

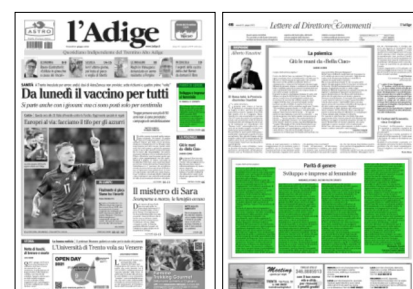
PARITÀ DI GENERE

Sviluppo e imprese al femminile

Il richiamo del Presidente Mattarella alla centralità della questione di genere e i dibattiti ospitati al Festival dell'Economia 2021 potrebbero contribuire a riconoscere una volta per tutte il potenziale della componente femminile per una crescita equa e sostenibile. Assicurare pari dignità e pari opportunità di accesso al mercato del lavoro e alla possibilità di fare impresa alla componente femminile, sono i presupposti strutturali perché le donne diano il loro contributo innovativo allo sviluppo. Di imprenditoria femminile si parla da diversi anni, ma fino ad ora nelle policy c'è stato un sostanziale approccio "di complemento" nel trattare la questione. Il ruolo di questa componente è stato considerato integrativo rispetto a quello prevalente dell'imprenditoria nel complesso. Nelle statistiche ufficiali si è adottato il classico approccio di "considerazione separata" che confina la questione dell'imprenditoria femminile in un ambito distinto dalle questioni di sviluppo del tipo "eppoi c'è la questione di genere"! Parlando di imprenditoria femminile è necessario dire che si tratta di una realtà poco nota e studiata e di solito considerata separatamente dalla questione della sotto-occupazione femminile che, ricordiamolo, oggi in Italia raggiunge il 48,2% delle donne (al Sud 33%). Secondo l'ultimo Rapporto sull'imprenditoria femminile di Unioncamere (un riferimento per l'analisi del fenomeno) oggi le imprese a conduzione femminile sono circa 1,4 milioni, poco più di un quinto del totale delle imprese registrate. Sono mediamente più giovani di quelle a conduzione maschile - sia in termini di età delle imprenditrici che di anzianità dell'impresa. Sono concentrate nel settore dei servizi (in particolare nel commercio, turismo e servizi educativi e alla persona, ed hanno una dimensione media più bassa, che spesso le configura come vere e proprie forme di autoimpiego, posto che le imprese femminili con un addetto sono il 62% contro il 48% di quelle maschili e sono costituite sotto forma di ditte individuali (63% contro 49% di quelle a conduzione maschile). Fino a prima della crisi Covid 19 le imprese femminili hanno dimostrato una vivacità in termini di natalità superiore alle altre imprese complessivamente considerate e, in una certa misura, hanno svolto una funzione anticiclica rispetto per esempio alla crisi globale del 2008. Quasi i due terzi delle imprese femminili attualmente operative sono nate infatti a partire dal 2000 e sono cresciute proprio a ridosso della crisi. Come spesso è accaduto nella storia, in momenti di forte crisi le donne, sanno trovare un'alternativa per garantire e garantirsi la sopravvivenza. Negli anni della crisi del 2008 che aveva colpito in particolare i settori dell'industria

manifatturiera e generato disoccupazione per lo più maschile, è aumentato il numero di imprese femminili. Sarebbe quindi necessario osservare le dinamiche imprenditoriali femminili congiuntamente a quelle dell'occupazione femminile. Anche durante la crisi da Covid 19, mentre il tasso di occupazione femminile è diminuito in particolare al Sud, proprio in questo territorio il numero di nuove imprese femminili è cresciuto. Parafrasando quindi il testo di un recente volume di Alessandra Smerilli si dovrebbe convenire che l'economia è (anche) donna! È innegabile che la pandemia abbia picchiato duro e che l'occupazione femminile abbia subito gli effetti più negativi anche perché diversamente da quella del 2008, questa crisi ha colpito il settore dei servizi (turismo, commercio, pubblici esercizi) nei quali come detto sopra, sono di gran lunga prevalenti l'occupazione femminile e la presenza delle imprese femminili. Il Rapporto sull'imprenditoria femminile registra due evidenze: la prima riguarda la contrazione consistente (e in controtendenza) nella costituzione di nuove imprese femminili e la generale prudenza delle imprenditrici rispetto al recupero dei livelli pre-covid ipotizzato non prima del 2022. La seconda riguarda la probabilità di sopravvivenza media delle imprese a conduzione femminile a 3 e a 5 anni è più bassa rispetto a quella delle altre imprese (rispettivamente del 71,7% e 61,9%), che tuttavia, una volta superata la fase critica, manifestano una maggiore capacità di crescita. Proiettate più al medio termine, esse danno un importante contributo non solo in termini occupazionali e di auto-impiego, ma anche ad un modo diverso di fare impresa più sostenibile, orientato alla valorizzazione delle persone e all'ambiente. Le imprese femminili manifestano infatti una maggiore propensione rispetto a quelle a conduzione maschile in termini di welfare aziendale, di attenzione all'ambiente e di apertura verso la comunità territoriale, dando concretezza ai principi della Corporate Social Responsibility. Ma c'è di più: la chiusura del gender gap nella formazione universitaria avvenuto negli ultimi 10-15 anni, ha creato competenze che le nuove imprenditrici hanno saputo mettere a frutto. Sono pronte infatti ad avviare start-up innovative in misura percentualmente superiore a quelle avviate da maschi, appaiono più digitalizzate e sono maggiormente proiettate rispetto al passato all'utilizzo

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 118



delle proprie competenze in ambito aziendale. In altri termini c'è una nuova generazione di imprese femminili che può rappresentare un forte asset sui cui innestare capacità di sviluppo. Lo hanno compreso l'Unione Europea nel Next Generation Eu e anche il nostro governo nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza che prevede politiche trasversali ai settori a supporto del raggiungimento della parità di genere e della riduzione del gender Gap. Ma senza un'adeguata politica di finanziamento e una capillare azione di animazione e di supporto sia a livello centrale che a livello locale, c'è il rischio che queste potenzialità non possano realizzarsi, e per questo dovrà essere sempre più incisiva l'azione dei Comitati per l'imprenditoria femminile costituiti presso le Camere di commercio. Oltre ad una vera e propria azione di lobbying i comitati dovranno diventare un riferimento per il monitoraggio e il supporto delle imprese femminili, e insieme con gli altri attori politici ed economici, partecipare ad un patto di sviluppo per una forma di imprenditoria pronta a svolgere un ruolo importante per la crescita e l'occupazione nei territori. Come ha detto Giuseppe Laterza sarà necessaria una rivoluzione culturale, il solo cambiamento non basta visti i tempi stretti per realizzare il PNRR.

Mariangela Franch

Università Trento

Gaetano Fausto Esposito

Centro Studi Tagliacarne