occupazione femminile - anno 2019



Graduatoria dei paesi UE: variazione 2015-2019 del tasso di occupazione femminile (variazioni in punti percentuali)



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Eurostat

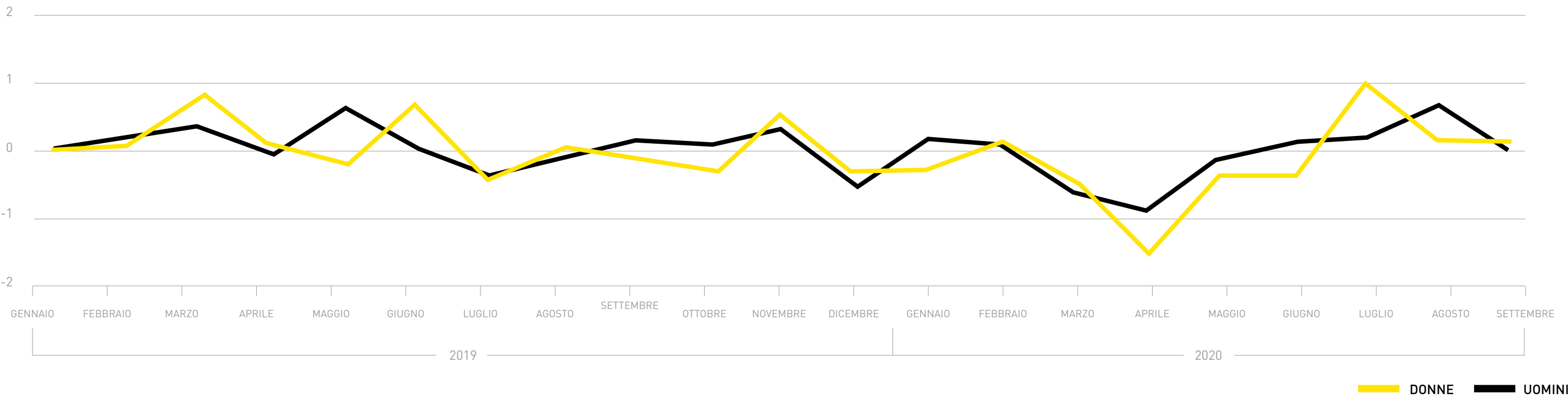
SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Ciò perché nel 2019 l'Italia è il paese dell'Unione europea (UE-27) con il tasso di occupazione (15-64 anni) femminile più basso (56,5%), ponendosi al di sotto della media europea di oltre 10 punti percentuali (-11,4 punti rispetto al 67,9% medio UE). Inoltre, l'Italia è il terzo paese UE, dopo Malta e Romania, con il divario più elevato tra i tassi di occupazione dei due generi: -18,5 punti percentuali, come differenza il 56,5% femminile e il 75,0% maschile.

Pur tuttavia, a fronte dei ritardi che ancora sussistono, negli ultimi anni si è assistito in Italia ad una crescita più intensa del tasso di occupazione femminile rispetto a quello maschile: dal 2015 al 2019 il primo è aumentato di 2,4 punti percentuali (da 54,1% a 56,5%) contro un più contenuto aumento di 0,9 punti percentuali con riferimento al secondo (74,1% a 75,0%). L'Italia è il decimo paese UE per crescita del tasso di occupazione femminile, superando anche la media europea (+1,8 punti percentuali: da 66,1% a 67,9%).

Arrivando al periodo più recente, sulla base dei dati mensili destagionalizzati di fonte Istat, l'impatto della crisi da Covid-19 non sembra abbia prodotto nette differenze di genere. La variazione media mensile congiunturale degli occupati femmine e maschi nel periodo marzo-settembre 2020 è stata quasi la medesima (-0,3% per le femmine e -0,2% per i maschi). Qualche differenza emerge semmai nel periodo più duro della crisi, corrispondente ai tre mesi di marzo, aprile e maggio, durante i quali la riduzione media mensile dell'occupazione femminile è stata superiore a quella maschile (-0,9% vs -0,6%). Mentre nel periodo successivo (da giugno a settembre) la variazione media mensile è stata la medesima per entrambi i generi (+0,2%).

Variazioni % mensili congiunturali degli occupati in Italia, per genere



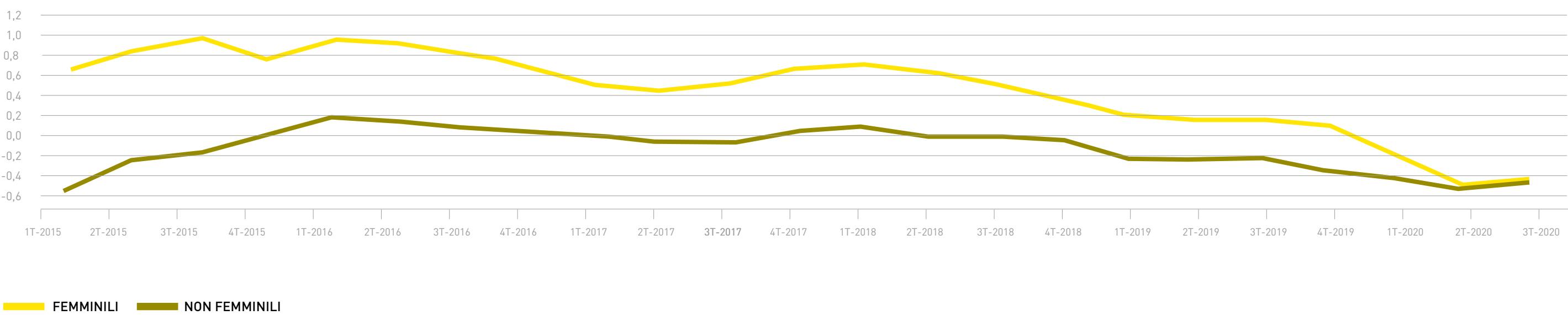
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Istat

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Imprese .

Gli effetti della crisi da Covid-19 sull’imprenditoria femminile sono evidenti. Dopo anni in cui in ogni trimestre le imprese femminili segnavano crescite superiori alle imprese non femminili, nei due trimestri interessati dalla crisi da Covid-19, secondo e terzo del 2020, tale maggiore velocità si è praticamente annullata. Infatti, mentre dal primo trimestre 2015 al primo trimestre 2020 le imprese femminili sono cresciute ad un ritmo medio trimestrale (tendenziale) dello 0,6% contro la stagnazione delle imprese non femminili, nel secondo e terzo trimestre 2020 entrambe i generi hanno segnato variazioni (peraltro negative) simili o addirittura uguali (-0,3% e -0,4% nel primo; -0,3% in entrambi i casi nel secondo).

Dinamica dello stock delle imprese registrate, variazioni trimestrali % tendenziali



Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell’imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Entrando nel dettaglio della demografia di impresa, si scopre come la crisi da Covid-19 abbia interessato essenzialmente la natalità imprenditoriale, evidenziando differenti effetti sull'imprenditoria secondo il genere. Infatti, nel secondo trimestre del 2020 le iscrizioni di impresa femminile hanno segnato una caduta più marcata rispetto a quelle delle imprese non femminili (-42,3% vs -35,2%)¹, addirittura in controtendenza nel terzo (-4,8% vs +0,8%). Basti pensare che dal 2015, il secondo e il terzo trimestre 2020 sono quelli con il più ampio gap negativo della variazione delle iscrizioni delle imprese femminili rispetto a quelle non femminili.

Dinamica delle iscrizioni di impresa, variazioni trimestrali % tendenziali



Di fronte a tale caduta della natalità imprenditoriale, sembra tale effetto sia stato un po' più contenuto tra le giovani generazioni. Nel secondo e nel terzo trimestre 2020 le iscrizioni delle imprese femminili giovanili si sono ridotte in misura minore rispetto a quelle (sempre rosa) non giovanili: -38,6% vs -44,0% nel secondo, -3,7 vs -5,3% nel terzo. Dal 2015, il secondo e il terzo trimestre sono tra i primi tre trimestri (al primo e al terzo posto) in cui è maggiore lo scarto positivo a favore delle imprese femminili giovanili rispetto a quelle sempre femminili ma non giovanili.

¹ Le forti variazioni negative nel trimestre aprile-giugno scontano anche l'effetto lockdown di aprile.
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Dinamica delle iscrizioni delle imprese femminili, variazioni trimestrali % tendenziali



Mentre per quanto riguarda le cessazioni (non di ufficio, anche nel prosieguo del paragrafo per “cessazioni” si intendono le “cessazioni non di ufficio”) sono emerse differenze di genere (femminili vs non femminili) molto più contenute, segnando anch’esse variazioni negative molto verosimilmente effetto delle politiche di sostegno contro la chiusura delle aziende in un periodo di forte difficoltà (-38,8% vs -39,8% nel secondo; -15,6% vs -20,4% nel terzo). Volendo trarre un bilancio del periodo della crisi da Covid-19 sulla base delle informazioni disponibili, emerge come tale crisi abbia interessato fino adesso la natalità imprenditoriale, senza effetti al momento sulle chiusure aziendali. Chiaramente, da un lato il forte deterioramento della fiducia e l’aumento dell’incertezza hanno influenzato negativamente la voglia di fare impresa, dall’altro le politiche di sostegno pubblico hanno fino adesso salvaguardato la sopravvivenza delle imprese.

Dinamica delle iscrizioni di impresa, variazioni % semestre aprile-settembre 2020 rispetto a semestre aprile-settembre 2019



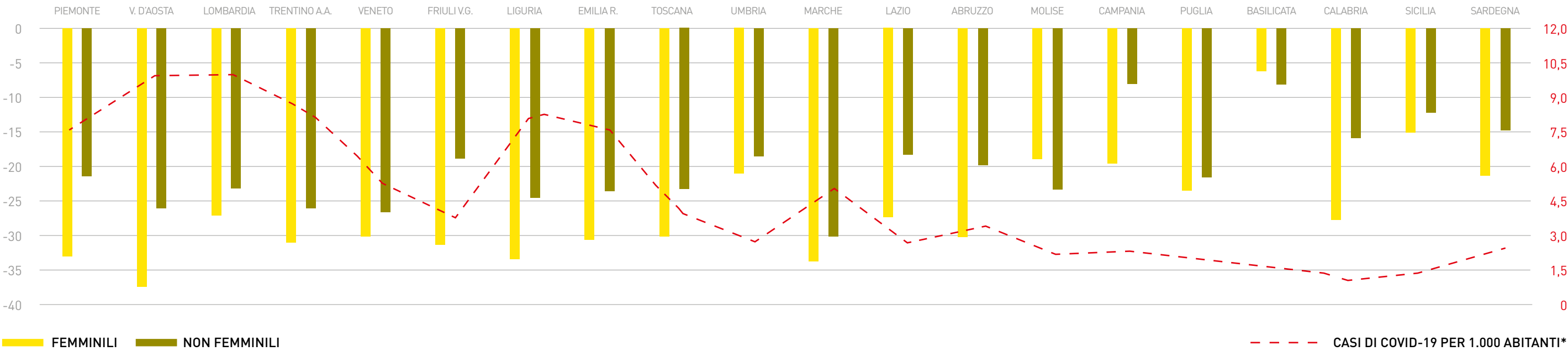
* Cessazioni non di ufficio.
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Sulla base dei dati trimestrali, confrontando il semestre aprile-settembre 2020 (identificabile con il periodo Covid) con il semestre aprile-settembre 2019, si scopre che lo scarto di genere (imprese femminili vs imprese non femminili) in tema di iscrizioni è più ampio rispetto a quello delle cessazioni (per cessazioni si intendono, anche nel proseguo, le cessazioni non di ufficio): -26,5% vs -20,0% per le iscrizioni; -27,9% vs -31,0%]. Di fronte alla resistenza delle imprese, resta il tuttavia il rischio in questo periodo di crisi di perdere una “generazione” di imprenditori.

Osservando tale impatto sulla natalità imprenditoriale con la lente geografica si scopre come nell’intero semestre Covid (apr.-sett. 2020), rispetto allo stesso semestre no-Covid 2019 (apr.-sett. 2019), la riduzione delle iscrizioni abbia interessato tutte le regioni, con un’accentuazione sempre maggiore per le imprese femminili. In particolare, sono le regioni centro-settentrionali ad aver accusato i cali più significativi del numero delle iscrizioni; da cui sembra emergere, in generale, una certa relazione territoriale diretta tra caduta della natalità imprenditoriale e diffusione del virus: nei territori più contagiati si è assistito ad una maggiore riduzione delle iscrizioni di impresa.

Dinamica delle iscrizioni di impresa, variazioni % semestre aprile-settembre 2020 rispetto a semestre aprile-settembre 2019

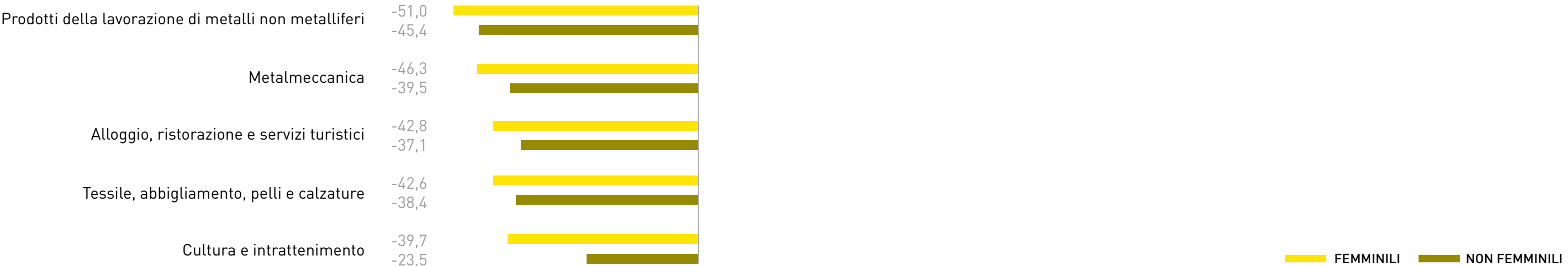


* Numero totale di casi al 30 settembre.
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere e Dipartimento Protezione Civile

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Mentre la lente settoriale ci restituisce una immagine con i settori più colpiti, sempre dal punto di vista della natalità imprenditoriale, riconducibili al Made in Italy, al turismo e alla cultura: la riduzione più forte delle iscrizioni delle imprese femminili si è registrata nei settori della lavorazione dei minerali non metalliferi (ceramica, vetro, ecc.) (-51,0%), alloggio e ristorazione (-42,8%) e cultura e intrattenimento (-39,7%), e nel sistema manifatturiero della moda (-42,6% nel tessile, abbigliamento e calzature); oltre al metalmeccanico, dove però la presenza femminile è molto ridotta. Unico settore in decisa crescita: Media e comunicazione (+34,7%).

I primi cinque settori per calo maggiore delle iscrizioni delle imprese femminili, variazioni % semestre aprile-settembre 2020 rispetto a semestre aprile-settembre 2019



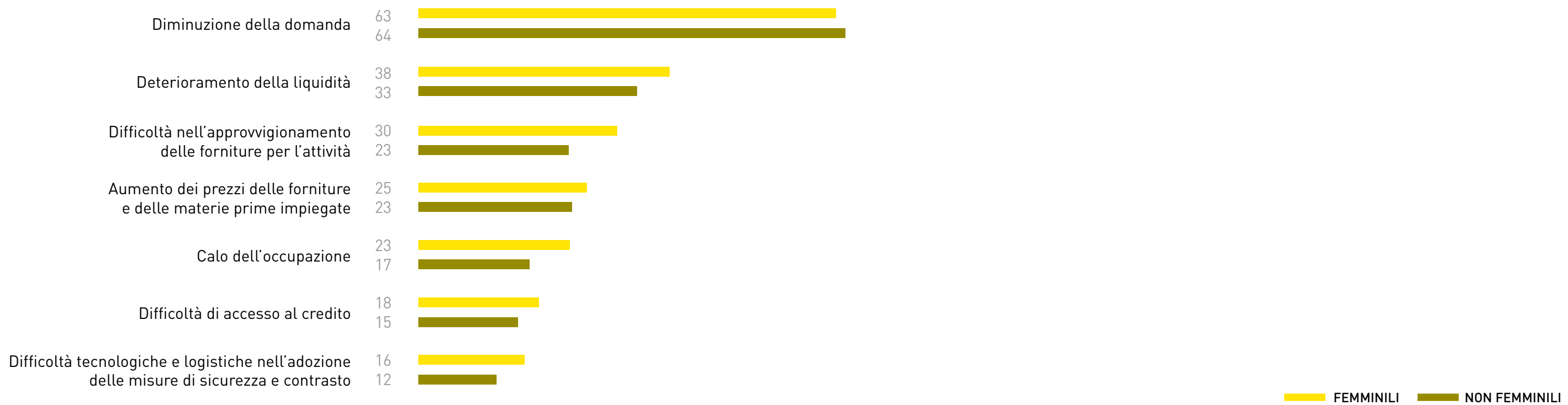
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Comportamenti delle imprese.

Oltre alla mancata natalità imprenditoriale, sulle imprese esistenti quale è stato l’impatto della crisi da Covid-19? Per rispondere a questa domanda sono stati utilizzati i primi risultati di una indagine condotta da Unioncamere nel mese di ottobre su un campione di 2.000 imprese manifatturiere e dei servizi. Chiaramente la criticità più forte è il calo della domanda, segnalato da quasi i due terzi delle imprese senza particolari differenze di genere. Pur tuttavia, negli altri casi di criticità, le imprese femminili dichiarano maggiormente problemi rispetto alle imprese non femminili: deterioramento della liquidità (38% vs 33%), difficoltà approvvigionamento forniture (30% vs 23%), calo occupazione (23% vs 17%), accesso al credito (18% vs 15%), difficoltà tecnologiche (16% vs 12%). Ciò sembra che la crisi abbia evidenziato ancora una volta come esistano temi, già messi in luce nel capitolo 2, quali il credito, la digitalizzazione, ecc., in cui le imprese femminili incontrano maggiori difficoltà.

Graduatoria delle criticità maggiormente segnalate dalle imprese, quote % sul totale imprese

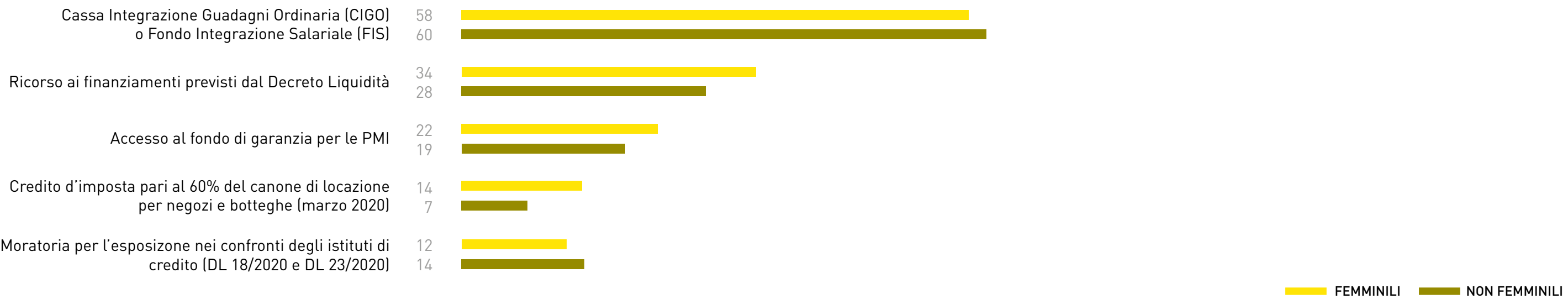


Fonte: indagine Unioncamere 2020

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Infatti, non a caso, oltre alla Cassa integrazione guadagni, la prima misura di sostegno alla quale hanno fatto utilizzo circa 6 imprese su 10 senza differenze di genere, le imprese femminili hanno fatto maggiore ricorso rispetto a quelle maschili per quasi tutte le altre misure di sostegno: Decreto Liquidità (34% vs 28%), Fondo di Garanzia (22% vs 19%), Credito di imposta sui canoni di locazione (14% vs 7%).

Graduatoria delle misure pubbliche di sostegno alle quali le imprese hanno fatto ricorso, quote % sul totale imprese



Dal punto di vista economico la crisi ha colpito profondamente: oltre la metà delle imprese hanno dichiarato una riduzione del fatturato nel 2020 (dati di pre-con-suntivo), senza differenze tra imprese femminili e non femminili (55% e 56%); stabilità per circa un terzo delle imprese (34% e 35%); solo circa il 10% ha visto au-mentare il fatturato (12% e 9%).

Fonte: indagine Unioncamere 2020

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Andamento del fatturato nel 2020, quote % sul totale imprese



Quando le imprese contano di ritornare ai livelli produttivi pre-Covid-19? La risposta a questa domanda mette in luce le difficoltà delle imprese femminili ad ag-ganciare la ripresa, mostrando un certo ritardo di uno/due anni rispetto alle imprese non femminili a recuperare la caduta produttiva: la quota delle imprese fem-minili che dichiara che ritornerà ai livelli pre-covid nel 2021 è inferiore a quella delle maschili (29% vs 34%), mentre diventa più alta se ci spostiamo al 2022 (25% vs 19%) o al 2023 (10% vs 7%).

Le attese di ritorno ai livelli produttivi pre-covid, quote % sul totale imprese



Fonte: indagine Unioncamere 2020

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Pur tuttavia, entrando all'interno della struttura proprietaria delle imprese, emerge come sia in realtà il mix «rosa-celeste» a mostrare la più forte velocità di recupero: le imprese con presenza nella proprietà sia maschile sia femminile, a prescindere dal genere in maggioranza, dichiarano più frequentemente di ritornare ai livelli pre-Covid già nel 2021, rispetto alle imprese con esclusiva proprietà di un solo genere. Ad esempio, il 34% delle imprese con presenza femminile maggioritaria (genere femminile detiene dal 51% al 99% della proprietà) dichiara di ritornare già nel 2021 ai livelli produttivi pre-Covid-19 contro il 24% delle imprese con esclusiva proprietà femminile. Lo stesso accade nel caso maschile (maggioritaria 36% vs esclusiva 31%). Resta comunque il ritardo del genere femminile: è minore la quota delle imprese che dichiarano il ritorno ai livelli pre-Covid nel 2021 con esclusiva presenza femminile rispetto alle imprese maschili, sempre con presenza esclusiva (24% vs 31%). Così come mettendo a confronto le imprese con prevalenza maggioritaria femminile con le imprese con prevalenza maggioritaria maschile (30% vs 36%).

Le attese di ritorno ai livelli produttivi pre-Covid-19, secondo il grado della presenza del genere nella proprietà dell'impresa, quote % sul totale imprese

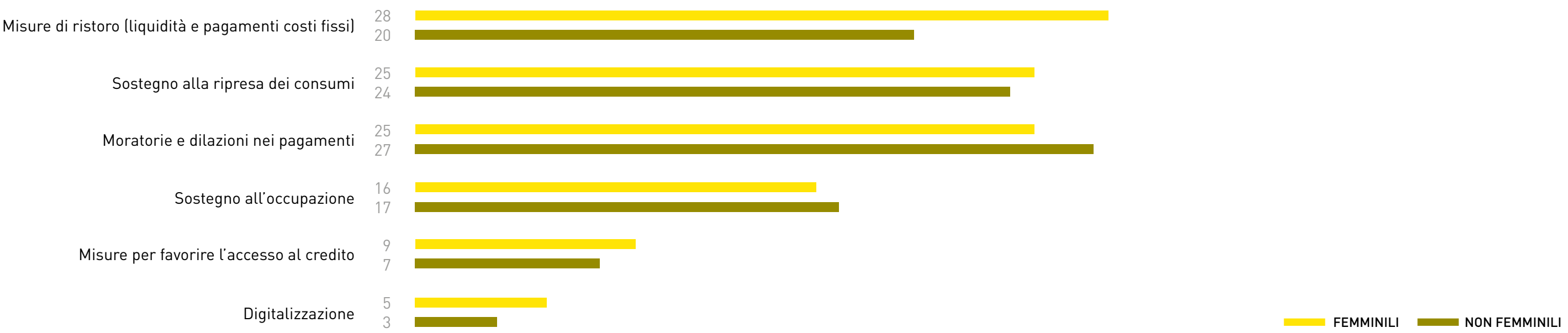


Fonte: indagine Unioncamere 2020

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Di fronte alle criticità e ai cali produttivi, quali sono le misure che chiedono le imprese per contrastare gli effetti della crisi da Covid-19? Sicuramente le misure di ristoro legate a fronteggiare la carenza di liquidità e il pagamento dei costi fissi, con una particolare accentuazione da parte delle imprese femminili rispetto a quelle non femminili (28% vs 20%): tale differenza di genere non stupisce alla luce di quanto visto prima sulle difficoltà nel campo del credito unitamente alle più marcate riduzioni di fatturato che hanno interessato le imprese “rosa”. Non a caso, anche con specifico riferimento alle misure per favorire l’accesso al credito, le imprese femminili lo richiedono maggiormente (9% vs 7%), così come nel caso dello sviluppo della digitalizzazione (5% vs 3%), altro tema in cui le imprese femminili mostrano qualche gap. Dopo le misure di ristoro, al secondo posto c’è il sostegno ai consumi, misura richiesta peraltro in modo sostanzialmente uguale sia dalle imprese femminili che da quelle maschili (25% e 24%).

I provvedimenti richiesti dalle imprese per contrastare gli effetti della crisi da Covid-19, quote % sul totale imprese

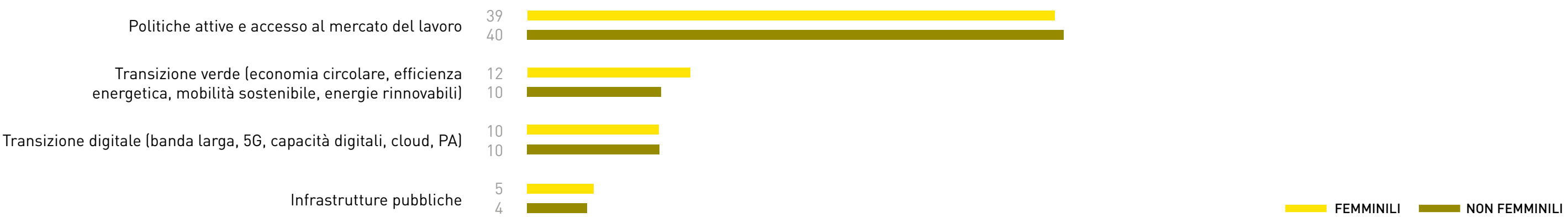


Fonte: indagine Unioncamere 2020

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

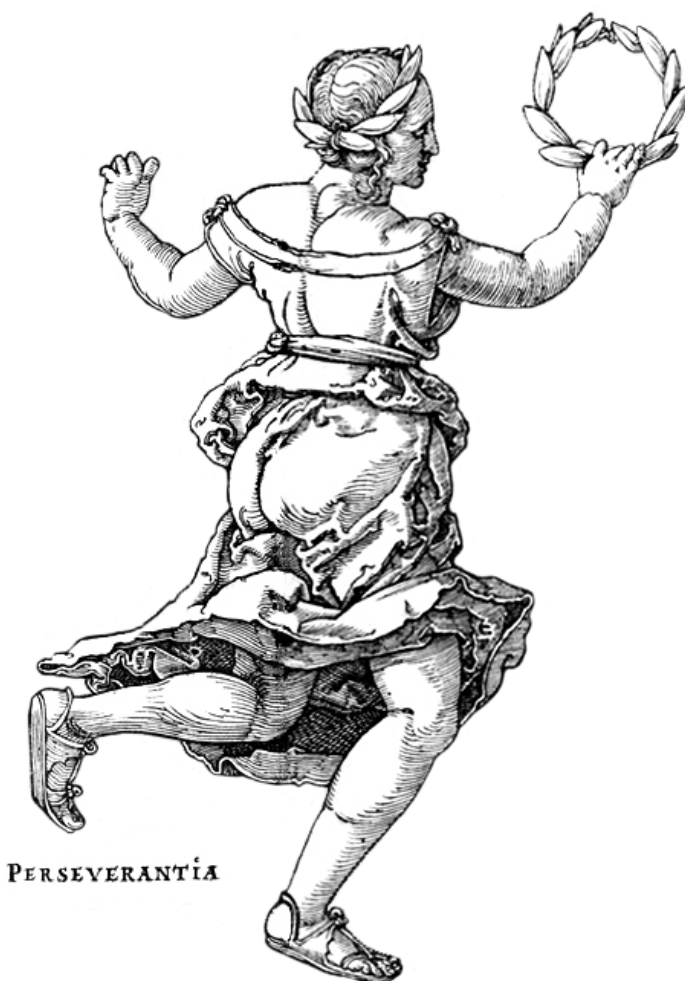
E per quanto riguarda più specificatamente le risorse del programma Next generation EU Recovery Plan che l’Unione europea ha programmato per aiutare la ripresa economica? Quasi la metà delle imprese, senza differenze di genere (circa il 40% in entrambi i casi) vede le politiche attive e accesso al mercato del lavoro la direzione dove investire le risorse del Recovery Plan. Segue per importanza la transizione verde, che riguarda tutte le politiche per favorire lo sviluppo dell’economia circolare, dell’efficienza energetica, le energie rinnovabili, la mobilità sostenibile), tema leggermente più sentito dalle imprese femminili rispetto alle non femminili (12% vs 10%), vuoi anche per la loro maggiore propensione ad investire nel green come evidenziato nel capitolo 2.

Le aree dove investire le risorse del Next Generation EU Recovery Plan secondo le imprese, quote % sul totale imprese



Fonte: indagine Unioncamere 2020

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche



LA DIMENSIONE EUROPEA.

SUMMARY

CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE

Donne e impresa: visione di insieme
Settori e territori
Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili
Età e sopravvivenza delle imprese
Start-up innovative
Mobilità geografica delle imprenditrici
Donne nelle società: proprietà e management

SCENARIO COMPETITIVO

Indagine: aspetti metodologici
Motivazioni a fare impresa
Ostacoli e frontiere della competitività
Fonti di finanziamento
Responsabilità sociale d'impresa
Performance e internazionalizzazione

MERCATO DEL LAVORO

Quadro generale
Occupazione in Italia
Occupazione alle dipendenze
Ruolo in famiglia
Donne nella ricerca

COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE

Occupazione
Imprese
Comportamenti delle imprese

DIMENSIONE EUROPEA

Unione Europea e imprenditorialità
Sistema camerale europeo: buone pratiche

Unione Europea e imprenditorialità.

La centralità dell’imprenditoria femminile per lo sviluppo economico è ampiamente riconosciuta da numerosi studi internazionali, che ne dimostrano una stretta correlazione con la crescita economica e l’esistenza di sistemi sostenibili. Un diffuso tessuto imprenditoriale femminile determina, infatti, una maggiore resistenza alle crisi finanziarie delle economie che lo ospitano. Uno scenario in cui le donne partecipano all’economia in modo identico agli uomini contribuirebbe fino a 28 trilioni di dollari (pari al 26%) al PIL globale annuo entro il 2025. Ciononostante, questo potenziale resta spesso scarsamente valorizzato. Infatti, un’analisi di 15 indicatori di genere in 95 Paesi mostra che 46 di queste economie hanno livelli molto elevati di disuguaglianza di genere su più della metà degli indicatori. Uno studio transnazionale dimostra inoltre che le perdite di reddito legate al divario di genere differiscono a seconda della regione geografica: mentre le economie del Medio Oriente e del Nord Africa registrano una perdita più elevata associata a minori opportunità economiche per le donne (27%), in Europa questa si attesta al di sotto del 10%¹.

Nel nostro continente la popolazione femminile è cresciuta negli ultimi anni, superando quella maschile. Secondo l’ultimo studio sui dati statistici relativi alle donne imprenditrici in Europa, nonostante le donne costituiscano oltre il 50% della popolazione totale nell’UE, le women entrepreneurs rappresentano solo un terzo degli imprenditori europei (11,6 milioni). Inoltre, la maggioranza delle imprese individuali (78%) sono femminili e coprono principalmente settori legati ad attività sanitarie e di assistenza sociale, ai servizi e all’istruzione². Ciò a riconferma che la creatività e il potenziale dell’impresa femminile restano risorse disponibili ma troppo poco esplorate e utilizzate. Un interessante studio della Commissione dal titolo **“Women in the digital age”** (2018) mostra, ad esempio, che una crescente partecipazione delle donne nel settore tecnologico darebbe grande impulso alle economie degli Stati membri, consentendone al tempo stesso la piena partecipazione alla società. Si stima, infatti, che se un numero maggiore di donne entrasse nel mercato del digitale, ciò determinerebbe un incremento annuo del PIL europeo di 16 miliardi di euro. Tuttavia, il trend a cui si assiste attualmente è invertito: sono sempre meno le donne interessate al settore digitale, sia che si tratti di istruzione superiore, di lavoro o di imprenditorialità. I dati raccolti nel documento illustrano questa preoccupante tendenza: su 1000 laureate, solo 24 si certificano in una disciplina legata alle TIC (Tecnologie dell’Informazione e della Comunicazione) e di queste solo un quarto trova poi occupazione in quello specifico ambito. Cifre, peraltro, in calo rispetto al 2011.

¹ World Bank (2017): “Women’s Entrepreneurship: How to Measure the Gap between New Female and Male Entrepreneurs?”. I dati sull’impresa femminile in Italia sono forniti da Unioncamere.

² Commissione Europea (2014): “Statistical Data on Women Entrepreneurs in Europe”.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

A simili conclusioni giunge anche l'ultimo rapporto europeo **“Women in digital scoreboard 2019 (WiD)”**, parte integrante dell’Indice DESI 2019³, che valuta il livello di partecipazione delle donne nella digital economy: gli Stati Membri che risultano all’avanguardia nel digitale - Finlandia, Svezia, Lussemburgo e Danimarca - sono gli stessi che registrano al contempo una forte partecipazione delle donne a quel tipo di economia. Classifica che, tra l’altro, posiziona l’Italia tra gli ultimi della classe, con un punteggio di 38.5, di oltre 10 punti al di sotto della media europea⁴. La dimensione femminile del fare impresa presenta alcune peculiarità: in generale, le donne tendono a gestire imprese più piccole e meno dinamiche rispetto a quelle maschili, e operano per lo più in settori a minore “intensità di capitale”, tra cui i servizi alla persona, con un ridotto potenziale di generare un reddito elevato e sostenibile. Le sfide che le donne identificano nell’avvio di un’attività imprenditoriale comprendono atteggiamenti sociali e culturali avversi, livelli più bassi di capacità imprenditoriale, maggiori difficoltà di accesso ai finanziamenti per l’avvio di un’impresa, reti imprenditoriali più piccole e meno efficaci, e quadri politici e normativi non favorevoli. Nonostante il ricorso a percorsi formativi dedicati e la concessione di sovvenzioni per superare queste barriere, tali approcci tradizionali devono essere ampliati e rivisti affinché abbiano una piena penetrazione ed efficacia. Molti Paesi, ad esempio, stanno esplorando il potenziale dell’utilizzo degli appalti pubblici per aprire opportunità di mercato alle donne e fornire un maggiore sostegno alle imprenditrici, con programmi dedicati (incubatori e acceleratori d’impresa) e la creazione di un’infrastruttura per il capitale di rischio. Anche il sistema educativo e culturale va messo al centro delle agende nazionali. Poiché gli imprenditori sono fortemente influenzati dai role model e dal contesto sociale, è necessario promuovere le donne imprenditrici come modelli di riferimento e garantire che il sistema educativo adotti un approccio neutrale dal punto di vista del genere, incoraggiando le giovani verso i settori STEM⁵.

Di fronte a queste sfide, la nuova Presidente Ursula von der Leyen ha innanzitutto collocato la parità di genere al centro delle priorità della sua Commissione (2019-2024), come illustrano i suoi **orientamenti politici**. La Strategia per la parità di genere pubblicata nel marzo scorso è la prima sviluppata in questa direzione. Tale impegno politico a promuovere un percorso di lungo termine, sia all’interno che all’esterno dell’Unione, è guidato dalla nuova Commissaria per le pari opportunità, Helena Dalli. Il Programma di Lavoro 2020 dell’Esecutivo Europeo⁶ include tale programma nell’ambito della tematica n.6 “Un nuovo slancio per la democrazia europea”. La EU Gender Strategy 2020-25⁷ delinea le azioni principali da intraprendere nei prossimi cinque anni, garantendo l’inclusione di una prospettiva di genere in tutte le politiche e in tutte le principali iniziative dell’UE.

³ Indice di digitalizzazione dell’economia e della società (DESI). Il Digital Economy and Society Index è un indice composito, che riassume indicatori rilevanti sulla performance digitale dell’Europa e traccia l’evoluzione della competitività digitale degli Stati membri dell’UE.
⁴ Per un’analisi più approfondita del Women in Digital Scoreboard 2019 sull’Italia: https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=59831
⁵ OCSE (2017), “Policy Brief on Women’s Entrepreneurship”.
⁶ Programma di lavoro della Commissione 2020 – “Un’Unione più ambiziosa”: https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:7ae642ea-4340-11ea-b81b-01aa75ed71a1.0023.02/DOC_1&format=PDF.
⁷ Comunicazione CE “Un’Unione dell’uguaglianza: Strategia per la parità di genere 2020-2025

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Partendo dalla constatazione che finora nessuno Stato membro ha realizzato una piena gender equality - in particolare nel mondo del lavoro e a livello di retribuzioni, assistenza e pensioni⁸ – la Comunicazione dell’Esecutivo europeo individua le sfide principali da affrontare affinché l’Unione possa sviluppare appieno il suo potenziale imprenditoriale, politico e sociale. Tra queste: porre fine alla violenza e agli stereotipi di genere; garantire una parità di partecipazione e di opportunità nel mercato del lavoro; conseguire un equilibrio di genere a livello decisionale e politico. Nello specifico, al fine di contrastare le disparità salariali, è stata lanciata una consultazione pubblica sulla trasparenza retributiva, che sarà seguita da misure vincolanti entro fine 2020. Inoltre, poiché le donne continuano a essere sotto-rappresentate nelle posizioni dirigenziali, la Commissione si impegna affinché la sua proposta di direttiva sull’equilibrio di genere nei Consigli di amministrazione venga tempestivamente adottata⁹. Questo nuovo impulso della Commissione risponde anche a recenti sviluppi di policy, che tengono sempre di più in conto degli obiettivi fissati dall’*Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile*¹⁰, la quale all’Obiettivo n.5 stabilisce di “raggiungere la parità di genere e responsabilizzare tutte le donne e le ragazze entro il 2030”.

A questa importante novità, si aggiunge la **nuova Strategia industriale dell’UE**, incentrata su una duplice transizione, da un lato verso la neutralità climatica e, dall’altra, verso la leadership digitale dell’Europa. Il pacchetto di iniziative prevede numerose azioni a sostegno di tutti gli operatori dell’industria europea: grandi e piccole imprese, start-up innovative, centri di ricerca, prestatori di servizi, fornitori e parti sociali. In particolare, la nuova agenda per le politiche UE a sostegno delle PMI (SME Strategy)¹¹ supera il precedente quadro di riferimento, lo Small Business Act for Europe (SBA), specialmente per quanto riguarda la riduzione del peso della burocrazia, l’accesso ai mercati e ai finanziamenti per favorire l’innovazione. Infine, non si può non guardare al prossimo Quadro finanziario pluriennale (QFP) 2021-27. Infatti, la promozione del gender mainstreaming è un altro dei temi che stanno a cuore a Ursula von der Leyen. Attualmente – secondo quanto previsto dall’Art.8 TFUE, che stabilisce il principio di integrazione della dimensione di genere – quello del gender equality è un obiettivo trasversale in tutte le politiche dell’attuale QFP 2014-20. La Commissione ne controlla l’attuazione e ne riferisce tramite una relazione strategica. Le proposte dell’Esecutivo europeo per il Quadro finanziario pluriennale 2021-27, ancora in fase di negoziato, mirano anch’esse a garantire la complementarità tra i singoli programmi in un disegno complessivo coerente. La parità di genere sarà dunque integrata nei programmi di finanziamento dell’UE attraverso la definizione dei programme, objective o dei target specifici degli stessi.

⁸ Nell’Indice EIGE (European Institute for Gender Equality) sulla parità di genere 2019 (Gender Equality Index 2019), l’UE ha ottenuto 67,4 punti su 100 e nessuno Stato membro ha raggiunto il punteggio massimo. Mentre le donne in tutta l’UE sono sempre più qualificate e tendono a superare gli uomini in termini di risultati scolastici, la loro partecipazione al mercato del lavoro rimane inferiore a quella maschile (nel 2017 il divario occupazionale tra i sessi era dell’11,6%). Uno dei principali fattori è la distribuzione disuguale delle responsabilità tra donne e uomini. Le donne dedicano 22 ore alla settimana al lavoro domestico non retribuito, contro le 9 ore degli uomini. La perdita dovuta al divario occupazionale è di circa 370 miliardi di euro all’anno (2,8% del PIL dell’UE). Le donne guadagnano in media il 16% in meno degli uomini in tutta l’UE, il divario di genere in termini di pensioni è del 35,7% e il divario retributivo si avvicina al 40%. Ciò consegue dalla segmentazione in occupazioni e settori di donne e uomini, della scarsa presenza delle donne in posizioni apicali, delle persistenti disuguaglianze e pregiudizi sul lavoro, a casa e nella società. Le donne rappresentano in media il 36,4% dei membri del Parlamento europeo, il 30,7% dei membri dei parlamenti nazionali, il 30,5% dei ministri di governo e il 10,7% dei primi ministri. Nei Consigli di amministrazione delle maggiori società quotate in borsa registrate negli Stati membri la presenza femminile è del 27%, dato aumentato - dal 2010 al 2018 - di 15 punti percentuali, soprattutto grazie ad azioni legislative nazionali.

⁹ La proposta di direttiva sulle donne nei consigli di amministrazione, presentata dalla Commissione nel 2012, mirava a risolvere i problemi di disparità, imponendo una quota minima del 40 % per la rappresentanza di donne nei CdA delle imprese. Sebbene il Parlamento abbia adottato la sua posizione già nel 2013, sostenendo l’iniziativa della Commissione, la direttiva è ancora bloccata in sede di Consiglio.

¹⁰ Risoluzione adottata dall’Assemblea Generale il 25 settembre 2015: “Trasformare il nostro mondo: l’Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile” <https://unric.org/it/wp-content/uploads/sites/3/2019/11/Agenda-2030-Onu-italia.pdf>.

¹¹ Commission Communication: The SME strategy for a sustainable and digital Europe: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/communication-sme-strategy-march-2020_en.pdf

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Tra le iniziative dell’Esecutivo europeo , alcune mirano principalmente a supportare lo sviluppo di reti tra donne imprenditrici, potenziali imprenditrici e organizzazioni di rappresentanza, e nella creazione di tool che permettano una connessione di competenze, progettualità, storie, e opportunità in tutta l’UE. **WEgate**, primo one-stop shop per l’imprenditoria femminile, è il portale europeo che riunisce non solo imprenditrici, ma una vera e propria comunità di consulenti, mentori, ambassador, organizzazioni e altre parti interessate. Il Portale, in fase di rinnovamento, fungerà anche da hub per il networking online, lo scambio e la cooperazione tra le imprenditrici di oggi e di domani. Di recente creazione della Commissione, **European Network for Women in Digital** è invece la piattaforma di networking online per le donne nel digitale, che mira a rafforzare la collaborazione tra le organizzazioni dell’UE impegnate nella lotta contro gli stereotipi di genere e nella promozione di una maggior partecipazione delle donne nel settore. Quanto alle reti europee che offrono consulenza e supporto (anche) alle donne imprenditrici, **Enterprise Europe Network** (EEN)¹² è di certo tra le più conosciute, essendo di fatto la più grande rete di supporto alle PMI a livello mondiale. Tra i servizi proposti, EEN offre un’assistenza gratuita a tutto campo alle imprese: dall’analisi e gestione dell’innovazione, ricerca partner a livello internazionale, alla consulenza in tema di supporto tecnologico, brevetti e informazioni puntuali su programmi, finanziamenti, bandi di gara europei. Presente in più di 60 paesi, con 3.000 esperti, la rete opera attraverso oltre 600 punti di contatto, di cui 55 in Italia, di cui oltre una ventina sono Camere di Commercio.

Le reti europee non mancano anche in tema di accesso alla finanza. Ad esempio, **Women Business Angels for Europe’s Entrepreneurs** (WA4E) – un’iniziativa di **Business Angels Europe** (BAE), associazione che rappresenta più di 40mila investitori informali (angel investors) europei, cioè soggetti privati che finanziano progetti di impresa in cambio di capitale di rischio - favorisce l’accesso ai finanziamenti e al capitale di rischio da parte delle donne imprenditrici. Nell’arco degli ultimi due anni, si sono ottenuti importanti risultati: sono stati mobilitati oltre 20 milioni di euro di finanziamenti da parte di Women Business Angels (WBA), 10 volte l’obiettivo iniziale, e finanziati 115 progetti.

A completamento delle principali azioni portate avanti dall’Unione a supporto dell’imprenditoria femminile, si ricordano anche le azioni programmatiche sviluppate dall’EEAS (Servizio europeo per l’azione esterna) in collaborazione con Paesi extra-UE. Tra queste, l’iniziativa “Promuovere l’emancipazione economica delle donne al lavoro attraverso una condotta imprenditoriale responsabile nei Paesi del G7” (WE EMPOWER), realizzata insieme a United Nations Women (ONU) e all’Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO)¹³. Il programma intende istituire dialoghi con più parti interessate nell’UE, in Canada, in Giappone e negli Stati Uniti per scambiare esperienze, buone pratiche e lesson learned nel contesto di un mondo del lavoro in radicale cambiamento.

Tra le iniziative delle altre istituzioni europee in questo contesto, merita una menzione la Strategia di genere del Gruppo della Banca europea per gli Investimenti (BEI), adottata nel 2016. Essa contiene un mix di elementi obbligatori e volontari, ed è strutturata intorno a 3 aree di azione che servono a orientare la Banca, in particolare la promozione mirata dell’empowerment economico delle donne, compreso l’aumento dell’accesso delle donne all’occupazione e ai servizi creditizi/ finanziari, nonché il sostegno all’imprenditoria femminile¹⁴.

¹² EEN è stata lanciata dalla Commissione Europea nel 2008 e cofinanziata nell’ambito del Programma per la competitività delle PMI (COSME).

¹³ Il programma WE EMPOWER è stato lanciato nel 2018 e si concluderà nel 2021. Per maggiori informazioni: <https://www.empowerwomen.org/en/projects/we-empower-g7>

¹⁴ Per approfondire: EIB Group Strategy on Gender Equality and Women’s Economic Empowerment.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

L’Innovation Finance Advisory (IFA) della Banca è collegato a questo ultimo pilastro, e guida i clienti nella strutturazione dei loro progetti di R&I per migliorare l’accesso ai finanziamenti. Il servizio li aiuta a capitalizzare i propri punti di forza e ad adeguare elementi quali modelli di business, governance, fonti e struttura di finanziamento per migliorare l’accesso ai finanziamenti. Su richiesta della Commissione, l’IFA ha di recente pubblicato lo studio “Why are female entrepreneurs missing out on funding?”¹⁵, nel quale analizza le condizioni di accesso al capitale di rischio per le imprese femminili in Europa rispetto agli Stati Uniti e a Israele, per meglio contestualizzare le barriere e le lacune emergenti a livello transnazionale e regionale. Ne emerge che, mentre le realtà imprenditoriali guidate da donne rappresentano ancora una piccola parte del flusso di affari e del volume complessivo investito, il tasso di crescita è aumentato in tutte le regioni esaminate. Tuttavia, le disparità strutturali e i persistenti pregiudizi sia sull’offerta che sulla domanda di finanziamenti per le imprese femminili ostacolano ancora la transizione verso un ambiente di finanziamento più equilibrato, più accessibile e, in ultima analisi, più efficiente. Per quanto riguarda l’Europa, quest’ultima si distingue dalle altre regioni per l’aumento complessivo del finanziamento del capitale di rischio per le imprese guidate da donne, che sembrano attirare maggiori investimenti nelle fasi avanzate dell’attività. Tuttavia, il numero di imprenditrici e di imprese guidate da donne resta ancora esiguo, e soprattutto si registra una grande assenza nei ruoli decisionali in materia di investimenti, elemento che contribuisce all’aumento del finance gap (secondo lo studio, gli investitori tendono ad investire in realtà imprenditoriali simili alla propria). L’analisi dell’IFA evidenzia infine una maggiore avversione al rischio delle imprese guidate da donne, e riflette dunque sulla necessità di iniziative da parte delle imprenditrici e della comunità degli investitori che contribuiscano a spezzare questo circolo vizioso e ridurre le asimmetrie.

¹⁵ EC and EIB, 2019 - “Why are female entrepreneurs missing out on funding? Reflections and considerations”: https://www.eib.org/attachments/thematic/why_are_female_entrepreneurs_missing_out_on_funding_summary_en.pdf

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Sistema camerale europeo: buone pratiche.

Fondata nel 1958, EUROCHAMBRES è l’associazione delle Camere di commercio e dell’industria europee. Con i suoi 45 membri e una rete di circa 1700 Camere regionali e locali, rappresenta al livello europeo oltre 20 milioni di imprese, prevalentemente piccole e medie, che impiegano circa 120 milioni addetti. EUROCHAMBRES Women Network (EWN) è la rete delle Camere europee creata con l’obiettivo di promuovere il potenziale imprenditoriale femminile e di dare voce alle donne imprenditrici in Europa. Creata a Bruxelles nel 2002 come gruppo informale e parte integrante di EUROCHAMBRES dal 2003, il network è stato rilanciato al livello europeo nel 2018. I temi principalmente affrontati includono l’accesso delle donne ai ruoli dirigenziali, l’equilibrio tra lavoro e vita privata, la lotta agli stereotipi di genere nel mondo del lavoro, l’accesso ai finanziamenti, il mentoring e il networking per le donne imprenditrici. Dal lancio ufficiale di EWN, il tasso di occupazione delle donne dipendenti nell’UE è aumentato costantemente, passando dal 58,7% nel 2003 al 67,4% nel 2018, pur rimanendo nettamente al di sotto di quello degli uomini (79% nel 2018). Si registrano progressi anche per quanto riguarda il lavoro autonomo, anche se inferiori a quelli del lavoro dipendente. Infatti, dati europei mostrano che se nel 2014 il rapporto era del 29% di lavoratrici autonome contro il 71%¹⁶ mentre, nel primo trimestre del 2019 il rapporto rilevato era del 32,5% contro il 67,5%.

Per raggiungere i propri obiettivi, EWN si è recentemente occupata di identificare ostacoli, sfide, esigenze, e potenzialità dell’impresa femminile, e di mappare e diffondere le buone pratiche del sistema camerale europeo a suo sostegno. A metà 2019, infatti, il Network ha promosso due ampie indagini tra i suoi Membri, una sul panorama imprenditoriale femminile e l’altra sui servizi e sulle iniziative promosse dalle Camere di Commercio europee a supporto dell’impresa femminile. Per quando concerne la prima indagine, si sono registrate circa 1500 risposte da tutta Europa, di cui l’86,8% da imprenditrici e il 13,2% da lavoratrici dipendenti. In base ai risultati raccolti, il ritratto dell’imprenditrice che ne emerso è quello di una donna tra i 30 e i 50 anni, con nucleo familiare e figli a carico. Nonostante l’elevato livello di istruzione delle intervistate, oltre il 90% dichiara di aver affrontato numerosi ostacoli durante il proprio percorso imprenditoriale, in particolare il reperimento di capitale, seguito dalla conciliazione vita privata e professionale, e dalla difficoltà di reperire i giusti contatti per la propria attività d’impresa. Il 73,6% delle rispondenti gestisce microimprese (il 16,2% piccole imprese), e quasi il 46% del totale considera il proprio settore prevalentemente maschile, con una costante disparità di trattamento tra donne e uomini con pari qualifiche. Circa tre quarti delle intervistate dichiara di aver avuto un’esperienza lavorativa come dipendente (in genere cambiando fino a 3 posti di lavoro) prima di creare la propria attività, avviata nella maggior parte dei casi prima dei 40 anni. Le ragioni che hanno spinto le rispondenti a intraprendere un percorso imprenditoriale sono diverse, ma consistono principalmente nella realizzazione di sé stesse e delle proprie idee, seguite dal desiderio di fare le proprie scelte in modo autonomo e indipendente. Interessante notare che il reddito e lo status sociale figurano tra le ragioni meno incisive nella determinazione del loro progetto di impresa.

¹⁶ Commissione Europea (2014): “Statistical Data on Women Entrepreneurs in Europe”.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Nel loro percorso imprenditoriale, la quasi totalità ha dovuto affrontare diversi ostacoli: le questioni finanziarie – in particolare la raccolta di capitale per l’impresa – sono le più frequenti, seguite dalla sfida di conciliare vita privata e lavorativa, e dall’individuazione spesso problematica di reti e contatti per la promozione della propria attività. La difficoltà di gestire sfera privata e lavorativa, ma anche un incoraggiamento troppo scarso delle donne ad assumere ruoli di leadership sono anche indicati tra i principali motivi di scarsa rappresentatività delle donne negli attuali contesti aziendali.

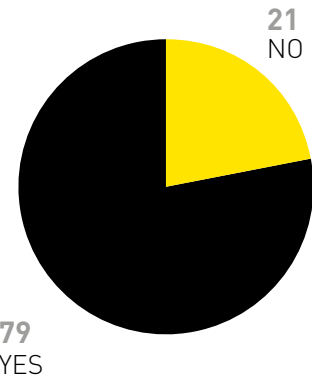
Per quanto concerne il settore di impiego e la percezione della carriera al suo interno, prevale il settore dei servizi (più dell’80%), ritenuto essere ancora prevalentemente maschile.

La stragrande maggioranza delle intervistate concorda poi con l’affermazione che nonostante le donne siano ben istruite, il divario retributivo di genere persiste. Per quanto riguarda le donne imprenditrici, la maggioranza dice di non aver mai riscontrato una mancanza di fiducia da parte dei partner commerciali, siano essi donne (69,6%) o uomini (51%), cosa purtroppo non sempre vera quando si tratta di istituzioni finanziarie. L’accettazione del ruolo di imprenditrice da parte dell’ambiente imprenditoriale (61,7%) è maggiore di quella della società in generale (55,8%).

Con la seconda indagine promossa dall’EUROCHAMBRES Women Network (“Chambers Women Entrepreneurship Services 2019 Survey”) la Rete si è impegnata a identificare le iniziative che le Camere di commercio sviluppano a livello nazionale per la promozione dell’imprenditoria femminile. Nonostante la diversità dei sistemi camerali europei (in termini di natura giuridica, organizzazione interna, competenze), le 14 organizzazioni rispondenti all’indagine hanno comunque fatto emergere alcuni elementi comuni e condivisi, e dunque utili a orientare l’operato di EWN e degli altri stakeholder europei.

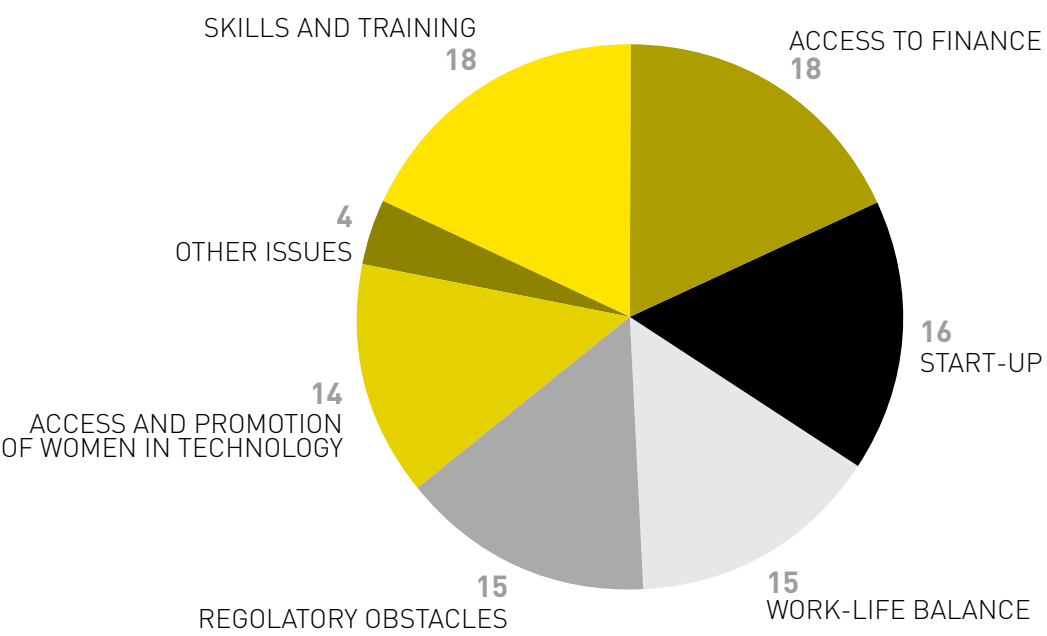
In primo luogo, è risultato che circa l’80% dei rispondenti dichiara di avere al proprio interno una struttura dedicata, esclusivamente o parzialmente, a risolvere questioni e sviluppare attività diversificate in materia di imprenditoria femminile.

Existence of a department/committee for dealing with female entrepreneurship



SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Sul fronte delle questioni più rilevanti in questo ambito, come si può notare dal grafico sottostante le Camere intervistate posizionano “skills, formazione e accesso ai finanziamenti” in cima alla classifica, seguiti da start-up, dall’equilibrio tra vita professionale e vita privata e infine dagli ostacoli normativi. Il network delle camere di commercio europee racchiude al suo interno numerose buone pratiche in materia di imprenditorialità femminile, che vedono in alcuni casi tali organizzazioni in prima fila nella creazione di reti, di programmi di mentoring e training, nella partecipazione a iniziative o progetti europei, nell’organizzazione di eventi tematici.



I servizi che le Camere offrono a supporto dello sviluppo di competenze imprenditoriali femminili comprendono in particolare seminari tematici, conferenze e servizi di consulenza, principalmente forniti da esperti e in diverse aree tematiche: competenze digitali, programmazione (coding) e uso dei social network come strumento di business; leadership e soft skills; sensibilizzazione delle giovani donne sulle discipline STEM. La mancanza di risorse umane e finanziarie è il primo ostacolo a una maggiore incisività ed efficacia di tali azioni e sforzi, mentre le barriere normative e la mancanza di domanda giocano di fatto un ruolo minore. Le Camere intervistate mostrano un livello di attenzione ed expertise importante quando si tratta di prendere attivamente parte a iniziative finanziate dall’UE. I progetti che le vedono in prima linea vanno dal training in vari settori (accesso ai finanziamenti, digitalizzazione, internazionalizzazione) allo sviluppo di skill personali e imprenditoriali, fino alla creazione di reti sostenibili.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L'ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d'impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche

Il “fare rete” è l’elemento di forza degli enti camerali europei, e ciò emerge chiaramente dall’indagine. Tra gli intervistati, oltre il 70% può infatti vantare al proprio interno un network attivo di donne imprenditrici, mentre la quasi totalità di essi ha solide relazioni con altre reti di donne a livello regionale, nazionale ed europeo. Tra le best practice emergenti dall’indagine, pubblicate anche dalla Commissione Europea sul Portale WeGate, la rete italiana dei **Comitati Imprenditoria Femminile** presso le Camere di Commercio, iniziativa senza eguali in Europa. Si distingue per la sua unicità anche l’**Osservatorio Imprenditoria Femminile** di Unioncamere - Infocamere , strumento che permette una lettura dei dati disaggregati per genere. Questo patrimonio unico di conoscenze sull’imprenditoria femminile è essenziale per la promozione di politiche nazionali puntuali e per la sensibilizzazione del tessuto sociale, economico e culturale.

“Frau in der Wirtschaft” (Women in Business, WiB) è un servizio sviluppato dalla Camera Federale austriaca (WKÖ) e da funge da hub e da rete sia a livello federale che nelle 9 organizzazioni federali. Al contempo, in Germania sono attivi due importanti programmi pubblici che promuovono l’imprenditoria femminile: l’Agenzia per le attività e i servizi per l’avvio di una impresa femminile (BGA) è il primo e unico centro di informazione e servizi rivolto alle donne che lavorano in proprio o succedono nella proprietà aziendale. **“Frauen Unternehmen”** è invece un’iniziativa federale che mira ad incoraggiare le donne a diventare lavoratrici autonome e le ragazze a diventare imprenditrici. La Camara de Espana, dal canto suo, dedica un dipartimento specifico ai temi dell’imprenditoria femminile. Attraverso il “Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres” (PAEM - Women Business Support Program), l’organizzazione mira a sviluppare una rete nazionale che promuova e sostenga quel tessuto imprenditoriale, rivolgendosi alle donne che sono interessate all’imprenditorialità o che desiderano espandere un’impresa già esistente. Anche la rete camerale greca delle donne imprenditrici promuove l’imprenditoria femminile e la partecipazione delle donne a posizioni di responsabilità a livello nazionale. Inoltre, sensibilizza le Camere locali e le imprese associate circa i vantaggi della piena integrazione delle donne nel mercato del lavoro e nell’economia, promuovendo le pari opportunità, l’eliminazione degli stereotipi e la conciliazione vita familiare e professionale. In Serbia, invece, la Camera di commercio ha istituito al suo interno una **sezione competente** per gestire questioni relative all’imprenditoria femminile, data la rilevanza che la tematica ha acquisito con i cambiamenti della struttura economica del Paese. Le attività principali consistono nell’organizzazione di seminari ed eventi di networking. La Camera dell’economia croata (HGK) lavora da 20 anni al rafforzamento e alla promozione dell’imprenditorialità femminile a livello nazionale e regionale, ed è coinvolta in attività legate all’attuazione della strategia nazionale di sviluppo dell’imprenditorialità femminile. Infine, a Cipro la **Federazione delle donne d’affari** e delle professioniste (BPW), creata nel 1996, è affiliata alla Camera di Commercio e Industria cipriota e opera sotto il suo patrocinio. BPW è effettivamente il braccio femminile della Camera ed è rappresentata nei consigli di amministrazione della Camera di Cipro e in quelli delle Camere locali. Con la sua attività, mira a sviluppare il potenziale professionale, imprenditoriale e di leadership delle donne imprenditrici dell’Isola, attraverso il mentoring, eventi di sensibilizzazione, e programmi di advocacy, networking, sviluppo delle competenze e di empowerment economico.

SUMMARY	CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	SCENARIO COMPETITIVO	MERCATO DEL LAVORO	COVID: L’ECONOMIA FEMMINILE	DIMENSIONE EUROPEA
	Donne e impresa: visione di insieme Settori e territori Imprese artigiane, cooperative, straniere, giovanili Età e sopravvivenza delle imprese Start-up innovative Mobilità geografica delle imprenditrici Donne nelle società: proprietà e management	Indagine: aspetti metodologici Motivazioni a fare impresa Ostacoli e frontiere della competitività Fonti di finanziamento Responsabilità sociale d’impresa Performance e internazionalizzazione	Quadro generale Occupazione in Italia Occupazione alle dipendenze Ruolo in famiglia Donne nella ricerca	Occupazione Imprese Comportamenti delle imprese	Unione Europea e imprenditorialità Sistema camerale europeo: buone pratiche