

Empowerment/2

Cosa serve per far ripartire le imprese femminili

I fondi stanno arrivando, ma siamo sicuri che basteranno per dare forza alla crescita delle aziende rosa? Imprenditrici, politiche ed economiste propongono di puntare anche su mentoring, formazione e un modo diverso di leggere l'impatto delle donne sulla gestione delle società. Per farne davvero il volano della ripresa del Paese

di Valeria Manieri



Barbara Kenny di InGenere, rivista che si occupa di economia e società dal punto di vista delle donne.

Sono tante, sono piccole, sognano in grande e possono essere un incredibile impulso a una ripartenza fatta di innovazione e voglia di mettersi in gioco. Sono le "imprese femminili" in Italia. Ma cosa si intende con questa espressione?

La definizione viene dalla Legge 215/92: si considerano imprese femminili quelle società cooperative e società di persone costituite in misura non inferiore al 60 per cento da donne, e le società di capitali le cui quote di partecipazione spettano in misura non inferiore ai due terzi a donne. Si considerano tali anche le società i cui organi di amministrazione siano costituiti per almeno due terzi da donne e, infine, le imprese individuali gestite da donne.

Seguendo questo criterio, oggi di imprese femminili in Italia se ne contano 1,3 milioni, pari al 22 per cento del totale, una filiera che dà lavoro a quasi 3 milioni di persone. Una crescita costante fino al Covid. Dopo anni in cui trimestre dopo trimestre le aziende rosa segnavano crescite superiori a quelle maschili, è arrivata la batosta.



Come racconta Patrizia Di Dio, presidente nazionale di Terziario Donna, associata a Confcommercio:

«Nel 2020 la velocità alla quale viaggiavamo speditamente si è praticamente annullata. Questo perché, secondo quanto emerge dall'ultimo Rapporto nazionale Impresa in genere di Unioncamere, le donne stanno pagando il conto più salato della crisi innescata dal Covid-19».

Patrizia Di Dio racconta anche le altre evidenze emerse sul tema: «Secondo l'ultimo studio sui dati statistici relativi



José Rallo,
amministratrice
delegata
di Donnafugata e
consigliera Ice.

alle donne imprenditrici in Europa, nonostante le donne costituiscano oltre il 50 per cento della popolazione totale nell'UE, le imprenditrici rappresentano solo un terzo degli imprenditori europei (11,6 milioni). Ciò a riconferma che la creatività e il potenziale dell'impresa femminile restano risorse disponibili ma troppo poco esplorate e utilizzate».

La tenuta dalle under 35

Anche Barbara Kenny della rivista online InGenera ragiona con noi sui dati più recenti di Unioncamere e sulle tipologie di imprese più colpite. «È diminuito il numero di quelle femminili, soprattutto perché è crollata la natalità delle imprese. Molti sogni sono rimasti nel cassetto aspettando tempi migliori. Un dato interessante rilevato da Unioncamere è che nel 2020 lo stallone è stato maggiore nei territori più colpiti da Covid. Quindi ha riguardato più il nord del sud e, altro dato interessante, più le donne over 35 delle giovani». Nel primo trimestre del 2021, sempre secondo studi recenti, le iscrizioni delle imprese femminili giovanili sono tornate in positivo. Come si spiega?

«Sono proprio le under 35 a puntare di più su innovazione e imprese ad alto contenuto tecnologico, anche perché hanno più competenze Stem e questo si riflette nei progetti di impresa. Un altro dato ci racconta di come le imprese guidate da donne siano più sensibili all'impatto ecologico e alla responsabilità ambientale, più propense anche alla sostenibilità sociale. E questo dovrebbe essere un altro buon motivo per investire sulle donne che fanno impresa» conclude Kenny.

Essere donne non basta

Una stagione di rilancio è possibile, sostiene José Rallo, amministratrice delegata dell'azienda vinicola Donnafugata e consigliera dell'Ice (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane): «I confini dell'impresa femminile sono spesso più conosciuti solo a quante, iniziando la propria attività, godono di determinate agevolazioni. Siamo nell'ambito - in qualche modo - del concetto di "quota rosa" nell'imprenditoria: agevoliamo perché più donne intraprendano una attività in proprio, superando pregiudizi, ostacoli, una economia con vertici maschili. Questa è una scuola di pensiero ed è una strada da percorrere. Ma le donne non devono dimenticare che serve la meritocrazia. Alla fine bisogna essere brave imprenditrici, brave lavoratrici, brave professioniste, perché si vale. Non perché categoria protetta. Talvolta i fondi e le agevolazioni dati senza che ci siano progetti validi, o persone preparate, senza saper stare nel mercato, senza sapere affrontare la concorrenza, finiscono per essere soldi sprecati: tanti o pochi che siano, non ce lo possiamo permettere». Che fare allora? «Bisogna vincolarli a risultati e offrire formazione professionale adeguata ex ante e in itinere, per chi fa impresa ed è alle prime armi o per chi sta convertendo la propria attività professionale. Vincoli non strettissimi per accedere ai fondi, sul lungo periodo: se parliamo di start up, non possiamo pensare di vedere risultati



Vincenza Frasca,
vicepresidente di
Confimi industria
e presidente di
Gruppo Donne
Confimi.

apprezzabili in pochi mesi, ci vuole più tempo. La formula è: incentivi, formazione, risultati». Insomma, incentivi affiancati o anche vincolati a formazione, in tutti i settori produttivi. Non una cattiva idea neppure per Katia Gruppioni, imprenditrice e presidente di Aidda (Associazione imprenditrici e donne dirigenti d'azienda) Emilia Romagna. «Gli incentivi sono necessari e utili ad ampliare la platea potenziale delle imprenditrici. Ci sono poi settori in cui le donne sono state più colpite come nel settore turistico,



Patrizia Di
Dio, presidente
nazionale
di Terziario
Donna.

come è successo in Emilia Romagna, di cui mi occupo. Serve ripartire da zero, dopo la pandemia, ma con un altro "piede". Serve per le donne più mentorship, più formazione imprenditoriale, maggiore qualità, anche se ad esempio sul turismo il modello romagnolo è da esportare. Anzi, potremmo insegnare utilmente

SEGUE

SEGUITO ad altre proprio questo». Abbiamo degli strumenti importanti che l'Europa mette a disposizione e che l'Italia ha cercato di mettere nero su bianco nel Pnrr. Sull'imprenditoria femminile però, a detta di molti, si poteva decisamente fare di più. Ne è convinta l'economista Veronica De Romanis, che precisa: «Come

ha detto Mario Draghi all'Accademia dei Lincei diverse settimane fa, la ripresa da sola non basta: siamo il paese europeo che ha più aumentato il debito pubblico negli ultimi anni. Il Pnrr deve servire ad aumentare il nostro Pil potenziale, a produrre ricchezza. Le riforme sono fondamentali, ma ci sono due nodi strutturali: formazione, per non sprecare capitale umano e occupazione

femminile. Il Pnrr è carente da questo punto di vista. Su 191 miliardi a disposizione solo 3,1 miliardi sono direttamente investiti per l'occupazione femminile. Per il resto sono investimenti indiretti su altri capitoli di spesa trasversali. Il Paese ha poi un problema di nanismo di impresa, che influisce negativamente su tanti indicatori e sulla crescita italiana. Abbiamo la percentuale più elevata di imprese gestite da donne, eppure il Pnrr destina alle imprese femminili solo 400 milioni di euro, una cifra molto esigua. Non si risolve però tutto con i soldi: queste nuove imprenditrici dovranno essere seguite, monitorate, altrimenti sono altre nano imprese destinate a fallire. E su questo, al momento c'è davvero poco».

Le imprenditrici invisibili

Fondi Pnrr a disposizione, capacità di partecipare a quanti più bandi e appalti pubblici possibili, una priorità per tutte le imprese e per

quelle femminili in particolare. La definizione italiana di "impresa femminile"

tuttavia sembra oggi essere messa in discussione da alcune associazioni femminili e su approfondimento di alcune parlamentari ed europarlamentari, che tentano di capire come affrontare il tema del nanismo di impresa, di carenza di opportunità e possibilità di cambiare passo.

Ce ne parla Vincenza Frasca, vicepresidente di Confimi Industria e presidente del Gruppo Donne Confimi, la rete di piccole e medie imprese italiane.

«L'attuale definizione di impresa femminile ragiona con una logica "proprietaria" e non "imprenditoriale": conta infatti la misura della partecipazione al capitale sul presupposto che essa corrisponda al potere nell'esercizio dell'impresa. Tuttavia, non è così nel diritto comune delle società. Inoltre, in Italia si riconosce che in una Srl un socio può riservarsi il diritto di essere amministratore unico a vita pur con una quota minima del capitale. Portare alla luce questo aspetto è molto importante, soprattutto per le risorse stanziate sia dalla legge di bilancio sia dalle azioni contenute nella Missione 5 del Pnrr (inclusione e coesione sociale, ndr), che in vista delle future risorse stanziate a favore dell'imprenditoria femminile». Secondo Frasca «La definizione di legge penalizza quelle imprenditrici che, senza possedere la quota maggioritaria dell'azienda, si interessano attivamente al processo decisionale, all'assunzione del rischio e alla

gestione corrente. Ci sono moltissime imprenditrici all'interno delle Pmi italiane, soprattutto a gestione familiare, situazioni in cui sorelle e fratelli si trovano a gestire l'azienda di famiglia, ma dove non è scontato che la sorella abbia la

maggioranza delle quote perché, per esempio, ha due fratelli. E quella donna non potrà fruire dei fondi stanziati dal Pnrr sulla formazione».

Pensare in ottica europea

D'accordo con questa tesi è la europarlamentare Pina Picerno, del Partito Democratico. «È importante capire se la definizione attuale di impresa femminile sia al passo con i tempi e se non penalizzi le donne. Non esiste, inoltre, un concetto unico di impresa femminile per tutti gli stati membri della Ue. In effetti, come dicono le amiche di Confimi Industria, se l'Ue metterà a favore dell'imprenditoria femminile aiuti è giusto partire in ogni Paese ad armi pari e se ci sono delle differenze è giusto capire quali siano. Si tratta di equa concorrenza. Ecco perché a livello europeo potrebbe essere utile fissare i caratteri normativi comuni. Lo stesso vale per una definizione unitaria di imprenditrice».

Pare arrivata l'ora di rimettere mano a definizioni, formazione e concorrenza, per approfittare di un momento storico difficile ma con grandi opportunità per reinventarsi e reinventare il concetto di impresa femminile.



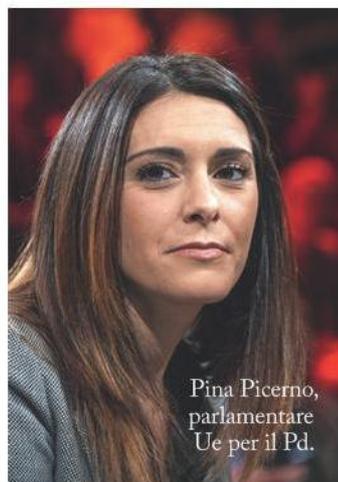
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Veronica De Romanis, economista e docente universitaria.



Katia Gruppioni, imprenditrice e presidente Aidda Emilia Romagna.



Pina Picerno, parlamentare Ue per il Pd.