



UNIONCAMERE

in collaborazione con Si.Camera

# IV 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%).

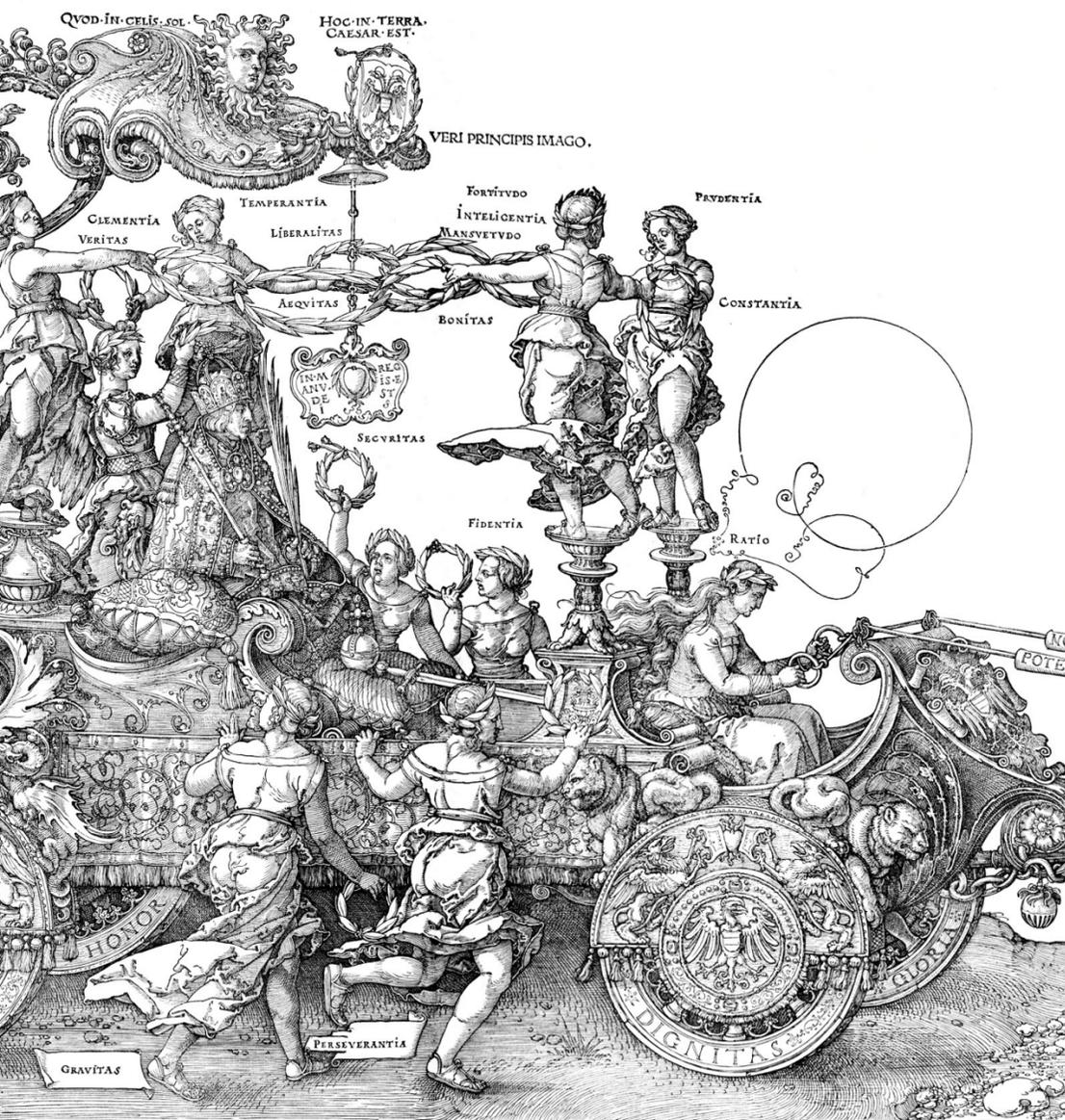
Dati i gap strutturali sopra evidenziati, di fronte alle criticità dell’attuale crisi, non è un caso che le imprese femminili richiedano maggiormente, rispetto alle altre, misure di sostegno alla liquidità (28% vs 20%), un migliore accesso al credito (9% vs 7%) e aumento della digitalizzazione (5% vs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