



Comunicato stampa

IV RAPPORTO SULL'IMPRENDITORIALITÀ FEMMINILE **Imprese: una su 5 al femminile ma la pandemia ne ha bloccato la rincorsa**

Roma, 27 luglio 2020 – Resilienti, tenaci, pronte anche più degli uomini a mettersi in gioco. E' la foto **del milione e 340mila imprese guidate da donne**, che emerge dal **IV Rapporto sull'imprenditoria femminile**, realizzato da **Unioncamere**.

Queste imprese, che sono il 22% del totale, negli ultimi 5 anni sono cresciute a un ritmo molto più intenso di quelle maschili: +2,9% contro +0,3%. In valori assoluti l'aumento delle imprese femminili è stato più del triplo rispetto a quello delle imprese maschili: +38.080 contro +12.704. In pratica, le imprese femminili hanno contribuito a ben **il 75% dell'incremento complessivo** di tutte le imprese in Italia, pari a +50.784 unità.

Anche se ancora fortemente concentrate nei settori più tradizionali, le imprese di donne stanno crescendo soprattutto in settori più innovativi e con una intensità maggiore delle imprese maschili. E' il caso delle Attività professionali scientifiche e tecniche (+17,4% contro +9,3% di quelle maschili) e dell'Informatica e telecomunicazioni (+9,1%, contro il +8,9% delle maschili).

Lazio (+7,1%), Campania (+5,4%), Calabria (+5,3%), Trentino (+5%), Sicilia (+4,9%), Lombardia (+4%) e Sardegna (+3,8%) le regioni in cui le aziende al femminile aumentano oltre la media. In termini di incidenza territoriale, sul totale delle imprese, al vertice della classifica si incontrano tuttavia tre regioni del Mezzogiorno (Molise, Basilicata e Abruzzo), seguite dall'Umbria, dalla Sicilia e dalla Val d'Aosta.

Di fronte al Covid, però, molte aspiranti imprenditrici devono aver ritenuto opportuno fermarsi e attendere un momento più propizio. Tra aprile e giugno, infatti, le iscrizioni di nuove aziende guidate da donne sono oltre **10mila in meno** rispetto allo stesso trimestre del 2019. Questo calo, pari al -42,3%, è superiore a quello registrato dalle attività maschili (-35,2%). Anche per effetto di questo rallentamento delle iscrizioni, sul quale ha inciso il lockdown, a fine giugno l'universo delle imprese femminili conta **quasi 5mila unità in meno rispetto allo scorso anno**.

"L'imprenditoria femminile è uno dei settori strategici da promuovere, sia per lo sviluppo del Paese che per il raggiungimento di un pieno empowerment femminile anche nel contesto lavorativo". E' quanto dichiara la Ministra per le pari opportunità e la famiglia, Elena Bonetti, che aggiunge "serve sostenere e incentivare la presenza femminile nelle PMI, settore privilegiato per il lavoro delle donne. Abbiamo quindi individuato, come Dipartimento per le pari opportunità, tre direzioni di intervento: accesso al credito e formazione finanziaria, per i quali dall'inizio della crisi sanitaria abbiamo già incrementato di 5 milioni di euro il fondo destinato al credito delle PMI femminili; un piano nazionale di formazione al digitale, con particolare attenzione ai settori e alle categorie di donne



imprenditrici, che sono maggiormente escluse da tali percorsi formativi; promozione incentivata, tra le imprese femminili, e condivisione di strumenti di welfare e di conciliazione tra la vita familiare e quella lavorativa. Sono convinta che il coraggio delle donne che sanno osare scelte innovative possa fare di queste imprese il primo passo per la ripartenza di tutto il Paese”.

Per il **sottosegretario allo Sviluppo economico, Giampaolo Manzella**, “I dati di Unioncamere di oggi sono solo gli ultimi a dirci che c’è ancora un ritardo importante sulla partecipazione delle donne alla vita di impresa, con implicazioni molto forti in termini economici. Nella azione del Mise a sostegno delle PMI ci sono tre assi di intervento sui quali concentrarsi: Incentivi alle imprese sotto forma di prestiti e contributi, con un’azione a favore delle startup femminili; Sensibilizzazione culturale per ‘far capire’ nella società il valore dell’impresa femminile; Azioni di assistenza tecnica alle imprenditrici per aiutarle a ‘fare impresa’.

Il tutto in stretto contatto con le Regioni e il sistema camerale e nella prospettiva di un Recovery Fund che tocchi i nodi italiani: di cui questo è sicuramente uno”.

*“In Italia ci sono più di un milione e trecentomila imprese femminili che crescono ogni anno un po’ più delle altre”, ha sottolineato il presidente di **Unioncamere, Carlo Sangalli**. “Durante il periodo di emergenza abbiamo visto invece un rallentamento della nascita di queste imprese, a testimonianza del fatto che il peso più rilevante in quelle fasi difficili è ricaduto e ricade sulle spalle delle donne. Anche per questo dobbiamo rafforzare gli strumenti utili per sostenere le donne a far nascere e crescere le loro imprese”.*

Nelle regioni del Centro-Nord si registra la riduzione più consistente del numero di nuove imprese femminili (-47,0%). Il Mezzogiorno si “ferma” invece al -34,1%. In valori assoluti, le iscrizioni rallentano soprattutto in Lombardia (-1.776), Lazio (-1.222), Campania (-965), Piemonte (-913), Toscana (-911), Emilia-Romagna (-789), Veneto (-732).

Il forte calo delle iscrizioni rischia anche di rallentare quel processo di rinnovamento che si sta realizzando in questi anni nelle generazioni più giovani. Un rinnovamento che emerge con chiarezza dall’indagine di Unioncamere realizzata su un campione di 2mila imprese di uomini e di donne, contenuta nel IV Rapporto sull’imprenditoria femminile. I dati, raccolti a ridosso dello scoppio della pandemia, analizzano la risposta di genere all’interno del mondo delle imprese giovanili di fronte ad alcuni temi chiave della competitività e mostrano come le difficoltà innescate dal Covid 19 possano colpire maggiormente il mondo dell’impresa femminile, più sensibile al ciclo economico di quello maschile (il 21% delle imprese femminili ritiene di essere più esposto all’andamento negativo dell’economia contro il 18% degli imprenditori).

Infatti, le giovani donne d’impresa hanno una minore propensione all’innovazione rispetto ai coetanei uomini (il 56% delle imprese giovanili femminili ha introdotto innovazioni nella propria attività contro il 59% imprese giovanili maschili); investono meno nelle tecnologie digitali di Industria 4.0 (19% contro il 25% delle imprese giovanili maschili); sono meno internazionalizzate (il 9% contro il 13%); hanno un rapporto difficile con il credito (il 46% delle imprese femminili di under 35 si finanzia con capitale proprio o della famiglia). Inoltre, solo il 20% delle imprese di giovani donne ricorre in misura notevole al credito bancario e, tra tutte le imprese under 35 che lo richiedono, sono più le giovani imprese femminili, rispetto a quelle maschili, a lamentarsi di non aver visto

accolta la richiesta o di averla vista soddisfatta solo in parte dalle istituzioni bancarie (8% vs 4%).

Questi elementi di fragilità peraltro si inquadrano all'interno di un sistema di "buona" giovane impresa che condivide, in misura spesso più diffusa dei colleghi uomini, una serie di valori fondanti.

L'impresa giovanile femminile, infatti, è più attenta all'ambiente, guidata soprattutto dall'etica e dalla responsabilità sociale: la quota delle giovani imprese rosa che investono nel green mosse dalla consapevolezza dei rischi legati al cambiamento climatico è superiore a quella dei giovani imprenditori maschili (31% vs 26%). L'attenzione al welfare aziendale è decisamente elevata tra le giovani imprese femminili, che, ad esempio, offrono maggiori possibilità di smart working ai propri dipendenti (50% tra le femminili contro il 43% di quelle maschili); hanno adottato in misura maggiore iniziative volte a sostenere la salute e il benessere dei propri lavoratori (72% contro 67%) e sono più propense a sviluppare ulteriormente attività di welfare aziendale nei prossimi tre anni (69% contro 60%).

Le giovani imprenditrici, la cui spinta a fare impresa deriva in misura maggiore rispetto agli uomini dal desiderio di valorizzare le proprie competenze ed esperienze professionali (24% contro 21%), danno lavoro di più ai laureati (41% contro 38%) e intessono rapporti più stretti e frequenti con la comunità territoriale (il numero medio di stakeholder con i quali l'impresa giovanile femminile intrattiene rapporti è pari a 3,81, contro 3,58 dei coetanei uomini).

Le caratteristiche delle imprese femminili in Italia

Imprese femminili vs Imprese maschili



Le imprese femminili sono*:

- più concentrate nei servizi: **66,2%** (886.931) vs 55,4%;
- più piccole di dimensione: micro imprese **96,5%** (1.293.795) vs 94,5%;
- più ditte individuali: **62,3%** (835.570) vs 48,7%;
- più nel Mezzogiorno: **36,3%** (486.594) vs 32,9%;
- più giovanili secondo l'età dei titolari (under 35): **12,0%** (161.101) vs 8,4%;
- più giovanili secondo l'età dell'impresa (imprese nate negli ultimi 10 anni, dal 2010 al 2019): **49,4%** (662.586) vs 40,4%;
- leggermente più straniere: **11,1%** (148.966) vs 9,8%;
- meno artigiane: **16,3%** (218.847) vs 22,7%;
- senza differenze riguardo alla forma cooperativa: **2,2%** (30.025) vs 2,3%.

*% sul totale imprese femminili e maschili, fra parentesi valori assoluti delle imprese femminili

Fonte: IV Rapporto IF, elaborazioni SICamera-Infocamere

I settori più rosa

I settori a maggior presenza di donne sono quelli legati al Wellness, Sanità e assistenza sociale, Moda, Istruzione e Turismo&Cultura.

TOP TEN

Graduatoria 2019 secondo la quota di imprese femminili sul totale delle imprese del settore (fra parentesi valori assoluti)



Fonte: IV Rapporto IF, elaborazioni SICamera-Infocamere

I territori più rosa

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.

TOP TEN

Graduatoria 2019 secondo la quota di imprese femminili sul totale regionale delle imprese (fra parentesi valori assoluti)



Top 5 a livello provinciale

- Benevento (30,1%)
- Avellino (29,7%)
- Chieti (28,8%)
- Enna (27,9%)
- Frosinone (27,9%)

Fonte: IV Rapporto IF, elaborazioni SICamera-Infocamere

L'impatto del Covid-19 sulla natalità imprenditoriale

Nelle regioni del Centro-Nord ci sono le più forti riduzioni del numero di iscrizioni delle imprese femminili... esiste non solo un effetto incertezza che riguarda l'intero paese ma anche uno specifico effetto territoriale Covid.

Variazione % delle iscrizioni nel II trimestre 2020 rispetto al II trimestre 2019



Fonte: IV Rapporto IF, elaborazioni SiCamera-Infocamera

Transizione "verde": il vantaggio rosa guidato più dall'etica che dalla competitività

Più green...: le imprese femminili sono più propense ad investire nel green consapevoli della sua importanza alla luce dei rischi legati al cambiamento climatico (31% vs 26%)

scarsa consapevolezza sui vantaggi competitivi della green economy: solo il 4% delle imprese femminili investe nel green vedendone un vantaggio competitivo

Quote % di imprese che hanno realizzato investimenti green perchè ritengono che il cambiamento climatico è un rischio per l'azienda e la società



Fonte: IV Rapporto IF, Indagine Unioncamere-SiCamera

Welfare aziendale: l'esempio delle imprese rosa

Più smart working: le imprese femminili offrono maggiormente possibilità di smart working ai propri dipendenti (50% vs 43%)

Più welfare aziendale...: le imprese femminili hanno adottato maggiormente iniziative volte a sostenere la salute e il benessere dei propri dipendenti (72% vs 67%)

... anche nei prossimi tre anni: le imprese femminili sono più propense a sviluppare attività di welfare aziendale (69% vs 60%)

Quote % di imprese che nei prossimi tre anni svilupperanno attività di welfare aziendale



Fonte: IV Rapporto IF, Indagine Unioncamere-SiCamera

Credito: scoraggiamento e credit crunch

L'autofinanziamento prevale: il 46% delle imprese femminili dichiara il capitale proprio/familiare come la fonte di finanziamento

Scarso ricorso al credito bancario...: solo il 20% delle imprese femminili dichiara di ricorrere molto al credito bancario

... vuoi anche per scoraggiamento...: le imprese femminili dichiarano maggiormente di non fare ricorso al credito bancario aspettandosi un rifiuto (8% vs 4%)

... oltre al credit crunch: tra le imprese che hanno richiesto credito, nel caso delle imprese femminili è maggiore la percentuale in cui il credito erogato non è stato adeguato oppure la richiesta non è stata accolta (8% vs 4%).

Quote % di imprese che dichiara di non fare ricorso al credito bancario aspettandosi un rifiuto



Fonte: IV Rapporto IF, Indagine Unioncamere-SiCamera

Credito: cosa chiedono le banche alle imprese in rosa

Solidità finanziaria, garanzie reali e crescita economica: i primi tre requisiti più richiesti dalle banche per la concessione del credito alle imprese femminili, graduatoria simile per le imprese maschili.

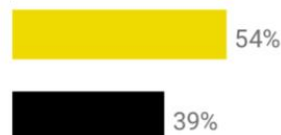
Più richiesta della **crescita economica**: le imprese femminili dichiarano maggiormente che le banche chiedono la crescita economica come requisito per la concessione del credito (63% vs 55%).

Più richiesta di **garanzie di terzi**: le imprese femminili dichiarano maggiormente la richiesta di garanzie di terzi per la concessione del credito (54% vs 39%).

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



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



imprese giovanili femminili imprese giovanili maschili * Quota sul totale delle imprese che ha fatto richiesta di credito

Fonte: IV Rapporto IF, Indagine Unioncamere-SiCamera

Imprese femminili: un potenziale ancora inespresso su cui puntare per il rilancio

Imprese giovanili femminili vs Imprese giovanili maschili

più spinta a fare impresa per valorizzare le competenze ed esperienze professionali: 24% vs 21% (% imprese guidate dalla voglia di valorizzare le competenze ed esperienze professionali)

più imprese con laureati: 41% vs 38% (% imprese con occupati laureati)

più relazionalità: 3,81 vs 3,58 (numero medio di stakeholder con i quali un'impresa intrattiene rapporti)

meno innovazione: 56% vs 59% (% imprese che hanno fatto innovazione)

meno investimenti in tecnologie digitali Impresa 4.0: 19% vs 25% (% imprese che hanno adottato o stanno pianificando di adottare tecnologie 4.0 sul totale delle imprese che conoscono Impresa 4.0)

meno internazionalizzate: 9% vs 13% (% imprese che operano all'interno delle Catene globali del valore)

Fonte: IV Rapporto IF, Indagine Unioncamere-SiCamera