



V Rapporto  
Nazionale  
Imprenditoria  
Femminile



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE



SI.CAMERA



Il presente Rapporto di ricerca è stato realizzato da un gruppo di lavoro di Si.Camera e Centro Studi Guglielmo Tagliacarne, su incarico di Unioncamere e sotto la supervisione di Tiziana Pompei. Hanno collaborato:

per Si.Camera

*Marilina Labia (coordinatrice)*

*Monica Onori*

per il Centro Studi G. Tagliacarne

*Alessandro Rinaldi (coordinatore)*

*Debora Giannini*

*Silvia Petrone*

*Marco Pini*

*Annapia Ragone*

*Marianna Sposato*

Si ringrazia Infocamere per la collaborazione sui dati del Registro delle imprese, utilizzati anche per l'indagine.

La riproduzione e/o diffusione parziale o totale dei dati e delle informazioni presenti in questo Report è consentita esclusivamente con la citazione completa della fonte: Unioncamere – Centro Studi Guglielmo Tagliacarne – Si.Camera, *V Rapporto nazionale imprenditoria femminile, 2022*

Tutto il materiale è consultabile e disponibile per il download sui seguenti siti:

[www.unioncamere.gov.it](http://www.unioncamere.gov.it)

[www.tagliacarne.it](http://www.tagliacarne.it)

[www.sicamera.camcom.it](http://www.sicamera.camcom.it)

[www.imprenditoriafemminile.camcom.it](http://www.imprenditoriafemminile.camcom.it)

# LE IMPRESE FEMMINILI IN ITALIA: CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE

# Le imprese femminili

Come noto l'impresa, dedita 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 rosa<sup>1</sup>, 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»<sup>2</sup>. 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 economico<sup>3</sup>.

Rispetto a ciò, il sistema camerale italiano, grazie al patrimonio informativo fondato sui dati del Registro delle imprese<sup>4</sup>, e valorizzati dall'Osservatorio dell'imprenditoria femminile di Unioncamere-Infocamere, rappresenta una best practice pienamente riconosciuta a livello internazionale<sup>5</sup>.

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. |

# Imprese femminili: la definizione

Unioncamere nel 2009 – partendo dalla legge 215/92 e in considerazione delle modifiche legislative intervenute sul libro soci delle società di capitali – ha aggiornato un algoritmo per la definizione di impresa femminile all'interno del Registro delle imprese delle Camere di commercio.

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, 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.

**impresa femminile**  
/im·pré·sa fem·mi·nì·le/

tipologia di impresa



# I numeri del 2021

In Italia, le imprese guidate da donne nel 2021 sono un milione e 342mila. Si tratta di imprese concentrate perlopiù nel settore dei servizi e meno nel settore primario (15,4%) e nell'industria (11,3%). 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 26,6 su 100 di quelle maschili. Pur tuttavia, merita evidenziare come nell'industria, nel 2021 (rispetto al 2020) si osservi un aumento delle imprese femminili di oltre 600 unità a fronte di una forte diminuzione di quelle non femminili (-3.849).

Data anche una minore presenza nel settore industriale, che tuttavia sta crescendo come appena visto, l'imprenditoria femminile si dimostra un po' meno "artigiana" di quella maschile; le imprese artigiane femminili sono poco più di 219 mila e rappresentano il 16,3% delle imprese femminili totali. Anche in questo caso però, la dinamica è positiva al contrario di quella maschile; le imprese artigiane femminili, infatti, crescono del +0,3% (+737 unità), quelle non femminili diminuiscono del -0,4% (-4.358 unità). Pertanto, in un contesto di riduzione del tessuto imprenditoriale artigiano (con circa 3mila e seicento imprese artigiane in meno nel 2021 rispetto al 2020), la presenza femminile rappresenta un importante sostegno ad uno spaccato storico della nostra economia.

Relativamente alla dimensione, il 96,7% delle imprese «rosa» ha una dimensione micro vs il 3,1% delle imprese che ha una dimensione piccola e lo 0,3% medio-grande.

Le ditte individuali rappresentano il 61,7% delle imprese femminili italiane; la percentuale è, di contro, più bassa per quanto riguarda le società di capitali (24,3%), le società di persone (11,1%) e le altre forme giuridiche (2,9%). Le imprese giovanili costituiscono l'11,3% delle imprese femminili totali; percentuale simile a quella delle imprese straniere (11,6%) e più bassa rispetto a quello delle già citate imprese artigiane (16,3%); sono costituite sotto forma di cooperativa il 2,2% delle imprese femminili nazionali.

## L'imprenditoria FEMMINILE e non in Italia: una visione di insieme, anno 2021 (valori assoluti e percentuali)

	IMPRESE FEMMINILI		Imprese NON femminili		TOTALE	
	VALORI ASSOLUTI	%	VALORI ASSOLUTI	%	VALORI ASSOLUTI	%
Agricoltura, silvicoltura e pesca	206.938	15,4	526.265	11,1	733.203	12,1
Industria	152.210	11,3	1.255.088	26,6	1.407.298	23,2
Servizi	896.783	66,8	2.629.967	55,7	3.526.750	58,1
Micro (0-9 add.)	1.298.153	96,7	4.469.282	94,6	5.767.435	95,1
Piccola (10-49 add.)	41.068	3,1	221.920	4,7	262.988	4,3
Medio-grande (50 add. e oltre)	3.482	0,3	33.561	0,7	37.043	0,6
Ditta individuale	828.494	61,7	2.288.081	48,4	3.116.575	51,4
Società di persone	149.001	11,1	776.926	16,4	925.927	15,3
Società di capitali	326.805	24,3	1.489.416	31,5	1.816.221	29,9
Altre forme	38.403	2,9	170.340	3,6	208.743	3,4
Centro-Nord	848.463	63,2	3.132.566	66,3	3.981.029	65,6
Mezzogiorno	494.240	36,8	1.592.197	33,7	2.086.437	34,4
Giovanili	151952	11,3	385963	8,2	537915	8,9
Straniere	156.002	11,6	486.636	10,3	642.638	10,6
Artigiane	219.198	16,3	1.067.951	22,6	1.287.149	21,2
Cooperative	29.455	2,2	108277	2,3	137.732	2,3
<b>TOTALE</b>	<b>1.342.703</b>	<b>100,0</b>	<b>4.724.763</b>	<b>100,0</b>	<b>6.067.466</b>	<b>100,0</b>

# La dinamica delle imprese

In Italia, le imprese guidate da donne nel 2021 sono un milione e 342mila. Queste imprese, che sono il 22% del totale, nell'ultimo anno hanno mostrato una controtendenza rispetto a quelle non femminili: +0,5% vs -0,4%. In valori assoluti l'aumento delle imprese femminili è stato di 6.476 contro una diminuzione di oltre 17mila per le imprese non femminili.

Nel 2021 sembra riprendere 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 del +2,9% rispetto al 2020, arrivando a rappresentare oltre il 24,3% delle imprese femminili, mentre il numero delle imprese individuali, che restano, comunque, la forma giuridica più diffusa nell'universo imprenditoriale femminile, rimane sostanzialmente stabile, rispetto ad una riduzione delle società di persone dell'1,9%.

## Dinamica 2020 – 2021 delle imprese FEMMINILI e non (valori assoluti e percentuali)

	IMPRESE FEMMINILI		Imprese NON femminili		TOTALE	
	VALORI ASSOLUTI	%	VALORI ASSOLUTI	%	VALORI ASSOLUTI	%
Agricoltura, silvicoltura e pesca	-1.053	-0,5	-1.210	-0,2 -	2.263	-0,3
Industria	605	0,4	-3.849	-0,3 -	3.244	-0,2
Servizi	6.379	0,7	-9.851	-0,4 -	3.472	-0,1
Micro (0-9 add.)	5.634	0,4	-20.062	-0,4 -	14.428	-0,2
Piccola (10-49 add.)	815	2,0	2.385	1,1	3.200	1,2
Medio-grande (50 add. e oltre)	27	0,8	636	1,9	663	1,8
Ditta individuale	-41	0,0	-14.995	-0,7 -	15.036	-0,5
Società di persone	-2.816	-1,9	-16.493	-2,1 -	19.309	-2,0
Società di capitali	9.144	2,9	15.224	1,0	24.368	1,4
Altre forme	189	0,5	-777	-0,5 -	588	-0,3
Centro-Nord	110	0,0	-37.992	-1,2 -	37.882	-0,9
Mezzogiorno	6.366	1,3	20.951	1,3	27.317	1,3
Giovanili	-1980	-1,3	-1264	-0,3 -	3.244	-0,6
Straniere	4.034	2,7	7.447	1,6	11.481	1,8
Artigiane	737	0,3	-4.358	-0,4 -	3.621	-0,3
Cooperative	-156	-0,5	-1288	-1,2 -	1.444	-1,0
<b>TOTALE</b>	<b>6.476</b>	<b>0,5</b>	<b>-17.041</b>	<b>-0,4</b>	<b>-10.565</b>	<b>-0,2</b>

# I territori

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 23,7% del totale dell'area (oltre 494 mila imprese rosa in termini assoluti), laddove nel Nord la corrispondente quota supera di poco il 20% (551 mila); anche nel Centro, in realtà, le imprenditrici rivestono un ruolo piuttosto significativo, rappresentando il 23,1% del totale imprenditoriale della ripartizione (oltre 296 mila imprese guidate da donne).

La maggiore concentrazione di imprese femminili nel Mezzogiorno da un lato potrebbe risentire anche del fattore dell'autoimpiego, dall'altro resta il fatto 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.

## Imprese FEMMINILI e non per regione e macro-ripartizione geografica, anno 2021 (valori assoluti e percentuali)

	IMPRESE FEMMINILI		Imprese NON femminili		TOTALE
	VALORI ASSOLUTI	%	VALORI ASSOLUTI	%	
Piemonte	96.433	22,5	332.043	77,5	428.476
Valle d'Aosta	2.896	23,6	9.360	76,4	12.256
Lombardia	181.722	19,1	770.770	80,9	952.492
Trentino-Alto Adige	20.375	18,3	91.003	81,7	111.378
Veneto	97.293	20,3	382.144	79,7	479.437
Friuli-Venezia Giulia	22.526	22,4	77.917	77,6	100.443
Liguria	35.941	22,1	126.688	77,9	162.629
Emilia-Romagna	94.415	20,9	356.827	79,1	451.242
Toscana	94.950	23,2	313.583	76,8	408.533
Umbria	23.533	24,9	71.141	75,1	94.674
Marche	38.291	23,1	127.152	76,9	165.443
Lazio	140.088	22,8	473.938	77,2	614.026
Abruzzo	38.473	25,7	111.157	74,3	149.630
Molise	9.588	27,4	25.403	72,6	34.991
Campania	140.208	22,9	472.642	77,1	612.850
Puglia	89.079	23,0	297.722	77,0	386.801
Basilicata	16.005	26,4	44.651	73,6	60.656
Calabria	44.791	23,5	146.008	76,5	190.799
Sicilia	116.722	24,4	362.245	75,6	478.967
Sardegna	39.374	22,9	132.369	77,1	171.743
Nord-Ovest	316.992	20,4	1.238.861	79,6	1.555.853
Nord-Est	234.609	20,5	907.891	79,5	1.142.500
Centro	296.862	23,1	985.814	76,9	1.282.676
Centro-Nord	848.463	21,3	3.132.566	78,7	3.981.029
Sud e Isole	494.240	23,7	1.592.197	76,3	2.086.437
<b>ITALIA</b>	<b>1.342.703</b>	<b>22,1</b>	<b>4.724.763</b>	<b>77,9</b>	<b>6.067.466</b>

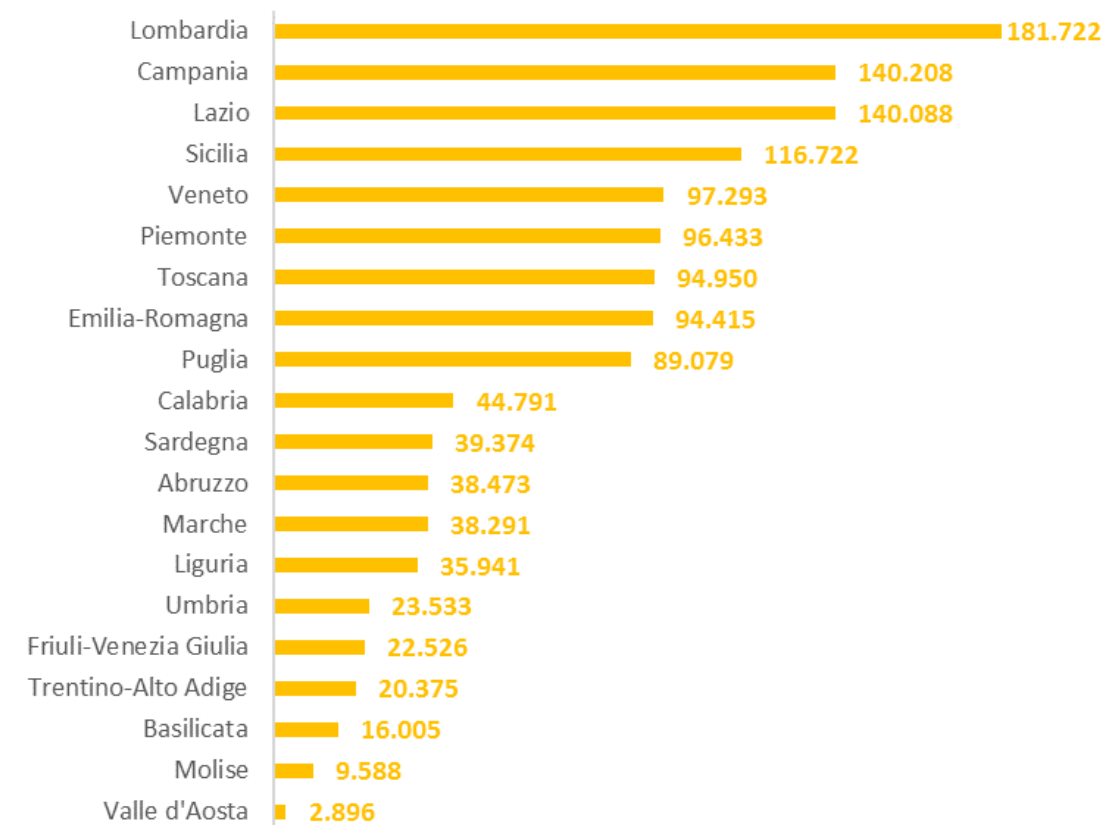


# I territori

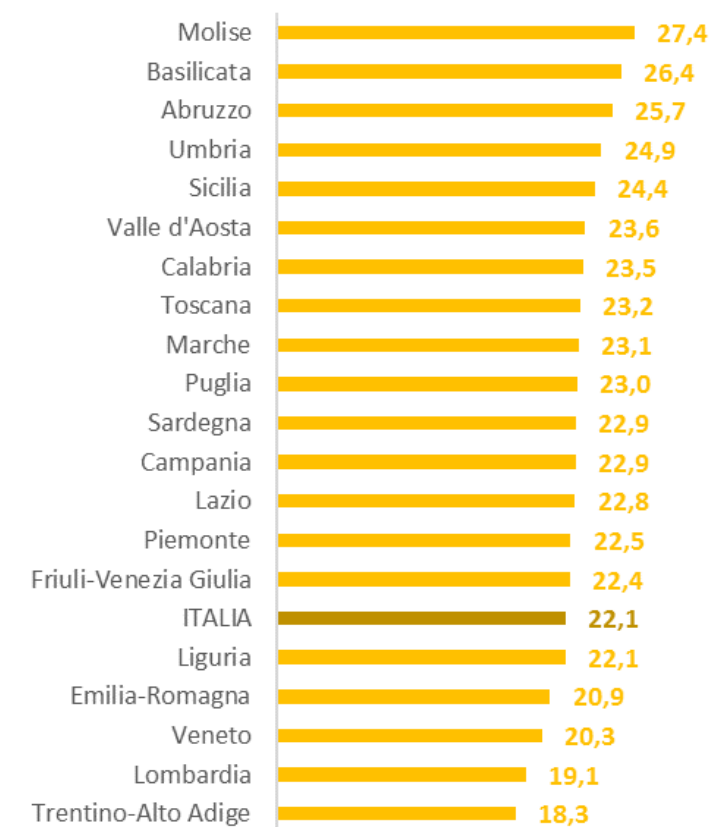
Nel 2021 la Regione con la maggiore numerosità di imprese femminili è la Lombardia, con circa 182mila imprese in rosa che rappresentano oltre il 36% del totale nazionale. Oltre alla Lombardia, il numero di attività al femminile è elevato in Campania (140.208), Lazio (140.088), Sicilia (116.722) e Veneto (97.293).

Se dai valori assoluti si passa al tasso di femminilizzazione (rapporto tra imprese femminili e totale imprese del territorio) la speciale graduatoria mostra invece il Molise come la regione che in proporzione ha più imprese al femminile, 27,4% del totale regionale, per un ammontare di quasi 10 mila imprese rosa. Basilicata e Abruzzo occupano il secondo ed il terzo posto con quote di imprese femminili sui corrispondenti totali imprenditoriali regionali rispettivamente del 26,4% (poco più di 16 mila imprese rosa) e del 25,7% (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 (24,4%; oltre 116 mila imprese femminili). A seguire la Valle d'Aosta con un tasso pari al 23,6% (meno di 3.000 imprese femminili), la Calabria (23,5%; oltre 44 mila imprese femminili). 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.

## Graduatoria regionale per numero di imprese FEMMINILI, anno 2021 (valori assoluti)



## Graduatoria regionale per quota di imprese FEMMINILI sul totale imprese della regione, anno 2021 (valori percentuali)



# I territori

Osservando la dinamica del numero di imprese femminili, sono 15 su 20 le regioni in cui nel 2021 si registra un aumento. In termini assoluti, le crescite più consistenti si concentrano, in realtà, in 3 regioni: Campania, Lombardia e Sicilia. Medaglia d'oro alla Campania per crescita assoluta dell'impresa al femminile: oltre 2.200 in più; con questa performance, la regione fa meglio della Lombardia (+2.092), e della Sicilia (+1.826). Il Lazio invece fa registrare la diminuzione maggiore, con 5.090 imprese in meno.

In termini relativi, invece, le regioni con la più elevata variazione percentuale sono il Trentino-Alto Adige (+1,9%), la Campania e la Sicilia (entrambe +1,6%), mentre – in negativo – si conferma il primato del Lazio (-3,5%), seguito dal Molise (-0,6%).

Se poi scendiamo a livello provinciale, in termini assoluti, le imprese femminili sono maggiormente localizzate nelle grandi aree metropolitane: Roma svetta in cima alla classifica provinciale con più di 97 mila imprese rosa, seguita da Milano (65mila e cento imprese) e Napoli (quasi 65 mila imprese).

## Dinamica 2020-2021 delle imprese FEMMINILI e non per regione e macro-ripartizione geografica (valori assoluti e percentuali)

	IMPRESE FEMMINILI		Imprese NON femminili		TOTALE	
	VALORI ASSOLUTI	%	VALORI ASSOLUTI	%	VALORI ASSOLUTI	%
Piemonte	554	0,6	1.608	0,5	2.162	0,5
Valle d'Aosta	-6	-0,2	50	0,5	44	0,4
Lombardia	2.092	1,2	1.001	0,1	3.093	0,3
Trentino-Alto Adige	387	1,9	667	0,7	1.054	1,0
Veneto	660	0,7	-915	-0,2 -	255	-0,1
Friuli-Venezia Giulia	-44	-0,2	-733	-0,9 -	777	-0,8
Liguria	288	0,8	992	0,8	1.280	0,8
Emilia-Romagna	915	1,0	966	0,3	1.881	0,4
Toscana	284	0,3	-1.960	-0,6 -	1.676	-0,4
Umbria	131	0,6	341	0,5	472	0,5
Marche	-61	-0,2	-1.157	-0,9 -	1.218	-0,7
Lazio	-5.090	-3,5	-38.852	-7,6 -	43.942	-6,7
Abruzzo	220	0,6	1.037	0,9	1.257	0,8
Molise	-54	-0,6	-122	-0,5 -	176	-0,5
Campania	2.210	1,6	8.006	1,7	10.216	1,7
Puglia	1.148	1,3	3.118	1,1	4.266	1,1
Basilicata	28	0,2	46	0,1	74	0,1
Calabria	547	1,2	2.211	1,5	2.758	1,5
Sicilia	1.826	1,6	5.852	1,6	7.678	1,6
Sardegna	441	1,1	803	0,6	1.244	0,7
Nord-Ovest	2.928	0,9	3.651	0,3	6.579	0,4
Nord-Est	1.918	0,8	-15	0,0	1.903	0,2
Centro	-4.736	-1,6	-41.628	-4,1 -	46.364	-3,5
Centro-Nord	110	0,0	-37.992	-1,2 -	37.882	-0,9
Sud e Isole	6.366	1,3	20.951	1,3	27.317	1,3
<b>ITALIA</b>	<b>6.476</b>	<b>0,5</b>	<b>-17.041</b>	<b>-0,4 -</b>	<b>10.565</b>	<b>-0,2</b>



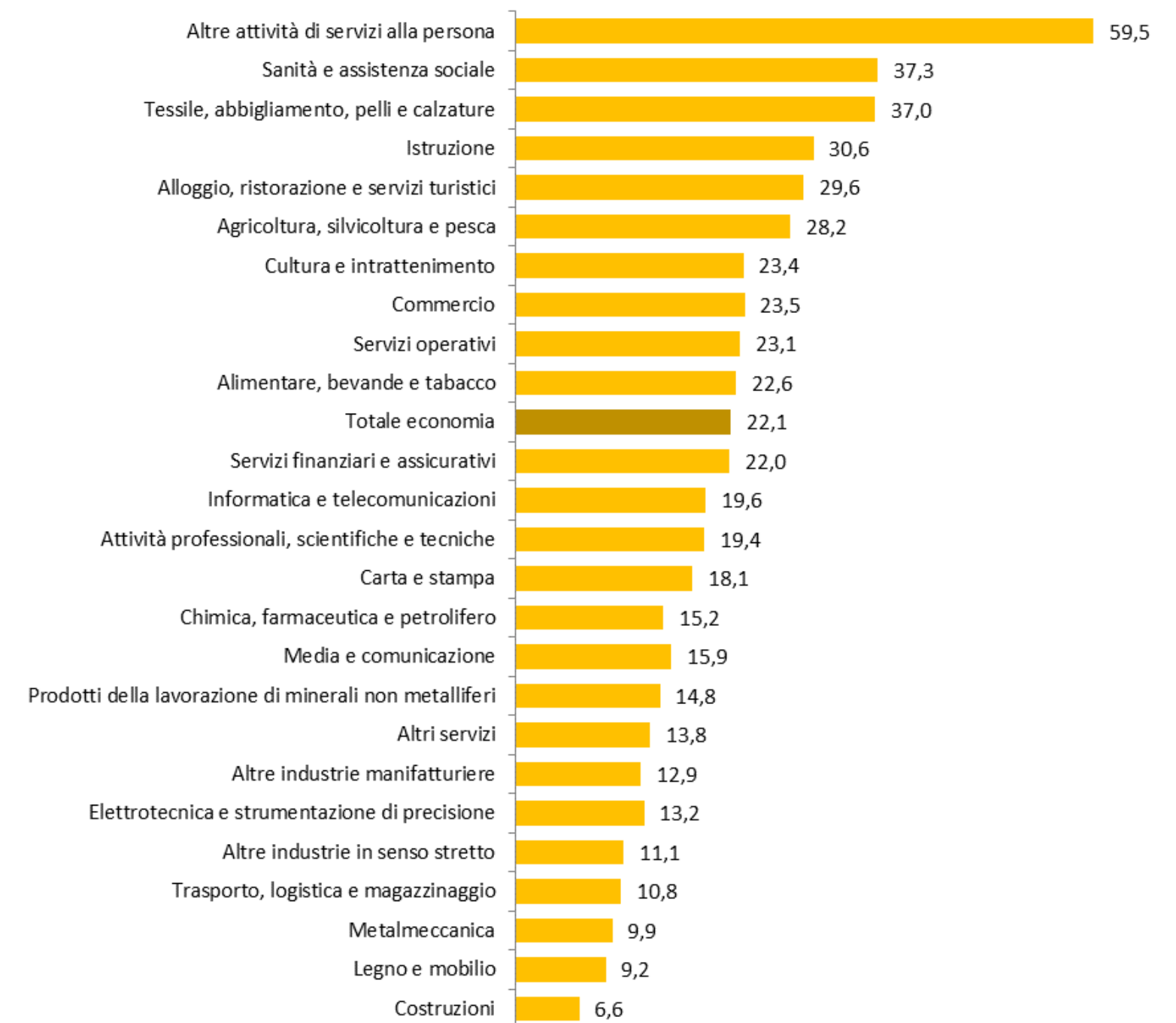
# I settori di attività economica

L'approfondimento nel 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.

Nel 2021 sono quasi un milione e 343mila le imprese femminili in Italia; la maggiore parte delle imprese femminili opera nel settore dei servizi (66,8%), seguito a netta distanza da quello dell'agricoltura (15,4%) e da quello dell'industria (11,3%), al netto delle imprese non classificate.

Osservando la distribuzione del tasso di femminilizzazione - corrispondente alla quota delle imprese femminili sul totale imprese di settore - sono diversi gli aspetti degni di nota. Nel 2021, il settore più "rosa" è quello degli "altri servizi alla persona", dove quasi 60 imprese su 100 sono guidate da donne (circa 123mila 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 37,3% (poco più 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 offerti.

Graduatoria settoriale per quota di imprese FEMMINILI sul totale imprese del settore, anno 2021 (valori percentuali)



# La dimensione e la forma giuridica

Analizzare 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. 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. Attraverso questa analisi 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 osservare che in tutte le regioni 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, ma sempre minoritarie, nelle classi della piccola (10-49 addetti) e medio-grande impresa (50 addetti e oltre).

Se è vero che la classe micro-imprese (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.

In tutte le regioni le imprese femminili sono in misura maggiore, a confronto con quelle maschili, costituite come ditta individuale, fenomeno che nel corso del periodo in esame sembra però diminuire. Infatti, la quota di imprese femminili che hanno non più di un addetto nel Meridione è superiore di oltre 7 punti percentuali rispetto a quella del Centro-Nord: 66,2% contro 59,1%.

## Imprese FEMMINILI e non per settore di attività economica secondo alcune caratteristiche di dimensionale aziendale e forma giuridica, anno 2021 (valori assoluti e percentuali)

	Valori assoluti		Incidenza percentuale sui corrispondenti totali delle imprese					
	Imprese FEMMINILI	Imprese NON femminili	di cui imprese 0-9 addetti		di cui ditta individuale		di cui società di capitali	
			FEMMINILI	NON femminili	FEMMINILI	NON femminili	FEMMINILI	NON femminili
Piemonte	96.433	332.043	97,2	95,1	66,5	53,3	14,6	21,6
Valle d'Aosta	2.896	9.360	97,0	95,2	66,6	50,5	11,1	20,8
Lombardia	181.722	770.770	95,8	93,0	53,9	40,1	30,3	39,5
Trentino-Alto Adige	20.375	91.003	96,4	92,9	71,6	54,8	13,5	23,3
Veneto	97.293	382.144	95,7	93,0	62,6	48,0	22,3	28,9
Friuli-Venezia Giulia	22.526	77.917	96,6	93,1	68,4	49,4	17,5	27,6
Liguria	35.941	126.688	97,4	95,7	63,8	50,1	16,4	23,9
Emilia-Romagna	94.415	356.827	96,2	93,4	61,0	47,7	22,0	29,4
Toscana	94.950	313.583	96,2	94,1	61,5	47,1	22,4	30,3
Umbria	23.533	71.141	96,9	94,8	61,9	47,2	20,9	28,4
Marche	38.291	127.152	95,8	93,7	64,3	50,7	21,0	27,9
Lazio	140.088	473.938	96,8	95,2	48,9	39,2	40,5	45,3
Abruzzo	38.473	111.157	97,2	95,5	67,5	52,3	21,7	29,9
Molise	9.588	25.403	97,7	96,2	74,0	58,2	18,1	26,9
Campania	140.208	472.642	97,2	95,8	61,4	47,7	27,2	34,2
Puglia	89.079	297.722	96,9	95,3	69,0	57,6	21,9	28,0
Basilicata	16.005	44.651	97,7	95,7	74,9	59,0	15,8	24,8
Calabria	44.791	146.008	97,9	96,8	71,5	60,9	18,8	23,7
Sicilia	116.722	362.245	97,5	96,4	66,1	55,9	21,0	25,9
Sardegna	39.374	132.369	97,0	96,4	64,4	54,9	21,0	25,0
Nord-Ovest	316.992	1.238.861	96,4	93,9	59,0	44,8	23,8	33,0
Nord-Est	234.609	907.891	96,1	93,1	63,3	48,7	20,9	28,4
Centro	296.862	985.814	96,5	94,6	55,9	43,7	30,6	37,1
Centro-Nord	848.463	3.132.566	96,3	93,9	59,1	45,6	25,4	32,9
Sud e Isole	494.240	1.592.197	97,3	96,0	66,2	54,0	22,6	28,7
<b>ITALIA</b>	<b>1.342.703</b>	<b>4.724.763</b>	<b>96,7</b>	<b>94,6</b>	<b>61,7</b>	<b>48,4</b>	<b>24,3</b>	<b>31,5</b>



# La dimensione e la forma giuridica

In alcune regioni, come il Molise, la Basilicata e la Calabria, le imprese femminili sotto forma di ditta individuale raggiungono il 72-75% del totale imprenditoriale rosa regionale, mentre nel Centro Nord la quota più alta attiene al Trentino Alto Adige con un valore del 71,6%. Nel Lazio tale quota scende al 48,9%, con 9,7 punti percentuali di differenza rispetto alla quota delle imprese non femminili (39,2%).

L'analisi territoriale incrociata con la forma giuridica ci consente di evidenziare come la tendenza alla strutturazione sempre più "complessa" del sistema imprenditoriale, testimoniata anche dall'aumento costante delle imprese costituite in forma di società di capitale, interessa anche e soprattutto le imprese femminili (+2,9%; +1,0% imprese non femminili). Le imprese femminili costituite come società di capitali rappresentano, a livello nazionale, il 24,3% (circa 327mila imprese) a fronte di un 31,5% per quelle maschili (circa 1,5 milioni di imprese).

Nel Centro-Nord sono maggiormente presenti imprese femminili costituite come società di persone, 13,3% a fronte di un 7,3% per il Mezzogiorno (in Valle d'Aosta la quota arriva al 19,5%) ma soprattutto sono diffuse maggiormente le società di capitale: 25,4% per le imprese femminili settentrionali vs 22,6% per quelle meridionali.

È il Lazio a vantare la maggiore concentrazione di imprese femminili con questa forma giuridica (40,5%), seguita dalla Lombardia (30,3%); è invece la Campania che fa segnare il valore maggiore, (27,2%) per il Mezzogiorno.

L'esame del trend evolutivo per forma giuridica consente di rilevare, come già accennato, che - nel corso del 2021 - la forbice tra Nord e Sud si è assottigliata. La variazione più consistente ha riguardato, appunto, le società di capitale che hanno fatto rilevare un incremento di circa 5.000 imprese rosa nel Mezzogiorno (+4,6% circa, contro un +2,0% per il Centro-Nord).

# Le imprese femminili artigiane

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, a fine 2021, le imprese femminili artigiane ammontano a oltre 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 a quella maschile (la quota delle artigiane non femminili è il 22,6%), è vero anche che tra il 2020 ed il 2021, sono cresciute di oltre 700 unità a fronte invece di un calo consistente (oltre 4 mila) per quelle non femminili, a conferma dell'importanza dell'imprenditoria rosa nel sostenere l'anima artigiana delle produzioni italiane.

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 creatività.

Nelle regioni settentrionali sono presenti oltre 116 mila imprese femminili artigiane che rappresentano il 21,1% del tessuto imprenditoriale femminile del territorio. Nelle zone centrali del Paese la quota scende al 16% (circa 48 mila unità), mentre nel Mezzogiorno sono circa 11 su 100 le artigiane (oltre 55 mila).

**Imprese artigiane FEMMINILI e non per regione e macro-ripartizione geografica, anno 2021 (valori assoluti e percentuali)**

	FEMMINILI	% su totale imprese FEMMINILI	NON femminili	% su totale imprese NON femminili
Piemonte	19.777	20,5	95.804	28,9
Valle d'Aosta	580	20,0	3.016	32,2
Lombardia	38.848	21,4	199.016	25,8
Trentino-Alto Adige	3.787	18,6	22.811	25,1
Veneto	20.449	21,0	103.774	27,2
Friuli-V.G.	5.249	23,3	22.285	28,6
Liguria	6.744	18,8	36.966	29,2
Emilia-Romagna	21.221	22,5	103.841	29,1
Toscana	19.135	20,2	82.077	26,2
Umbria	3.898	16,6	16.322	22,9
Marche	8.491	22,2	34.411	27,1
Lazio	15.961	11,4	78.580	16,6
Abruzzo	6.262	16,3	22.617	20,3
Molise	1.226	12,8	5.113	20,1
Campania	11.623	8,3	59.341	12,6
Puglia	10.846	12,2	56.496	19,0
Basilicata	1.761	11,0	8.392	18,8
Calabria	5.828	13,0	27.179	18,6
Sicilia	11.566	9,9	61.391	16,9
Sardegna	5.946	15,1	28.519	21,5
Nord-Ovest	65.949	20,8	334.802	27,0
Nord-Est	50.706	21,6	252.711	27,8
Centro	47.485	16,0	211.390	21,4
Centro-Nord	164.140	19,3	798.903	25,5
Sud e Isole	55.058	11,1	269.048	16,9
<b>ITALIA</b>	<b>219.198</b>	<b>16,3</b>	<b>1.067.951</b>	<b>22,6</b>



# Le imprese femminili giovanili

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 produzione.

Le imprese femminili giovanili con poco più di 151mila unità rappresentano poco più dell'11% del totale delle imprese femminili, contro una percentuale minore per gli uomini (8,2%). Tuttavia nel 2021 si verifica un peggioramento della dinamica, con la diminuzione di quasi 2mila 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. Una evidenza che suffraga maggiormente l'importanza dell'impegno delle politiche a favore dell'imprenditorialità rosa, perché sostenere le imprese femminili significa anche sostenere maggiormente l'imprenditoria giovanile.

Imprese giovanili FEMMINILI e non per regione e macro-ripartizione geografica, anno 2021 (valori assoluti e percentuali)

	FEMMINILI	% su totale imprese FEMMINILI	NON femminili	% su totale imprese NON femminili
Piemonte	10.444	10,8	28.140	8,5
Valle d'Aosta	293	10,1	770	8,2
Lombardia	20.611	11,3	54.729	7,1
Trentino-Alto Adige	2.275	11,2	7.624	8,4
Veneto	9.875	10,1	24.687	6,5
Friuli-Venezia Giulia	2.129	9,5	4.955	6,4
Liguria	3.482	9,7	9.271	7,3
Emilia-Romagna	8.762	9,3	22.993	6,4
Toscana	9.051	9,5	21.492	6,9
Umbria	2.174	9,2	4.975	7,0
Marche	3.512	9,2	8.497	6,7
Lazio	15.947	11,4	39.211	8,3
Abruzzo	3.767	9,8	8.531	7,7
Molise	929	9,7	2.283	9,0
Campania	20.918	14,9	51.628	10,9
Puglia	10.817	12,1	28.637	9,6
Basilicata	1.701	10,6	4.151	9,3
Calabria	6.193	13,8	15.866	10,9
Sicilia	14.745	12,6	36.900	10,2
Sardegna	4.327	11,0	10.623	8,0
Nord-Ovest	34.830	11,0	92.910	7,5
Nord-Est	23.041	9,8	60.259	6,6
Centro	30.684	10,3	74.175	7,5
Centro-Nord	88.555	10,4	227.344	7,3
Sud e Isole	63.397	12,8	158.619	10,0
<b>ITALIA</b>	<b>151.952</b>	<b>11,3</b>	<b>385.963</b>	<b>8,2</b>

# Le imprese femminili straniere

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 2021 le imprese straniere femminili ammontano a oltre 156 mila, l'11,6% del totale delle imprese guidate da donne, mentre tra quelle non femminili le imprese straniere sono il 10,3%. 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 non femminile. Il fenomeno appare in netta crescita: le attività imprenditoriali guidate da donne straniere sono aumentate nel 2021 (rispetto al 2020) di oltre 4mila unità, per una crescita del 2,7%. Le imprese femminili straniere sono cresciute di più sia rispetto alle stesse femminili ma italiane (+0,5% rispetto al 2020) che rispetto alle imprese straniere non femminili (+1,6%).

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 non femminile.

## Imprese straniere FEMMINILI e non per regione e macro-ripartizione geografica, anno 2021 (valori assoluti e percentuali)

	FEMMINILI	% su totale imprese FEMMINILI	NON femminili	% su totale imprese NON femminili
Piemonte	11.400	11,8	37.276	11,2
Valle d'Aosta	208	7,2	558	6,0
Lombardia	27.387	15,1	95.045	12,3
Trentino-Alto Adige	2.055	10,1	6.536	7,2
Veneto	13.148	13,5	40.485	10,6
Friuli-Venezia Giulia	3.320	14,7	9.626	12,4
Liguria	4.695	13,1	19.061	15,0
Emilia-Romagna	13.549	14,4	45.125	12,6
Toscana	16.305	17,2	43.672	13,9
Umbria	2.610	11,1	6.824	9,6
Marche	4.733	12,4	11.804	9,3
Lazio	17.942	12,8	63.253	13,3
Abruzzo	4.640	12,1	10.378	9,3
Molise	801	8,4	1.506	5,9
Campania	11.925	8,5	38.141	8,1
Puglia	5.502	6,2	15.618	5,2
Basilicata	786	4,9	1.569	3,5
Calabria	3.920	8,8	11.389	7,8
Sicilia	8.378	7,2	20.929	5,8
Sardegna	2.698	6,9	7.841	5,9
Nord-Ovest	43.690	13,8	151.940	12,3
Nord-Est	32.072	13,7	101.772	11,2
Centro	41.590	14,0	125.553	12,7
Centro-Nord	117.352	13,8	379.265	12,1
Sud e Isole	38.650	7,8	107.371	6,7
<b>ITALIA</b>	<b>156.002</b>	<b>11,6</b>	<b>486.636</b>	<b>10,3</b>

# L'andamento delle iscrizioni

La nascita di imprese femminili mostra segnali di ripresa ma la pandemia continua a pesare sulla voglia di mettersi in proprio delle donne.

La natalità delle imprese femminili sembra uno degli aspetti più messi a rischio dalla pandemia e dai suoi effetti economici: alla vigilia dell'emergenza coronavirus, le nuove imprese femminili erano quelle che avevano ritmi di crescita più sostenuti (+4.2% nel quinquennio 2014 – 2019). Dopo la caduta delle iscrizioni complessive di nuove attività guidate da donne registrata nel corso di tutto il 2020, torna comunque a salire lievemente nel 2021 l'indicatore principe della vitalità imprenditoriale. Sono circa 84mila le imprese femminili nate tra gennaio e dicembre del 2021, contro le 75.632 del 2020, pur rimanendo ben al di sotto delle performance del passato; le iscrizioni di imprese femminili nel 2021 sono circa 11.500 in meno rispetto all'analogo periodo del 2019.

Malgrado l'incremento delle iscrizioni tra 2020 e 2021, il peso delle nuove imprese femminili sul totale delle iscrizioni si è ridotto di quasi due punti percentuali, passando dal 27,1% del 2019 al 25,3% del 2021.

Il Mezzogiorno è l'area del Paese che registra il maggior numero di nuove imprese femminili (29.023) nel corso del 2021. Nelle regioni meridionali, inoltre, il peso percentuale delle iscrizioni di attività guidate da donne sul totale delle nuove imprese è del 26,7%. A seguire il Nord Ovest (oltre 21mila le attività nate nel periodo), ma con una incidenza percentuale minore (23,4%).

## Iscrizioni di imprese FEMMINILI nelle regioni e macro-ripartizioni e incidenza sul totale imprese iscritte, anni 2019-2021 (valori assoluti e percentuali)

	ISCRIZIONI IMPRESE FEMMINILI			% ISCRIZIONI IMPRESE FEMMINILI SUL TOTALE			NUMERO INDICE 2019=100
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	
Piemonte	7.026	5.339	6.138	27,1	25,5	24,6	90,9
Valle d'Aosta	207	152	146	29,1	25,1	23,9	82,2
Lombardia	13.893	11.117	12.939	23,8	23,1	22,6	95,0
Trentino-Alto Adige	1.659	1.298	1.405	25,1	23,8	23,2	92,1
Veneto	7.058	5.565	6.266	26,7	25,5	25,0	93,8
Friuli-Venezia Giulia	1.498	1.093	1.283	28,7	25,1	25,0	87,2
Liguria	2.572	1.833	2.098	27,5	24,9	25,2	91,7
Emilia-Romagna	6.745	5.335	5.984	26,5	25,8	24,8	93,4
Toscana	6.822	5.390	6.186	28,3	27,3	28,0	98,8
Umbria	1.373	1.143	1.186	28,2	27,8	27,5	97,6
Marche	2.530	1.823	2.227	28,5	27,0	26,9	94,2
Lazio	10.977	8.311	9.300	27,5	25,7	24,7	90,0
Abruzzo	2.445	1.926	1.920	29,7	27,8	26,6	89,6
Molise	535	453	454	28,8	29,3	28,2	97,9
Campania	10.233	8.230	8.954	28,5	26,5	26,0	91,2
Puglia	6.369	5.168	5.915	27,0	26,6	26,9	99,6
Basilicata	871	716	770	29,8	27,7	27,8	93,2
Calabria	2.939	2.300	2.398	29,7	27,5	26,3	88,3
Sicilia	7.427	6.287	6.240	28,9	28,2	27,2	94,1
Sardegna	2.570	2.153	2.372	27,7	27,3	26,9	96,9
Nord-Ovest	23.698	18.441	21.321	25,1	24,0	23,4	93,2
Nord-Est	16.960	13.291	14.938	26,6	25,4	24,7	92,9
Centro	21.702	16.667	18.899	27,9	26,5	26,1	93,6
Centro-Nord	62.360	48.399	55.158	26,4	25,2	24,6	93,2
Sud e Isole	33.389	27.233	29.023	28,5	27,2	26,7	93,6
<b>ITALIA</b>	<b>95.749</b>	<b>75.632</b>	<b>84.181</b>	<b>27,1</b>	<b>25,9</b>	<b>25,3</b>	<b>93,3</b>



# Le nuove imprese femminili

Se la pandemia ha rallentato i ritmi di crescita tipici dell'impresa femminile, ha dato il destro, però, alla nascita di attività più solide e strutturate nella forma di società di capitali. Aumenta infatti il peso delle iscrizioni di imprese femminili sotto forma di società di capitale sul totale delle iscrizioni di imprese femminili passando dal 24,1% del 2019 al 23,6% del 2020 per arrivare al 24,9% del 2021.

Tale peso appare in crescita in maniera piuttosto uniforme su tutto il territorio nazionale. In particolare al Centro sono circa 6.000 e rappresentano il 31,1% delle nuove imprese guidate da donne, la quota più elevata. In particolare, tra le regioni, il peso delle iscrizioni di imprese femminili sotto forma di società di capitale sul totale delle iscrizioni di imprese femminili aumenta in Trentino Alto Adige, passando nel periodo 2019-2021 dall'11% al 14,5%, pur in presenza di numeri relativamente bassi in termini assoluti.

Guardando invece all'incidenza delle imprese in forma di società di capitale al 2021, spiccano il Lazio dove la quota è pari al 42,4%, che stacca la Campania (30,8%) e la Lombardia (27%).

## Iscrizioni di imprese FEMMINILI sotto forma di società di capitali, anni 2019-2021 (valori assoluti e percentuali)

	ISCRIZIONI IMPRESE FEMMINILI			% ISCRIZIONI IMPRESE FEMMINILI SUL TOTALE			NUMERO INDICE 2019=100
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	
Piemonte	992	743	872	14,1	13,9	14,2	100,6
Valle d'Aosta	21	13	16	10,1	8,6	11,0	108,0
Lombardia	3.533	2.925	3.497	25,4	26,3	27,0	106,3
Trentino-Alto Adige	182	142	204	11,0	10,9	14,5	132,4
Veneto	1.471	1.173	1.319	20,8	21,1	21,1	101,0
Friuli-Venezia Giulia	249	162	217	16,6	14,8	16,9	101,8
Liguria	398	282	330	15,5	15,4	15,7	101,6
Emilia-Romagna	1.279	1.060	1.224	19,0	19,9	20,5	107,9
Toscana	1.288	1.042	1.258	18,9	19,3	20,3	107,7
Umbria	290	223	263	21,1	19,5	22,2	105,0
Marche	475	337	419	18,8	18,5	18,8	100,2
Lazio	4.467	3.296	3.947	40,7	39,7	42,4	104,3
Abruzzo	573	427	472	23,4	22,2	24,6	104,9
Molise	144	113	103	26,9	24,9	22,7	84,3
Campania	3.155	2.467	2.755	30,8	30,0	30,8	99,8
Puglia	1.537	1.140	1.421	24,1	22,1	24,0	99,5
Basilicata	187	131	179	21,5	18,3	23,2	108,3
Calabria	578	467	509	19,7	20,3	21,2	107,9
Sicilia	1.703	1.250	1.490	22,9	19,9	23,9	104,1
Sardegna	516	431	501	20,1	20,0	21,1	105,2
Nord-Ovest	4.944	3.963	4.715	20,9	21,5	22,1	106,0
Nord-Est	3.181	2.537	2.964	18,8	19,1	19,8	105,8
Centro	6.520	4.898	5.887	30,0	29,4	31,1	103,7
Centro-Nord	14.645	11.398	13.566	23,5	23,6	24,6	104,7
Sud e Isole	8.393	6.426	7.430	25,1	23,6	25,6	101,8
<b>ITALIA</b>	<b>23.038</b>	<b>17.824</b>	<b>20.996</b>	<b>24,1</b>	<b>23,6</b>	<b>24,9</b>	<b>103,7</b>

# L'età e la probabilità di sopravvivenza

Distribuzione delle imprese FEMMINILI secondo la classe di anno di costituzione, per regione e macro-ripartizione geografica, anno 2021 (valori percentuali)

	CLASSI DI ANNO DI ISCRIZIONE					
	FINO AL 1979	DAL 1980 AL 1989	DAL 1990 AL 1999	DAL 2000 AL 2009	DAL 2010 AL 2019	DAL 2020 IN POI
Piemonte	3,0	5,8	17,8	21,4	41,0	11,0
Valle d'Aosta	2,0	10,9	16,9	21,1	39,4	9,6
Lombardia	3,4	6,6	11,5	22,8	43,3	12,3
Trentino- Alto Adige	2,9	7,0	16,7	19,5	41,7	12,3
Veneto	2,5	6,5	15,6	22,1	41,9	11,3
Friuli Venezia Giulia	3,1	6,8	18,4	21,6	40,3	9,9
Liguria	3,4	7,6	15,0	23,4	40,6	10,1
Emilia Romagna	3,4	6,9	15,0	21,6	42,0	11,1
Toscana	2,8	6,6	14,0	21,7	43,5	11,4
Umbria	2,4	6,5	17,7	23,7	40,5	9,3
Marche	2,3	6,0	14,8	25,4	41,6	9,9
Lazio	2,0	4,7	11,6	22,3	47,7	11,9
Abruzzo	1,5	5,5	18,5	24,0	41,1	9,5
Molise	1,3	4,4	24,1	21,5	39,7	9,1
Campania	2,0	4,7	13,7	23,3	44,8	11,5
Puglia	1,0	4,0	15,1	22,6	45,6	11,7
Basilicata	1,3	4,7	22,4	22,4	40,4	8,8
Calabria	1,5	4,7	13,2	26,3	44,4	9,9
Sicilia	1,7	4,9	14,7	24,2	44,4	10,0
Sardegna	1,4	6,0	13,0	23,6	45,0	10,9
Nord-Ovest	3,3	6,5	13,9	22,4	42,3	11,6
Nord-Est	3,0	6,7	15,7	21,6	41,7	11,2
Centro	2,3	5,6	13,2	22,6	45,0	11,3
Sud e Isole	1,6	4,8	14,9	23,7	44,3	10,7
<b>ITALIA</b>	<b>2,4</b>	<b>5,7</b>	<b>14,5</b>	<b>22,8</b>	<b>43,5</b>	<b>11,1</b>

L'imprenditoria femminile è «giovanile» non solo considerando l'età di chi vi sta alla guida, ma anche l'età dell'impresa stessa.

Infatti, osservando la distribuzione delle imprese femminili sulla base dell'anno di iscrizione, appare evidente che la presenza femminile nel sistema imprenditoriale abbia trovato più spazio in epoca relativamente recente. Più del 77% delle imprese femminili al 31 dicembre 2021 si è costituita a partire dagli anni 2000. Tra il 2010 e il 2019 si concentrano circa 584 mila imprese pari al 43,5% di quelle attualmente esistenti, mentre quelle nate nel decennio 2000-2009, oltre 306 mila, rappresentano il 22,8% delle femminili totali; l'11,1% delle imprese femminili è stato costituito negli ultimi due anni (149 mila).

Nel Meridione il tessuto imprenditoriale è decisamente più giovane con tutti i risvolti più o meno delicati che ne conseguono. Infatti, la quota delle iniziative capitanate da donne, nate dal 2010 in poi, passa dal 53,5% del Nord al 55,0% del Mezzogiorno fino ad arrivare alla quota più alta del Centro (56,2%).

Che nel Nord del Paese siano radicate maggiormente le imprese dalla più lunga storia, si evince dal fatto che ben 9,7 imprese rosa su 100 presenti nell'Italia settentrionale sono nate prima del 1990, cioè hanno più di 31 anni di età (più di 53mila e seicento in valori assoluti), quando nel Centro tale rapporto scende al 7,9 su 100 (circa 23 mila e cinquecento) e nel Mezzogiorno a 6,4 su 100 (quasi 31 mila e cinquecento).

**Distribuzione delle imprese FEMMINILI secondo la classe di anno di costituzione, per settore di attività economica, anno 2021 (valori percentuali)**

	CLASSI DI ANNO DI ISCRIZIONE					
	FINO AL 1979	DAL 1980 AL 1989	DAL 1990 AL 1999	DAL 2000 AL 2009	DAL 2010 AL 2019	DAL 2020 IN POI
Agricoltura, silvicoltura e pesca	0,3	0,7	34,0	25,0	33,1	6,8
<b>Industria</b>	<b>4,4</b>	<b>8,4</b>	<b>12,0</b>	<b>23,8</b>	<b>41,8</b>	<b>9,6</b>
Industria in senso stretto	5,0	9,5	13,2	22,0	41,3	9,0
- industria manifatturiera	5,0	9,5	13,3	22,0	41,0	9,2
Alimentare, bevande e tabacco	4,4	8,9	14,7	21,4	42,0	8,6
Tessile, abbigliamento, pelli e calzature	3,4	8,1	10,4	19,6	46,8	11,7
Legno e mobilio	6,5	11,9	16,4	24,2	34,3	6,6
Carta e stampa	5,7	11,6	15,6	25,6	35,6	6,0
Chimica, farmaceutica e petrolifero	9,1	13,2	16,5	23,3	31,7	6,2
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	8,7	11,1	17,1	26,8	30,4	6,0
Metalmeccanica	8,0	11,0	14,4	23,8	36,4	6,4
Elettrotecnica e strumentazione di precisione	6,8	13,9	17,8	25,9	29,7	5,9
Altre industrie manifatturiere	2,7	7,7	12,1	21,9	43,7	11,8
- altre industrie in senso stretto	5,3	8,4	12,1	21,1	48,7	4,4
Costruzioni	3,2	6,4	9,9	27,0	42,8	10,7
<b>Servizi</b>	<b>2,7</b>	<b>6,8</b>	<b>11,3</b>	<b>22,9</b>	<b>45,4</b>	<b>10,9</b>
Commercio	3,1	7,5	11,6	23,0	44,3	10,4
Trasporto, logistica e magazzinaggio	3,2	5,7	9,7	24,4	48,6	8,3
Alloggio, ristorazione e servizi turistici	1,8	5,4	9,2	21,6	52,4	9,6
Media e comunicazione	4,8	7,1	12,0	25,0	41,1	10,0
Informatica e telecomunicazioni	0,6	5,1	10,9	22,0	46,5	14,9
Servizi finanziari e assicurativi	0,8	3,3	10,6	22,3	45,5	17,5
Servizi operativi	5,7	8,2	13,7	24,9	37,6	9,9
Attività professionali, scientifiche e tecniche	0,8	3,4	7,9	20,1	49,3	18,6
Sanità e assistenza sociale	1,7	7,7	12,4	26,4	44,6	7,1
Istruzione	1,2	4,2	10,0	25,8	47,0	11,7
Cultura e intrattenimento	1,6	4,9	9,7	22,9	51,2	9,6
Altre attività di servizi alla persona	1,9	8,4	12,7	22,7	44,3	10,1
Altri servizi	1,1	4,0	9,0	18,3	50,9	16,8
<b>TOTALE*</b>	<b>2,4</b>	<b>5,7</b>	<b>14,5</b>	<b>22,8</b>	<b>43,5</b>	<b>11,1</b>

# L'età e la probabilità di sopravvivenza

Le imprese femminili di più recente costituzione (dal 2020 in poi) giocano un ruolo importante soprattutto nel comparto moda del settore manifatturiero (l'11,7% delle imprese del comparto sono nate, infatti, nell'ultimo biennio), mentre nell'ambito del terziario superano la quota del 11% le imprese femminili costituite dal 2020 in poi nelle attività professionali, scientifiche e tecniche (18,6%), nei servizi finanziari e assicurativi (17,5%), negli altri servizi (16,8%), nel settore dell'informatica e delle telecomunicazioni (14,9%) così come nell'istruzione (11,7%).

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 di un'evoluzione che vede la componente femminile iniziare a lasciarsi alle spalle quella relazione "donne imprenditrici e settori maturi e tradizionali". Infatti 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.



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 salvaguardandone la business experience in termini di conoscenza dei mercati esteri, di relazionalità con altre imprese in una logica di filiera, di solidità patrimoniale. Il secondo riguarda il supporto alle start-up, soprattutto meridionali (dove il tasso di mortalità imprenditoriale è più elevato), affinché anche queste, 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.

Dai dati dei registri camerali si possono ricavare delle elaborazioni ad hoc sul tema della capacità di tenuta delle imprese femminili, verificabile attraverso una analisi delle «probabilità di sopravvivenza».

In particolare, le informazioni presenti negli archivi consentono di verificare come imprese iscritte nel 2016 cessino per motivi non di ufficio negli anni successivi, riducendo progressivamente la consistenza del collettivo di partenza.

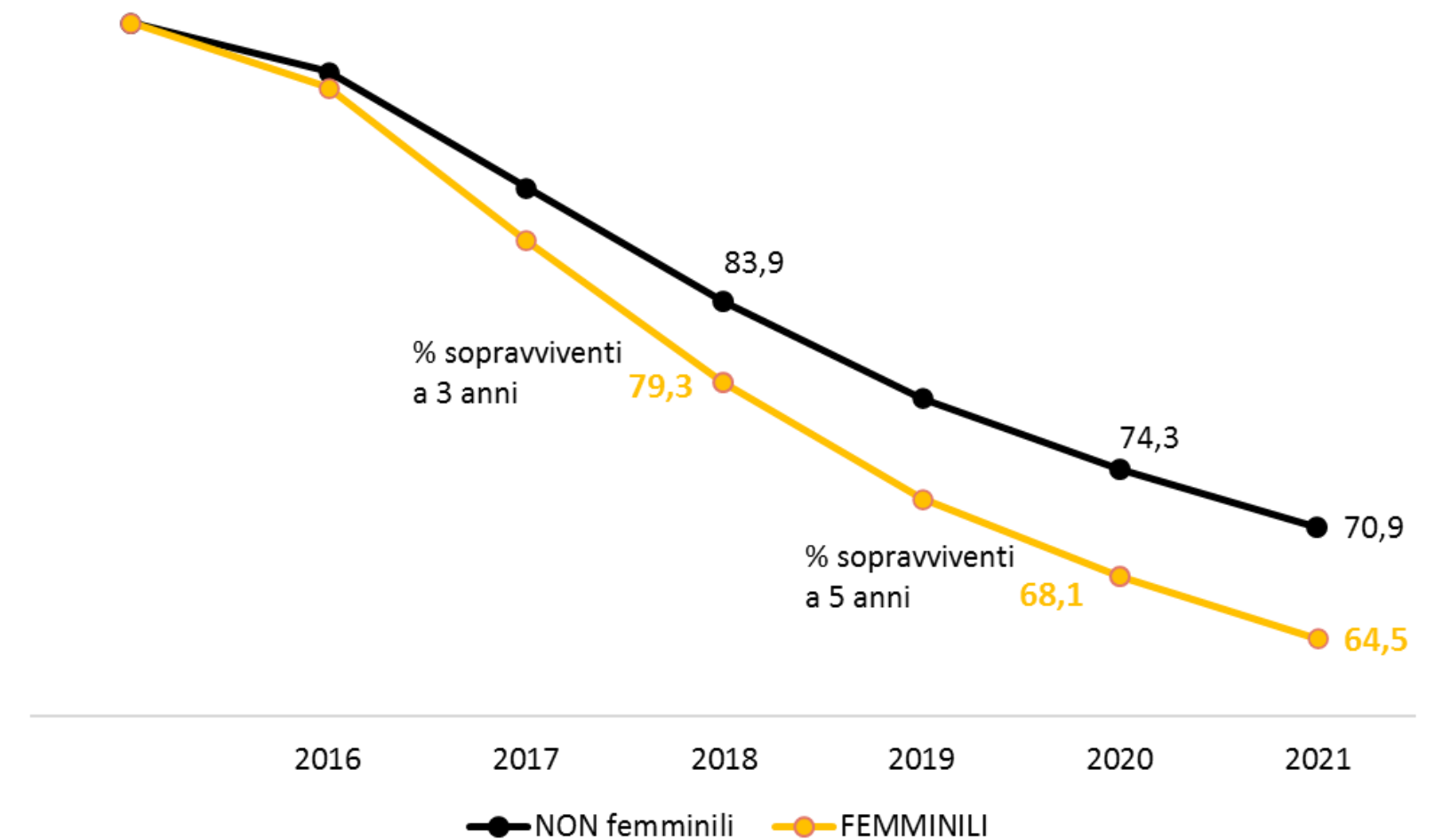
Nel 2016 si contano 101.200 iscrizioni di imprese femminili, di cui il 3,7% si perde già nel corso dello stesso anno. A tre anni dalla nascita (anno 2018) le cessazioni sono il 20,7%, contro il 16,1% riscontrato per le imprese non femminili con una riduzione superiore a una impresa su cinque e corrispondente in via complementare a una probabilità di sopravvivenza del 79,3% e un gap rispetto alle altre imprese di 4,6 punti percentuali. Se si guarda ai valori a 5 anni (anno 2020), 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 31,9% (poco meno di una impresa su tre), laddove per le altre imprese il valore è del 25,7%.

Ciò si traduce in una probabilità di sopravvivenza a 5 anni che per una impresa femminile è del 68,1%, e un differenziale di 6,2 punti percentuali rispetto alle altre imprese, indicativo di una maggiore fragilità per le iniziative imprenditoriali a esclusiva o prevalente conduzione femminile.

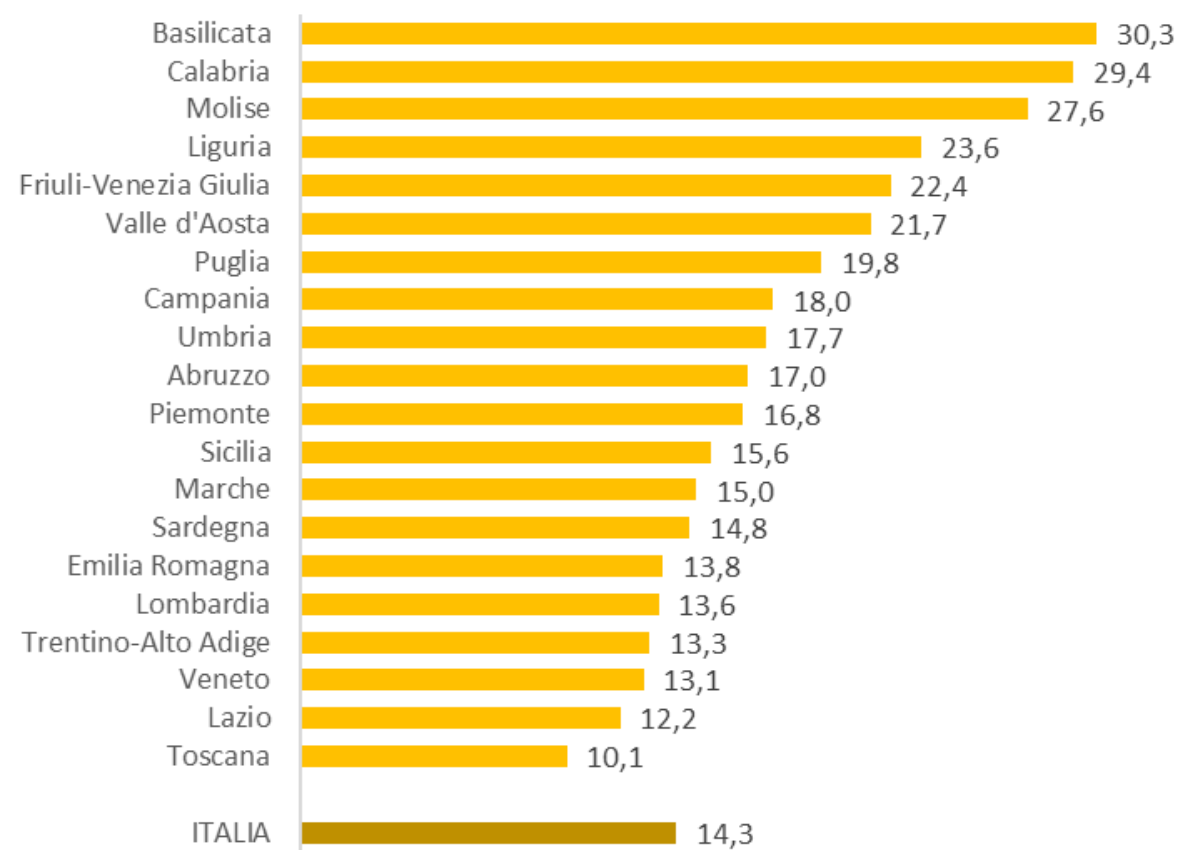
Una volta terminata la fase di start up, le cessazioni non d'ufficio aumentano di 3,6 punti percentuali e portano le imprese femminili ad avere nel 2021 un tasso di sopravvivenza pari al 64,5% contro il 70,9% delle imprese non femminili.

# L'età e la probabilità di sopravvivenza

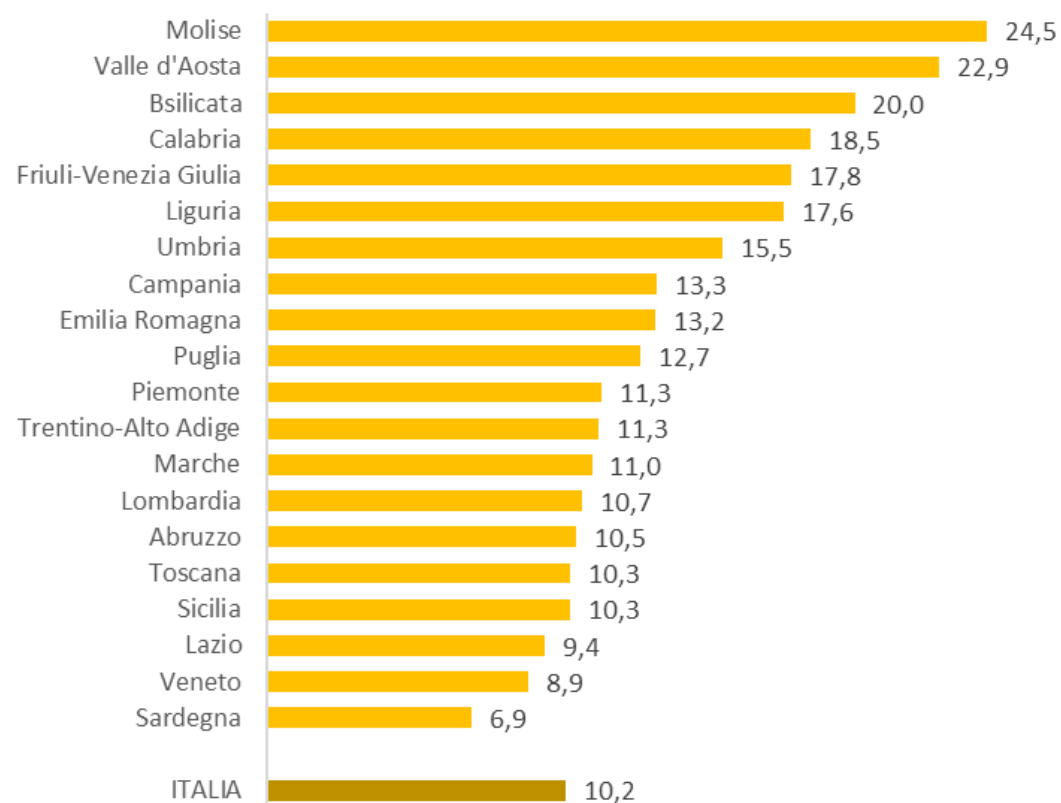
Tasso di sopravvivenza delle imprese FEMMINILI e non, anni 2016-2021



**Graduatoria regionale in base alla quota percentuale di donne imprenditrici nate nella regione ma operanti in altre regioni d'Italia, anno 2021**



**Graduatoria regionale in base alla quota percentuale di giovani donne imprenditrici nate nella regione ma operanti in altre regioni d'Italia, anno 2021**



# La mobilità geografica delle donne imprenditrici

Elaborando congiuntamente i dati relativi al luogo di nascita delle persone che assumono delle cariche all'interno delle imprese femminili (titolari, soci e soci di capitale) e il luogo di operatività delle imprese stesse, è possibile fare delle considerazioni in merito alla mobilità (nel tempo) delle attività imprenditoriali. 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 volte (30,3% contro 10,1%).

Posta una media complessiva del 14,3% di donne che fanno impresa lontano dalla regione di origine (la media degli uomini è leggermente inferiore e pari a 13,2%), le regioni in cui il fenomeno è più accentuato sono la Basilicata (30,3%), la Calabria, (29,4%, nel caso degli uomini regione in testa alla graduatoria), il Molise (27,6%), la Liguria (23,6%), il Friuli-Venezia Giulia (22,4%), la Valle d'Aosta (21,7%). Le regioni con quote più basse rispetto al valore medio sono: l'Emilia Romagna (13,8%), la Lombardia (13,6%), il Trentino Alto Adige (13,3%), il Veneto (13,1%), il Lazio (12,2%) e la Toscana (10,1%). Nel caso degli uomini la propensione minore a fare impresa lontano dalla regione di origine riguarda i soggetti nati in Trentino-Alto Adige.

Considerando le imprenditrici under-35, quelle che fanno impresa lontano dalla regione di nascita sono quelle originarie del Molise (24,5%), della Valle d'Aosta (22,9%) e della Basilicata (20,0%), mentre il fenomeno è meno accentuato per le giovani imprenditrici del Lazio (9,4%), del Veneto (8,9%) e della Sardegna (6,9%).

# La mobilità geografica delle donne imprenditrici

Si può notare, rispetto al passato, una maggiore propensione nelle giovani imprenditrici del mezzogiorno ad avviare le proprie attività lavorative nel territorio natio e, in generale, una tendenza a spostarsi in regioni limitrofe a quelle di origine. Guardando alle prime regioni di destinazione delle giovani imprenditrici, queste si concentrano in cinque aree: la Lombardia, prima destinazione per 8 regioni di partenza (Emilia-Romagna, Piemonte, Valle d'Aosta e Veneto tra le regioni del Nord; Calabria, Puglia, Sardegna e Sicilia tra quelle del Mezzogiorno); il Lazio rappresenta il punto di arrivo per le imprenditrici nate in 3 regioni del Centro (Abruzzo, Toscana e Umbria) e in Campania; il Veneto funge da forza centrifuga per le imprenditrici delle vicine Friuli Venezia Giulia e Trentino Alto Adige mentre in Piemonte si spostano maggiormente le imprenditrici nate in Lombardia e Liguria, Le imprenditrici del Lazio e del Molise si spostano soprattutto verso la Campania, mentre quelle marchigiane nella vicina Abruzzo e quelle lucane in Puglia.

Ben tre regioni meridionali figurano come prima destinazione (di altrettante regioni della stessa area).

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 8,2% (per gli uomini il valore è ancora più alto e pari a 9,9%), laddove la quota di donne nate in regioni nell'Italia centro-settentrionale che fanno impresa al Sud è del 3,4% (per gli uomini 2,9%)

## Prima regione di destinazione e quota % di giovani donne imprenditrici della regione di nascita (regioni ordinate in base al valore della quota), anno 2021

REGIONE DI NASCITA	PRIMA REGIONE DI DESTINAZIONE	%
ABRUZZO	LAZIO	3,4
BASILICATA	PUGLIA	3,0
CALABRIA	LOMBARDIA	5,7
CAMPANIA	LAZIO	3,5
EMILIA ROMAGNA	LOMBARDIA	4,3
FRIULI-VENEZIA GIULIA	VENETO	10,0
LAZIO	CAMPANIA	2,0
LIGURIA	PIEMONTE	5,2
LOMBARDIA	PIEMONTE	2,0
MARCHE	ABRUZZO	4,0
MOLISE	CAMPANIA	5,8
PIEMONTE	LOMBARDIA	3,7
PUGLIA	LOMBARDIA	2,5
SARDEGNA	LOMBARDIA	1,8
SICILIA	LOMBARDIA	2,9
TOSCANA	LAZIO	1,8
TRENTINO - ALTO ADIGE	VENETO	4,4
UMBRIA	LAZIO	7,4
VALLE D'AOSTA	LOMBARDIA	7,0
VENETO	LOMBARDIA	2,8



TRANSIZIONE DIGITALE ED ECOLOGICA:  
CAMBIAMENTI DELLE STRATEGIE  
AZIENDALI E BARRIERE AGLI  
INVESTIMENTI

# L'indagine

Studiare l'imprenditorialità implica conoscere innanzitutto i tratti strutturali delle imprese in termini di settori, territori e caratteristiche degli imprenditori, come visto nei capitoli precedenti, ma anche cogliere i comportamenti delle imprese da molteplici punti di vista, soprattutto quelli legati ai temi chiave della competitività incentrati su innovazione e transizione digitale e green. Per indagare tutti questi temi è stata svolta un'indagine condotta da Unioncamere, Si.Camera e Centro Studi Guglielmo Tagliacarne a inizio 2022 su un campione statisticamente rappresentativo di 2.000 imprese femminili (come da definizione riportato in premessa) e 2.000 imprese maschili, appartenenti al settore agricolo, manifatturiero e terziario.

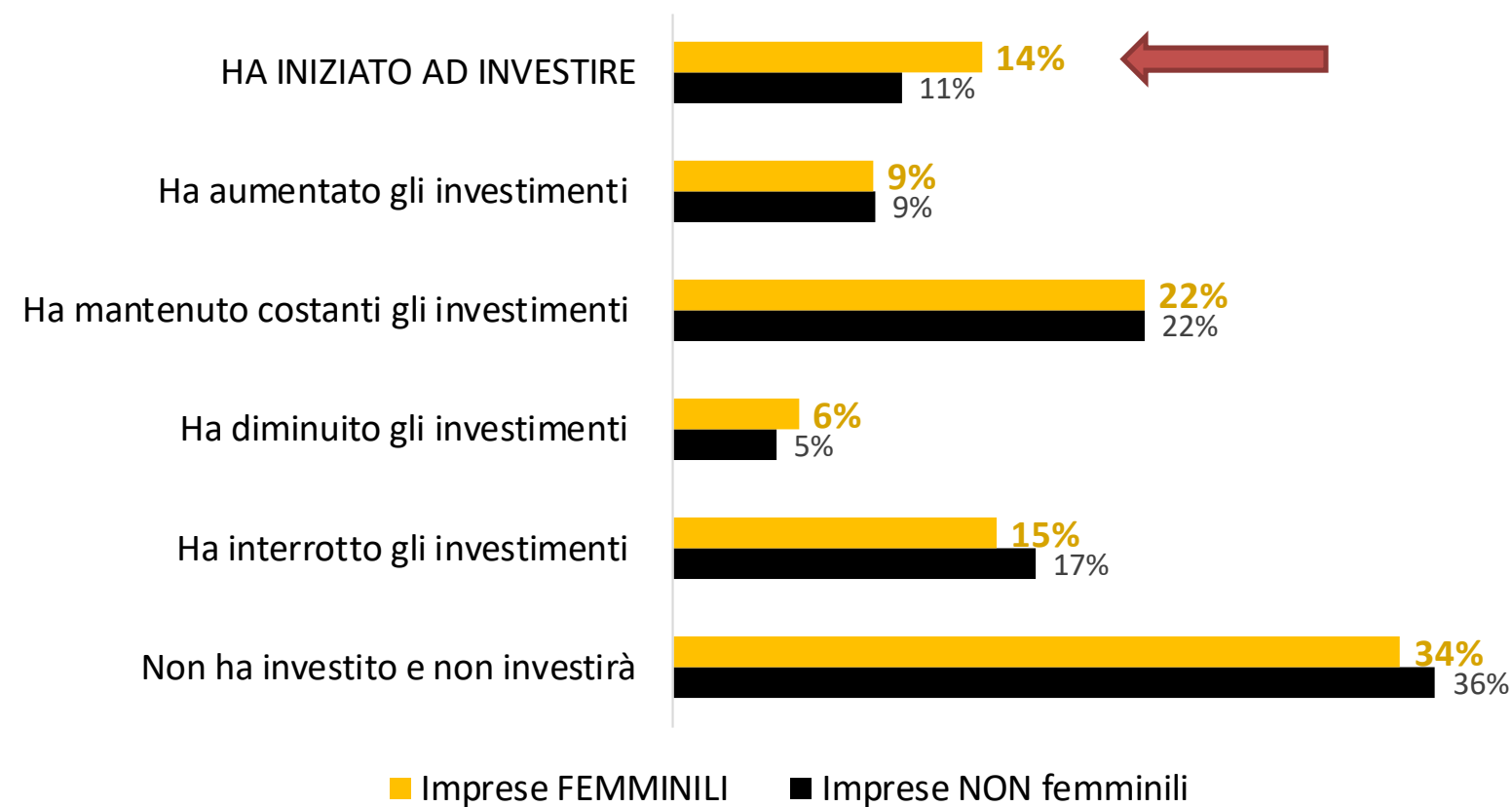
Le trasformazioni che stanno interessando l'imprenditoria femminile sulla scia di un nuovo capitale umano di imprenditrici che guardano con favore anche a settori ad alto valore aggiunto, sembrano indicare un nuovo scenario: dal mercato divario che in passato divideva due modi di fare impresa (tradizionale 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 quelli maschili, soprattutto quando queste investono negli asset intangibili.

Le analisi a seguire mostrano come le imprese femminili più performanti sono quelle che investono negli asset intangibili e come i gap delle imprese femminili (rispetto a quelle non femminili) sulla propensione ad investire negli asset intangibili si annullino in presenza di un *mix management* (presenza di managers femminili e maschili).

# Transizione digitale nel post-Covid19: la reattività delle imprese femminili

Distribuzione % delle imprese secondo la decisione di investire nelle TECNOLOGIE DIGITALI: il post Covid-19



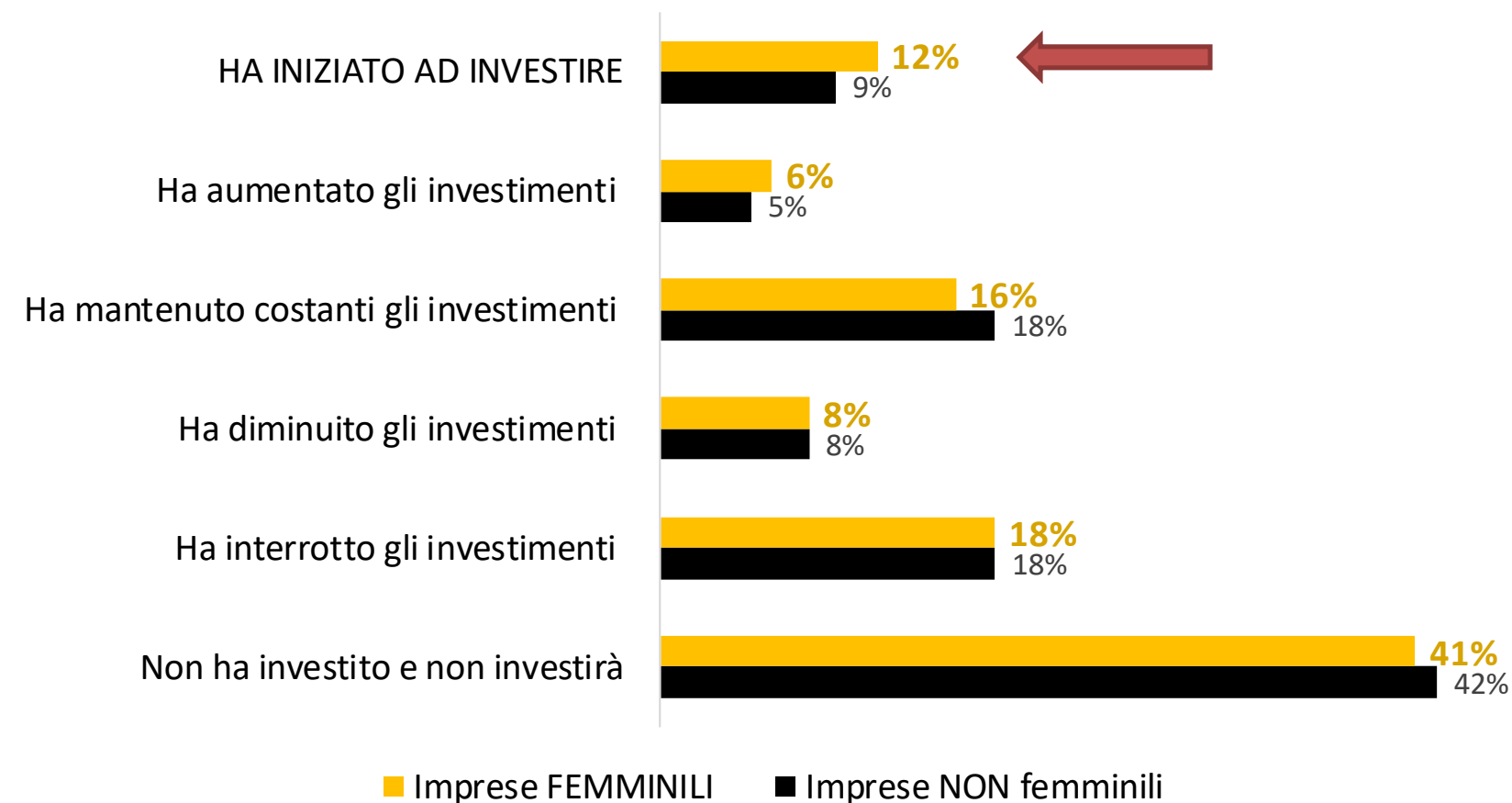
Transizione digitale e sostenibilità ambientale rappresentano le due nuove frontiere competitive per le imprese italiane, e non solo. Ma qual è la reattività delle imprese femminili su queste tematiche? Per rispondere a questa domanda sono stati utilizzati i risultati dell'indagine. A seguito dello shock pandemico, le imprese femminili hanno dimostrato una maggiore reattività in termini di avvio della transizione digitale: le imprese che hanno iniziato ad investire nelle tecnologie digitali nel biennio 2020-2021 sono il 14% tra quelle femminili contro l'11% di quelle non femminili.

Un terzo circa delle imprese femminili (come di quelle non femminili) ha, invece, aumentato (il 9%) o mantenuto costanti gli investimenti (22%), cui si aggiunge una quota pari al 21% di imprese che hanno diminuito o interrotto gli investimenti (vs il 22% delle imprese non femminili).

L'area di maggiore attenzione per le policy è costituita dalle imprese che non hanno investito nel digitale fino ad oggi e non hanno intenzione di farlo neppure nel prossimo triennio (2022-24); queste imprese rappresentano un terzo delle intervistate, senza particolari differenze di genere (34% imprese femminili vs 36% imprese non femminili).

# Transizione ecologica nel post-Covid19: la reattività delle imprese femminili

Distribuzione % delle imprese secondo la decisione di investire in SOSTENIBILITA' AMBIENTALE: il post Covid-19



Sul fronte della sostenibilità ambientale le imprese femminili (e non) appaiono ancora poco reattive, anche se nuove opportunità e riflessioni potrebbero nascere a seguito dello scoppio del conflitto russo-ucraino.

Sebbene più del 40% delle imprese (il 41% delle imprese femminili e il 42% di quelle non femminili) non abbia investito nel green e non abbia intenzione di farlo nel prossimo triennio (2022-2024), le imprese «rosa» hanno sviluppato negli ultimi anni una maggiore sensibilità/reattività alla tematica, tant'è vero che le imprese femminili che hanno iniziato ad investire nel green nel biennio 2020-2021 sono il 12% vs il 9% delle imprese non femminili.

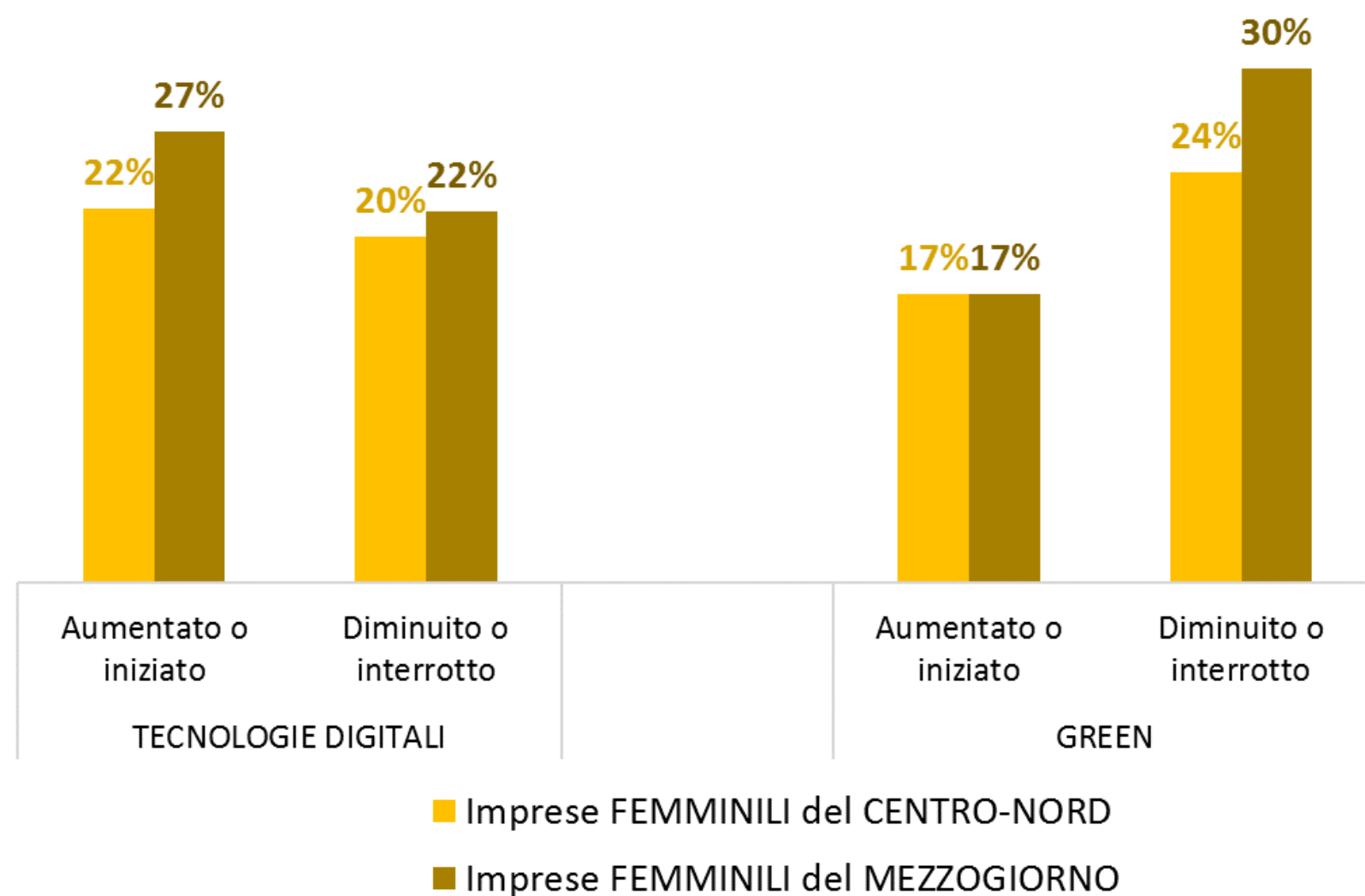
Un quarto circa delle imprese femminili (come di quelle non femminili) ha, invece, aumentato o mantenuto costanti gli investimenti (rispettivamente il 22% e il 23%), cui si aggiunge una quota pari al 26% di imprese che hanno diminuito o interrotto gli investimenti, sia per le imprese femminili che non.



# Transizione digitale ed ecologica nel post-Covid19: la reattività delle imprese femminili

*Mezzogiorno vs Centro-Nord*

Quote % delle imprese FEMMINILI rispetto alla decisione di investire nelle TECNOLOGIE DIGITALI e nel GREEN: differenti strategie al Mezzogiorno

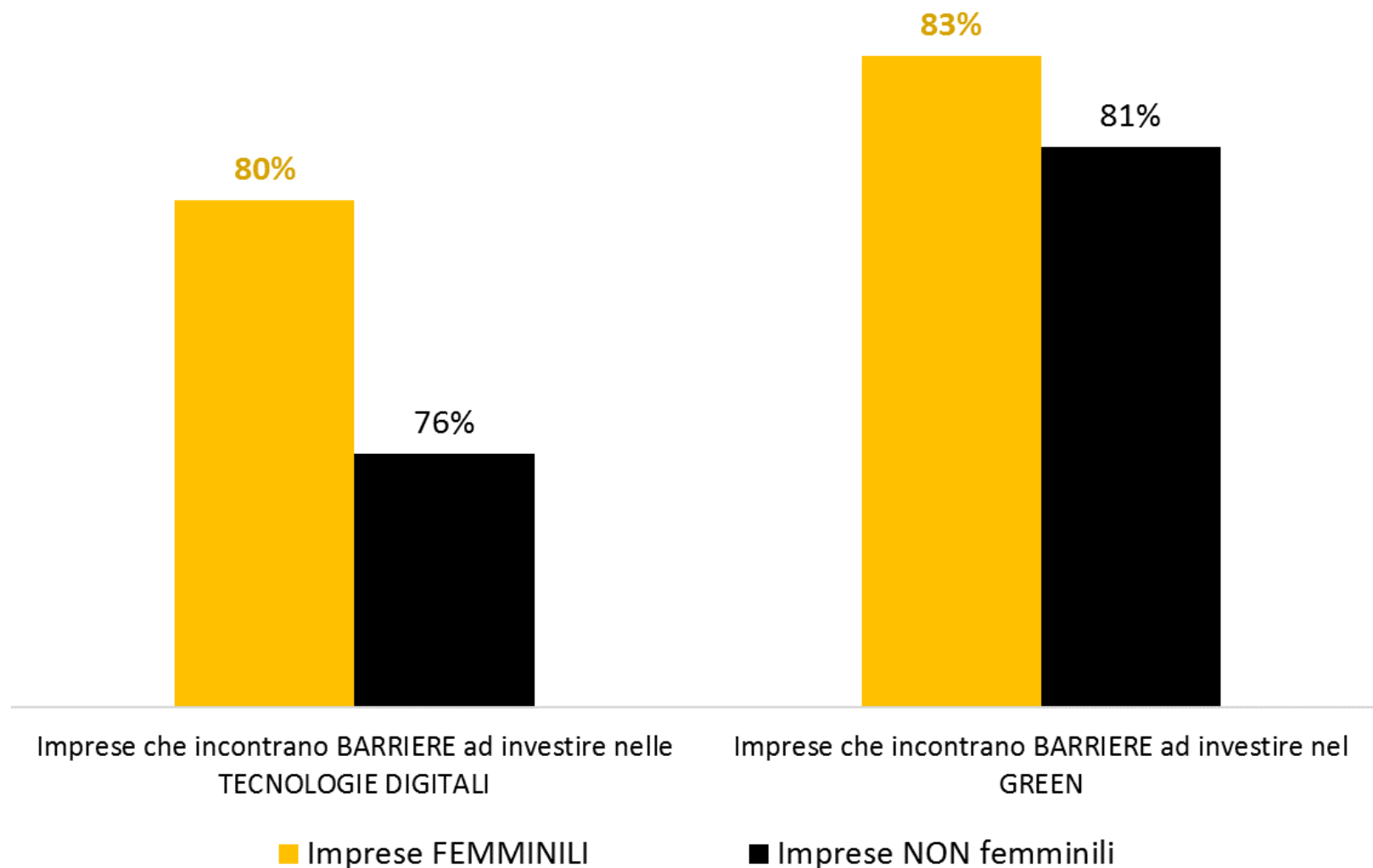


Osservando i due temi del digitale e della sostenibilità ambientale secondo l'ottica territoriale - considerato anche che il tema «Mezzogiorno» rappresenta una priorità trasversale del PNRR - la quota di imprese meridionali che ha iniziato a investire nelle tecnologie digitali nel 2020-2021 o che ha aumentato l'intensità degli investimenti nello stesso periodo è maggiore rispetto alla quota di imprese che sono localizzate nelle regioni del Centro-Nord (27% vs 22%). Tuttavia, il 22% delle imprese investitrici nel Mezzogiorno e il 20% delle imprese investitrici del Centro-Nord hanno, allo stesso tempo, diminuito o interrotto gli investimenti nel digitale.

Dal punto di vista degli investimenti green, le imprese del Mezzogiorno hanno subito una battuta d'arresto maggiore di quelle del Centro-Nord. La quota di imprese che hanno iniziato gli investimenti nel 2020-2021 o che hanno aumentato la loro intensità sono il 17% sia nel Mezzogiorno che nel Centro-Nord, mentre le percentuali sono ben diversificate nel caso delle imprese che hanno diminuito o interrotto: 24% Centro-Nord vs 30% Mezzogiorno.

# Transizione digitale ed ecologica: le barriere

Quote % delle imprese che incontrano BARRIERE per investire nelle TECNOLOGIE DIGITALI e nel GREEN



## LE BARRIERE

**Insufficienza di risorse finanziarie:** Risorse economiche insufficienti o del tutto assenti all'interno dell'impresa / Finanziamenti esterni (bancari, venture capital, ecc.) insufficienti o assenti

**Mancanza di cultura sul green/tecnologie digitali:** Poca conoscenza degli effetti positivi degli investimenti nella sostenibilità ambientale e tecnologie digitali sulla competitività / Mancanza di interesse del management aziendale al tema

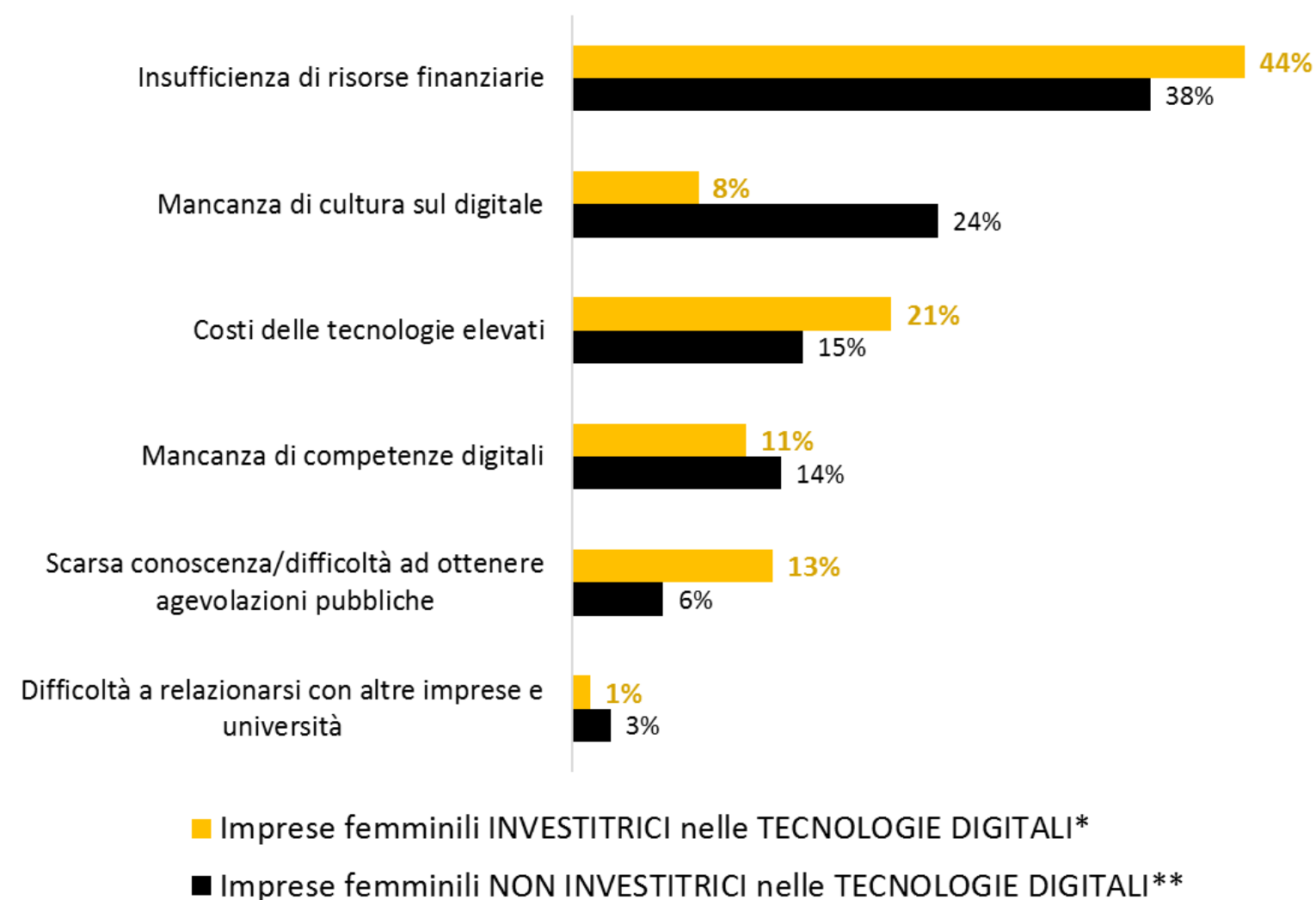
**Mancanza di competenze green/digitali:** Mancanza di competenze green e digitali interne / Difficoltà a trovare professionalità con competenze green/digitali sul mercato del lavoro

**Difficoltà a relazionarsi con altre imprese e università:** Difficoltà nei rapporti con altre imprese, Università e centri di ricerca

**Scarsa conoscenza/difficoltà ad ottenere agevolazioni pubbliche:** Poca conoscenza delle agevolazioni pubbliche a supporto degli investimenti / Difficoltà ad ottenere incentivi e agevolazioni pubbliche

# Transizione digitale: le barriere per le imprese femminili

Distribuzione % delle imprese FEMMINILI secondo le BARRIERE ad investire nelle TECNOLOGIE DIGITALI: le differenze tra imprese digitali e non digitali



La definizione delle migliori policy a sostegno della duplice transizione necessita della conoscenza delle barriere che impediscono alle imprese di avviare o sviluppare ulteriormente gli investimenti nella digitalizzazione e sostenibilità ambientale. Inoltre, appare altrettanto importante riuscire a distinguere le imprese che già investono da quelle che ancora non hanno avviato investimenti, in quanto si tratta di due spaccati molto differenti di imprese in termini di approccio ai temi oggetto di analisi.

La stragrande maggioranza delle imprese incontra delle barriere nell'investire nelle tecnologie digitali così come nella sostenibilità. Sono le imprese femminili ad avere incontrato maggiori ostacoli: l'80% di quelle che hanno investito nel green (vs il 76% delle imprese non femminili) e l'83% di quelle che hanno investito nel digitale (vs l'81% delle imprese non femminili).

Focalizzandosi sulle imprese femminili, l'insufficienza di risorse finanziarie rappresenta un ostacolo maggiore per le imprese che hanno investito/investono o investiranno nella transizione digitale rispetto a quelle che non hanno investito e non investiranno nelle tecnologie digitali (44% vs 38%). Così come le imprese femminili investitrici segnalano maggiori difficoltà legati ai costi elevati delle tecnologie (21% vs 15% delle non investitrici), alla scarsa conoscenza delle agevolazioni pubbliche e alla difficoltà di ottenerle (13% vs 6%).

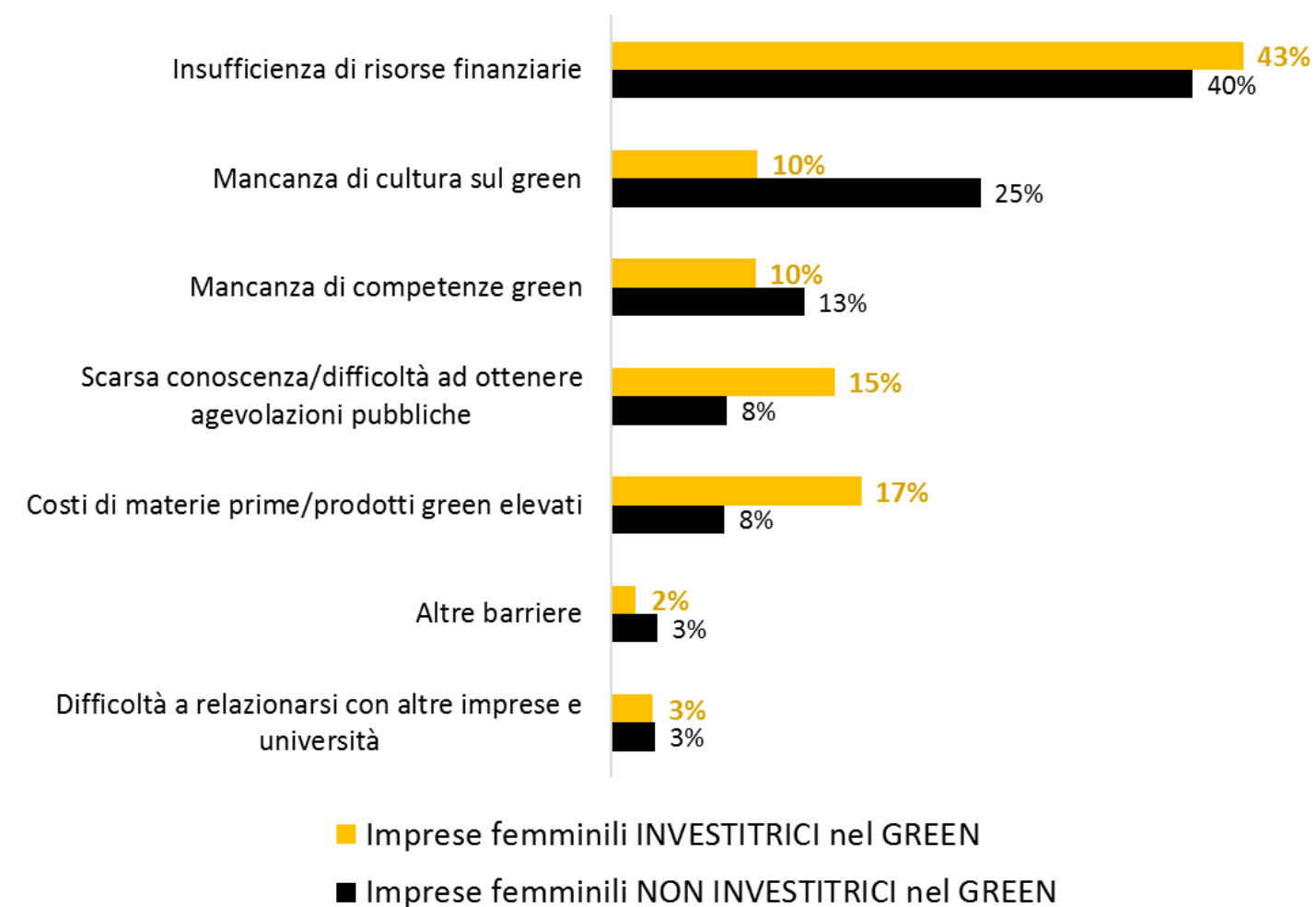
Mentre, per le imprese non investitrici assumono un maggiore impatto barriere legate alla cultura sul digitale (8% vs 24%) e alla mancanza di competenze in materia (11% vs 14%).

\* Imprese che hanno investito/investono/investiranno nelle tecnologie digitali.

\*\* Imprese che non hanno investito e non investiranno nelle tecnologie digitali.

# Transizione ecologica: le barriere per le imprese femminili

Distribuzione % delle imprese FEMMINILI secondo le BARRIERE ad investire nel GREEN: le differenze tra imprese green e non green



Riguardo invece alla transizione green, l'insufficienza di risorse finanziarie rappresenta il maggiore ostacolo per il 43% delle imprese femminili che hanno investito/investono o investiranno nel green e per il 40% delle imprese che non hanno investito e non investiranno in sostenibilità ambientale.

Le imprese femminili investitrici segnalano maggiori difficoltà legati ai costi elevati delle materie prime/ prodotti green (17% vs 8% delle non investitrici) e alla scarsa conoscenza delle agevolazioni pubbliche e alla difficoltà di ottenerle (15% vs 8%).

La mancanza di una cultura sul green e di competenze green sono ovviamente degli ostacoli maggiori per le imprese non investitrici (25% vs 10% nel primo caso e 13% vs 10% nel secondo caso).

La difficoltà nel relazionarsi con altre imprese o con le università rappresenta un ostacolo solo per il 3% delle imprese femminili, sia investitrici che non.

\* Imprese che hanno investito/investono/investiranno nel green.

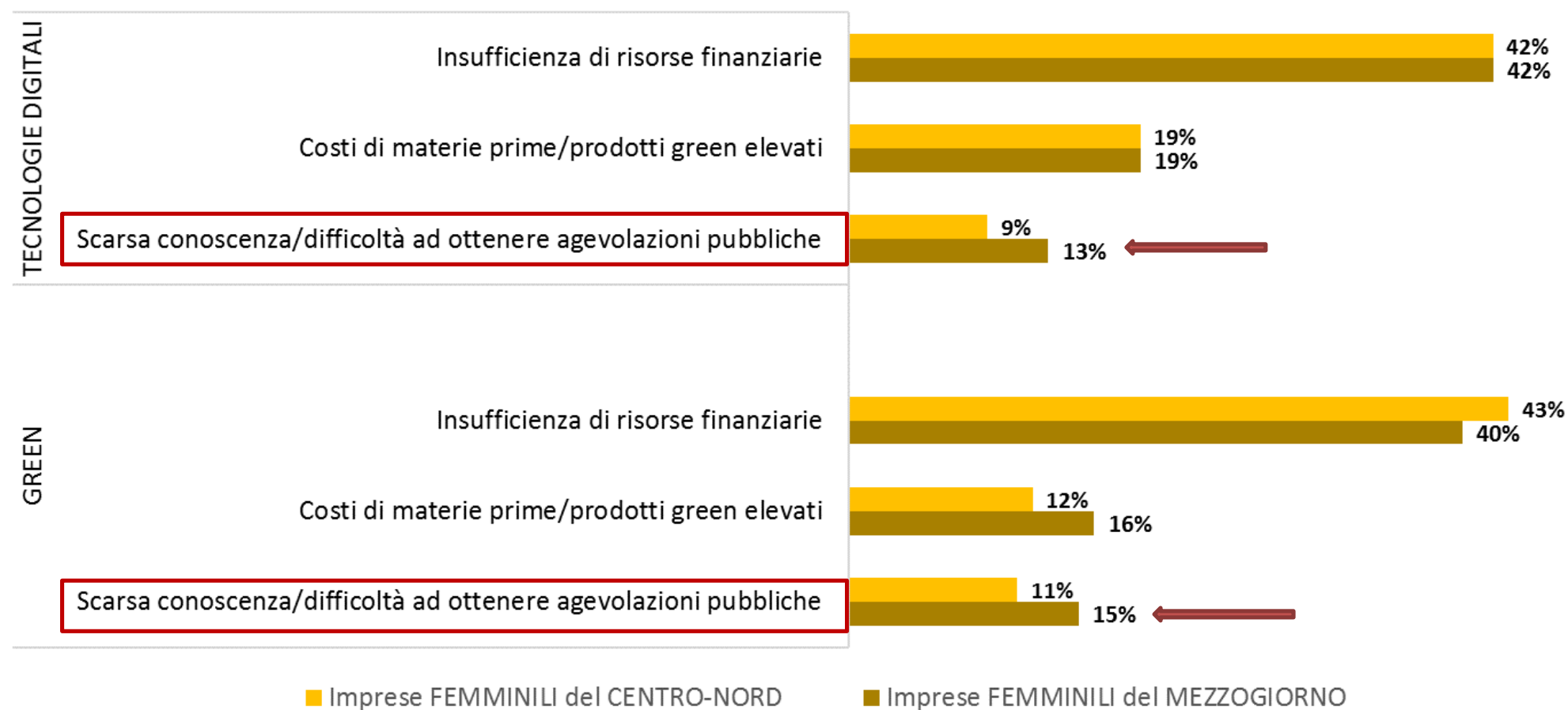
\*\* Imprese che non hanno investito e non investiranno nel green.



# Transizione digitale ed ecologica: le principali barriere per le imprese femminili

## Mezzogiorno vs Centro-Nord

Distribuzione % delle imprese FEMMINILI secondo le prime tre BARRIERE ad investire nelle TECNOLOGIE DIGITALI e nel GREEN: Mezzogiorno vs Centro-Nord



Volendo affinare ulteriormente l'analisi, è possibile indagare quali sono le principali problematiche che le imprese femminili devono affrontare rispetto alle specificità del territorio meridionale.

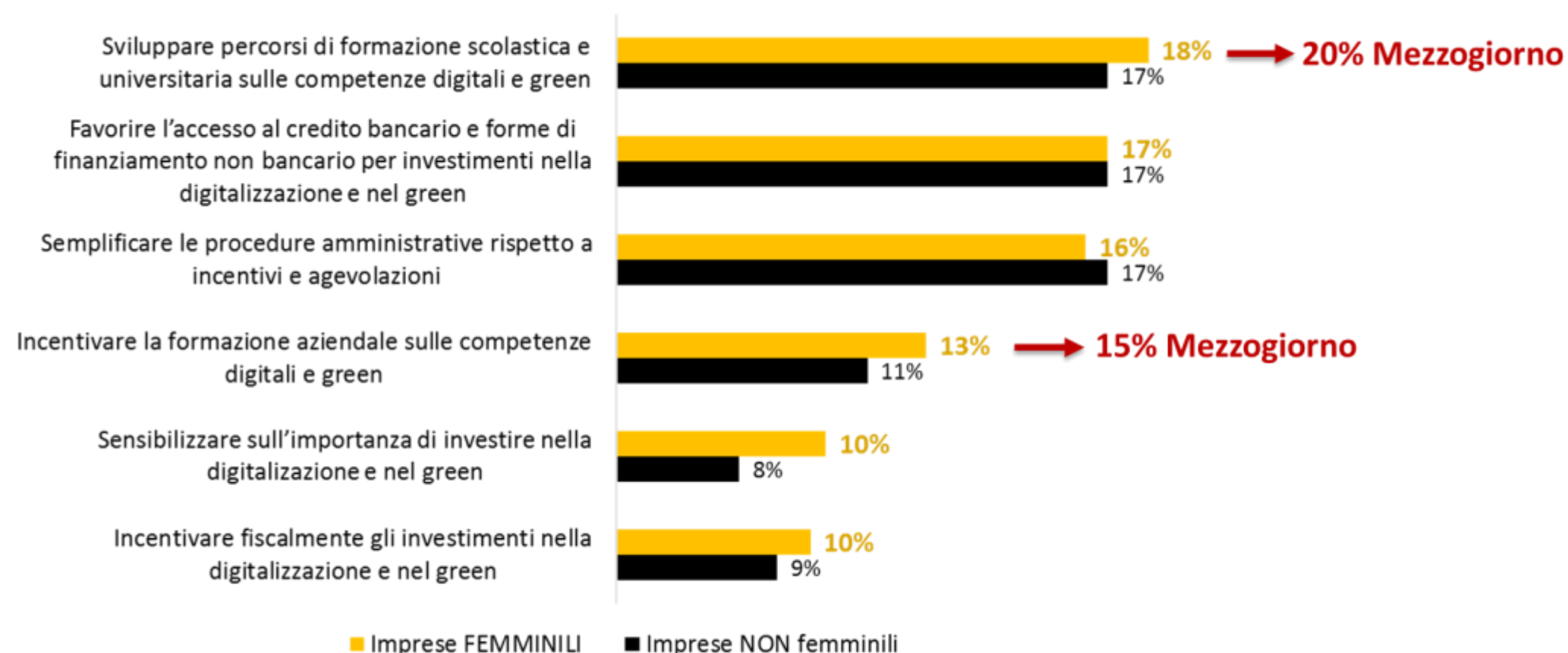
La principali tre barriere ad investire nelle tecnologie digitali sono, nell'ordine: l'insufficienza di risorse finanziarie (segnalato dal 42% sia delle imprese del Mezzogiorno che del Centro-Nord), l'elevato costo delle tecnologie (segnalato dal 19% delle imprese in entrambe le aree) e la scarsa conoscenza/difficoltà a ottenere delle agevolazioni pubbliche che rappresenta un maggiore ostacolo per le imprese del Mezzogiorno rispetto a quelle del Centro-Nord (13% vs 9%). Quest'ultimo aspetto solleva importanti riflessioni rispetto all'attuazione del PNRR in questa

importante parte dell'Italia.

Per ciò che concerne le barriere alla realizzazione degli investimenti in sostenibilità ambientale, la plurisegnalata insufficienza di risorse finanziarie rappresenta, ancora una volta, la principale difficoltà per il 40% delle imprese del Mezzogiorno e per il 43% delle imprese del Centro-Nord. I costi delle materie prime e dei prodotti green rappresentano un ostacolo maggiore per le imprese localizzate al Mezzogiorno rispetto a quelle del Centro-Nord (segnalato rispettivamente dal 16% e dal 12% delle imprese); stessa propensione si ha per quanto riguarda la motivazione concernente la scarsa conoscenza/difficoltà ad ottenere delle agevolazioni pubbliche (15% vs 11%).

# Transizione digitale ed ecologica: le policy per le imprese femminili

Quote % delle imprese secondo le azioni di POLICY più richieste per supportare gli investimenti nelle TECNOLOGIE DIGITALI e nel GREEN: imprese femminili vs imprese non femminili



Accanto alle barriere sono stati indagati anche più direttamente gli strumenti di policy necessari secondo le imprese. Coerentemente con i principali ostacoli emersi, il 18% delle imprese femminili (e il 17% delle non femminili) segnala quale principale azione di supporto lo sviluppo di corsi di formazione scolastica/universitaria per l'acquisizione di competenze digitali e green: la quota di imprese femminili meridionali che ha segnalato la suddetta policy sale al 20%. Per il 17% delle imprese sia femminili che non sarebbe opportuno avviare azioni che favoriscano l'accesso al credito bancario o ad altre forme di finanziamento (mercato dei capitali, venture capital, ecc.) affinché sia consentito loro di intraprendere gli investimenti nel digitale e nel green. Il 16% delle imprese femminili intervistate (e il 17% di quelle non femminili) ha indicato tra le policy una semplificazione delle procedure amministrative per l'ottenimento di

agevolazioni.

Incentivare la formazione aziendale sulle competenze green/digital è considerato risolutivo per il 13% delle imprese femminili (percentuale che raggiunge il 15% nel caso delle imprese localizzate nel Mezzogiorno) e dall'11% delle imprese non femminili.

Anche la promozione e la sensibilizzazione sull'importanza di investire nella transizione digitale e nella sostenibilità ambientale rappresenta una policy segnalata da una buona percentuale di imprese (10% di quelle femminili e l'8% di quelle non femminili); percentuali simili si riscontrano anche nel caso delle segnalazioni relative agli incentivi fiscali che potrebbero essere applicati nel caso degli investimenti nelle digitalizzazione e nel green (10% delle imprese femminili vs 9% di quelle non femminili).

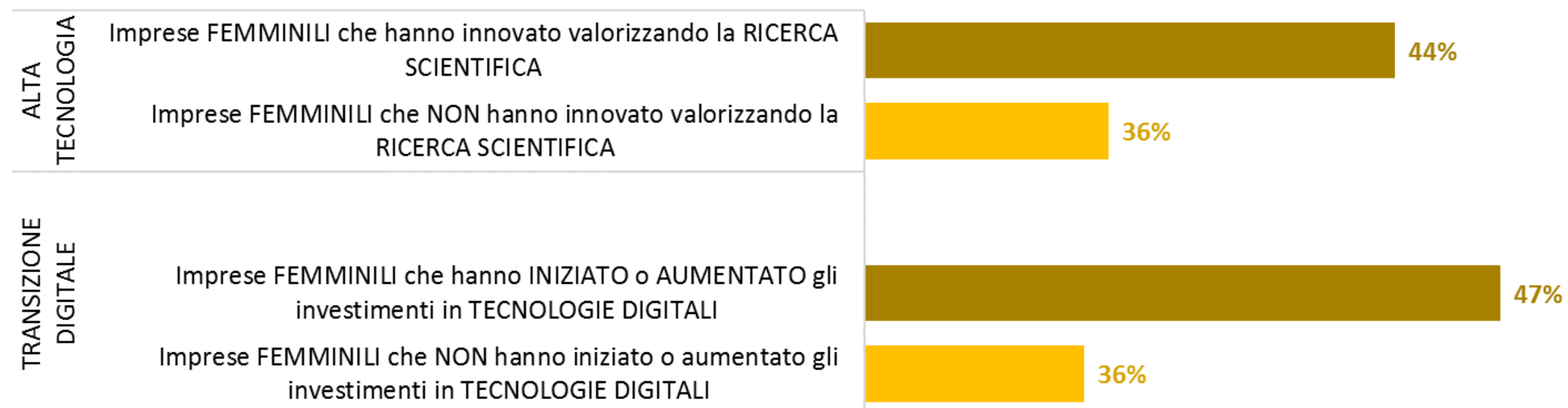
# Decreto Fondo impresa femminile: perché investire in alta tecnologia e transizione digitale

Nonostante la maggior parte delle realtà produttive non sia passata indenne dalle conseguenze generate dalla pandemia da Covid-19, vi sono state imprese che già nel biennio 2020-2021 hanno fatto registrare un aumento sia del fatturato che dell'occupazione. Dagli esiti dell'indagine è emerso che la maggiore spinta alla crescita sia derivata dall'aver investito in alta tecnologia e nella transizione digitale. Questa evidenza avvalorava fortemente l'importanza delle azioni definite dal «Fondo impresa femminile» che puntano sulla diffusione della ricerca scientifica e delle tecnologie digitali tra le imprese «rosa».

Basti pensare che il 44% delle imprese femminili che hanno innovato valorizzando la ricerca scientifica hanno registrato un aumento delle performance in termini di aumento di fatturato e occupazione (vs il 36% delle imprese femminili che non lo hanno fatto).

Allo stesso modo, il 47% delle imprese femminili che ha iniziato o aumentato gli investimenti in tecnologie digitali ha migliorato le performance; lo stesso risultato è stato raggiunto soltanto dal 36% delle imprese che non hanno investito nella transizione digitale.

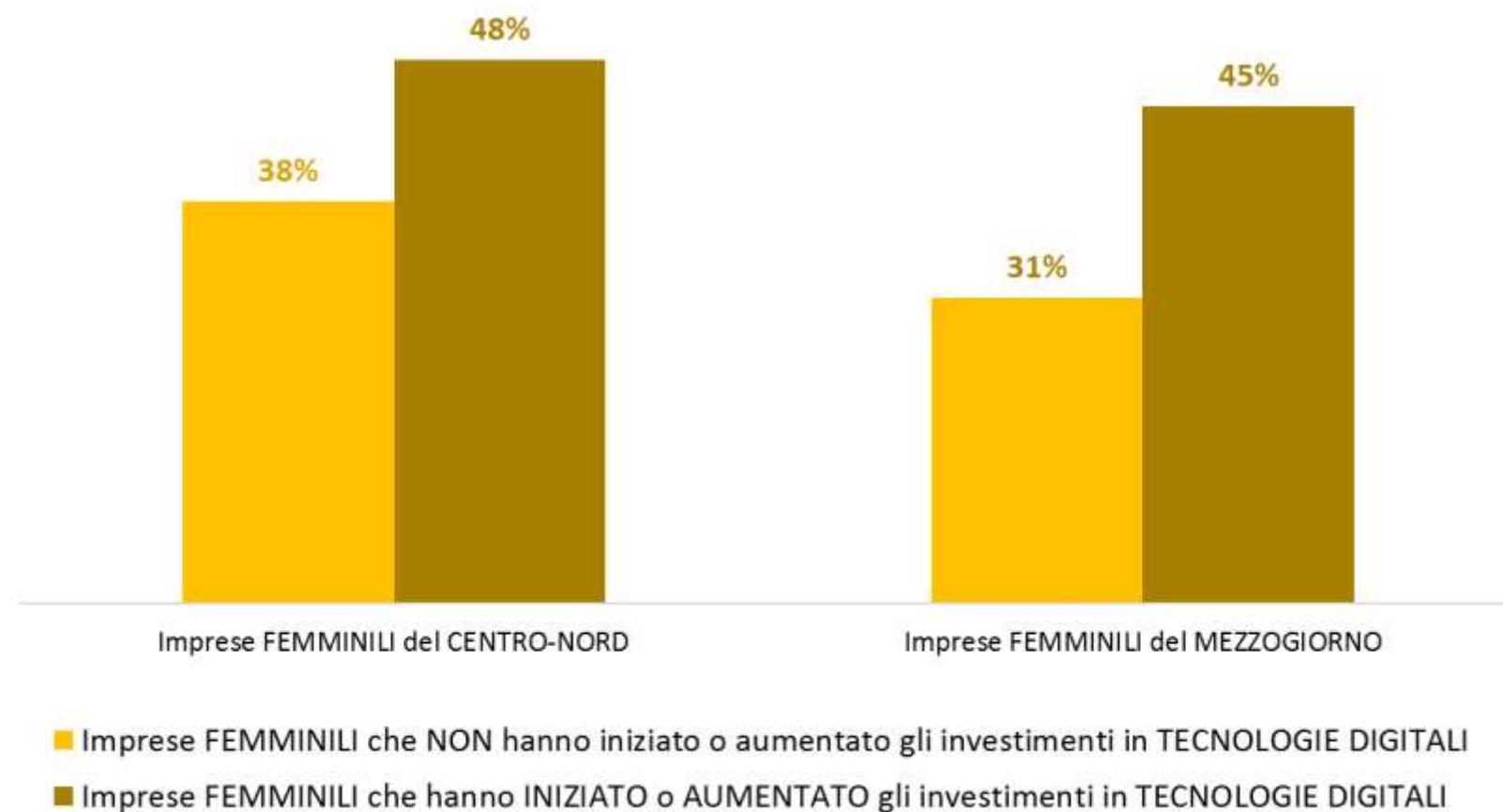
Quote % di imprese FEMMINILI con AUMENTO del FATTURATO e dell'OCCUPAZIONE nel biennio 2021-22: la spinta dell'alta tecnologia e della transizione digitale



\* Transizione digitale: investimenti in tecnologie digitali

# Decreto Fondo impresa femminile: perché investire sul Mezzogiorno

Quote % di imprese FEMMINILI con AUMENTO del FATTURATO e dell'OCCUPAZIONE nel biennio 2021-22: la maggiore spinta della transizione digitale al Mezzogiorno



Dato che il «Fondo impresa femminile» dedica un'attenzione particolare al Mezzogiorno, si è proceduto ad indagare se i temi su cui punta tale policy hanno una importante valenza anche nell'Italia meridionale. Ebbene, anche nel Mezzogiorno si può riscontrare una forte spinta delle tecnologie digitali al miglioramento delle performance economiche delle imprese femminili. Infatti, in quest'area, un aumento del fatturato e dell'occupazione nel biennio 2021-2022 è stato conseguito dal 45% delle imprese che hanno investito in tecnologie digitali, contro appena il 31% nel caso di quelle che non hanno investito. E tale scarto è proprio più ampio al Mezzogiorno, considerando che al Centro-Nord le due quote percentuali sono state rispettivamente del 48% e del 38%. Tale evidenza avvalorava ulteriormente l'importanza di puntare con decisione al Mezzogiorno, in quanto rappresenta un'area dove la digitalizzazione costituisce un fattore altamente propulsivo della competitività delle imprese.



# Decreto Fondo impresa femminile: perché supportare l'integrazione delle tecnologie digitali nei processi produttivi e organizzativi

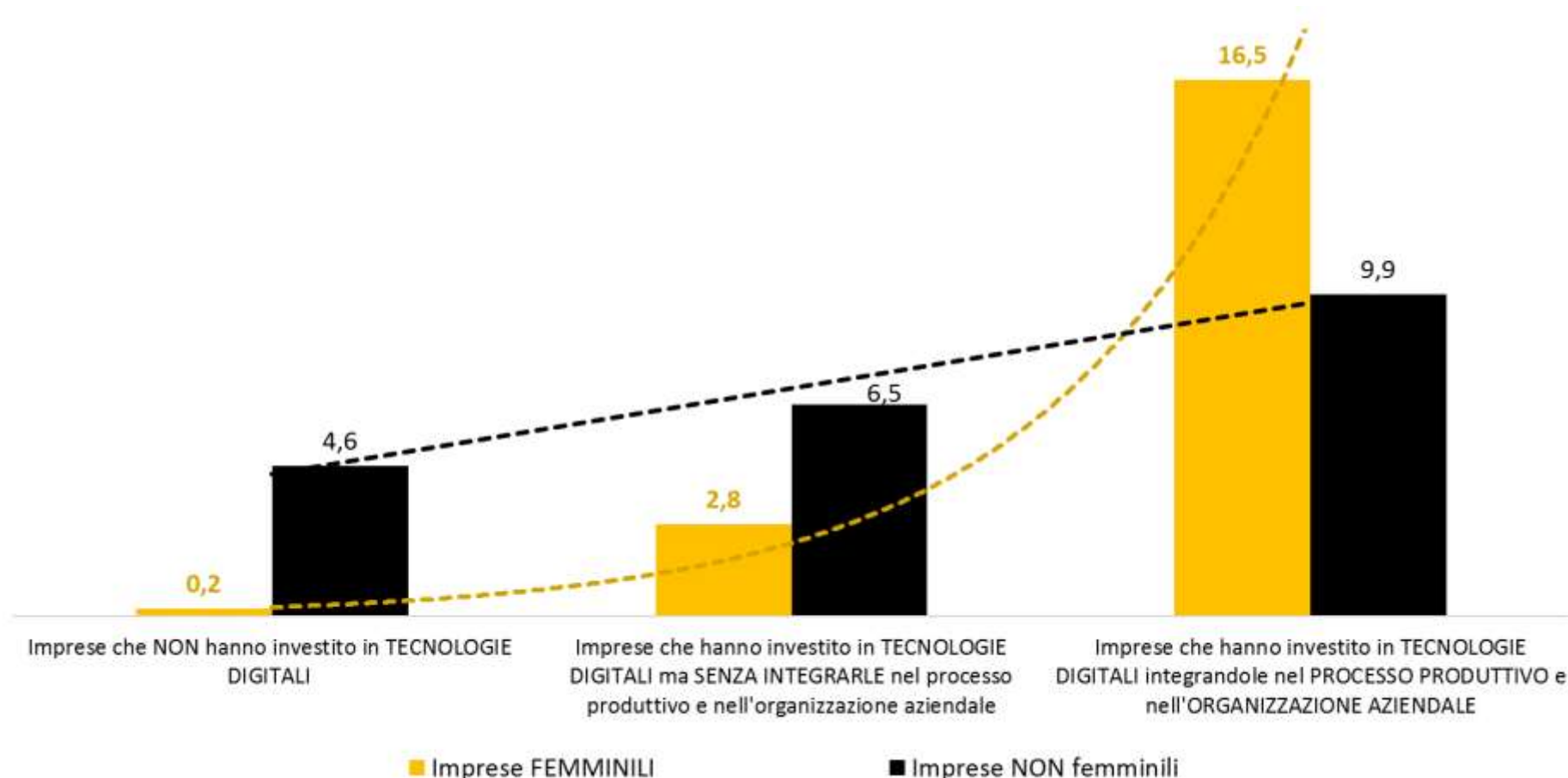
Il «Fondo impresa femminile» non ha solo l'obiettivo di aumentare la mera adozione di tecnologie digitali ma, in realtà, sarebbe quello di riuscire a far sì che tali investimenti nella digitalizzazione siano in grado di innovare i modelli di business dell'impresa per riuscire ad aumentarne la propria competitività. Da qui, l'importanza che le tecnologie digitali siano implementate pienamente nei processi produttivi aziendali per ottenere i maggiori vantaggi, a partire ad esempio dalla produttività.

Analizzando proprio la produttività, valutata in termini di variazione nominale del valore aggiunto per addetto, si scoprono tassi di aumento crescenti passando dalle imprese che non hanno investito nella digitalizzazione a quelle che lo hanno fatto integrando le tecnologie digitali nel processo produttivo innovando il proprio modello di business, passando per quelle che hanno investito ma senza integrazione (cioè senza cambiare il modello di business).

Nello specifico, si registra un aumento della produttività nel periodo 2017-19 pari allo 0,2% nelle imprese femminili che non hanno investito nelle tecnologie digitali (vs 4,6% delle imprese non femminili) e una variazione pari al 2,8% nel caso delle imprese femminili che hanno investito in tecnologie digitali ma senza integrarle nei processi produttivi/organizzativi (vs il 6,5% delle imprese non femminili). Infine, nel caso in cui le imprese abbiano integrato gli investimenti digitali nei propri processi interni a livello di produzione o di organizzazione i tassi di crescita superano le due cifre nel caso delle imprese femminili (16,5%), superando il 9,9% nel caso delle imprese non femminili, delineando così uno stacco di ben 6,6 punti percentuali a favore dell'imprenditoria rosa.

Tali risultati testimoniano l'importanza di puntare sull'integrazione delle tecnologie digitali all'interno dei processi produttivi/organizzativi soprattutto nel caso delle imprese femminili, perché è proprio per questo spaccato di imprenditoria che tale strategia esercita un effetto più forte sulla competitività.

**CRESCITA della PRODUTTIVITÀ delle imprese\*: gli effetti degli investimenti in tecnologie digitali e dell'integrazione nei processi produttivi e organizzativi**

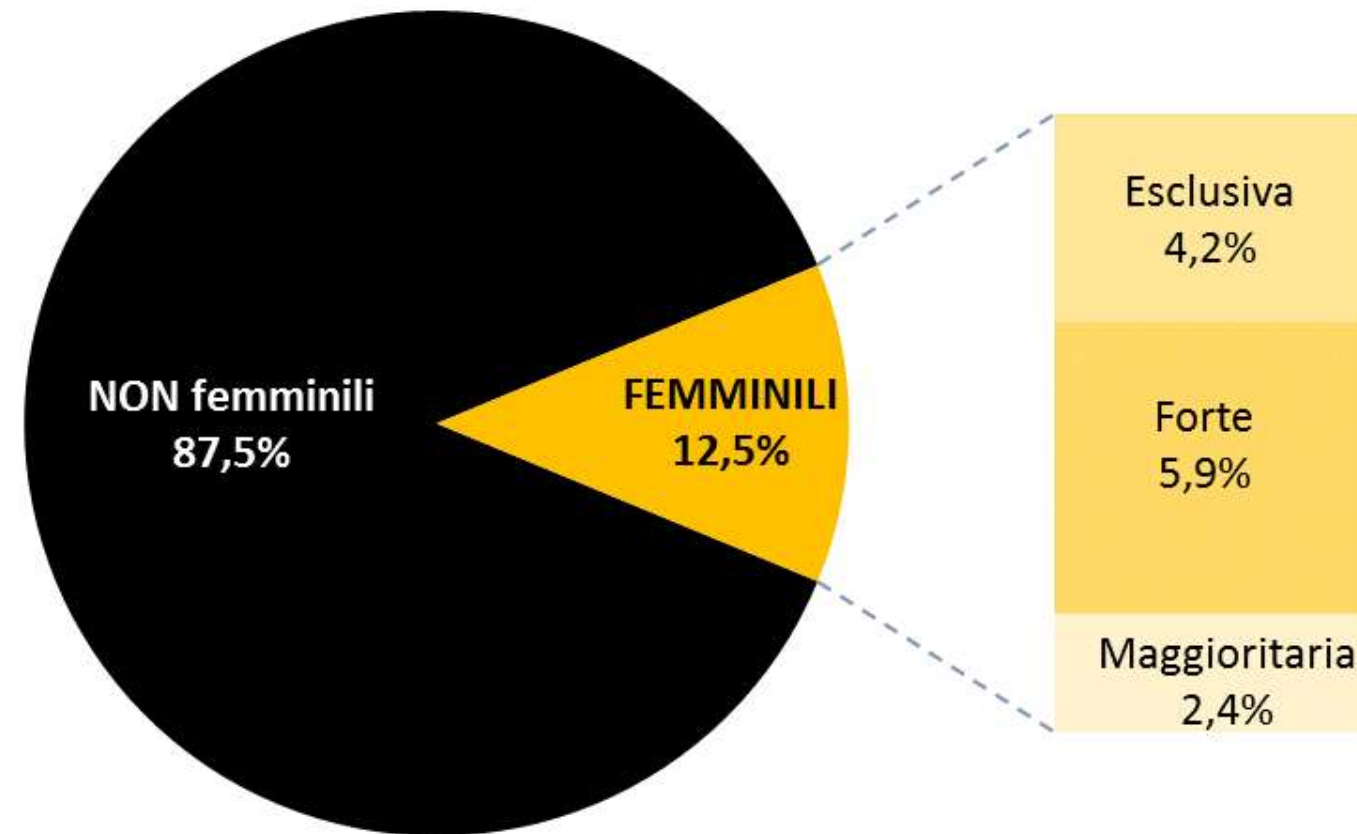


\* Variazione nominale del valore aggiunto per addetto nel periodo 2017-19.

START-UP INNOVATIVE

# Nascere dall'innovazione: le startup femminili innovative

Quota % di startup innovative (dati al 31 dicembre 2021): genere e intensità della presenza femminile



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. Nell'ambito della normativa italiana (vedasi Legge 221/2012 e successive modifiche) sono da considerarsi startup innovative le società di capitali, costituite anche in forma cooperativa, o società europee aventi sede fiscale in Italia, che rispondono a determinati requisiti<sup>13</sup> e aventi come oggetto sociale esclusivo o prevalente: lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico.

In Italia, al 31 dicembre 2021 risultavano iscritte alla Sezione speciale del Registro delle imprese poco più di 14 mila e quattrocento start-up innovative, di cui circa 1.800 femminili, pari al 12,5% del totale. Si tratta di imprese ad esclusiva (4,2%), forte (5,9%) e maggioritaria (2,4%) presenza femminile.

CERTIFICAZIONE DI PARITÀ DI GENERE:  
IL PUNTO DI VISTA DEGLI IMPRENDITORI



# Certificazione di parità di genere

Come esposto nella prima parte del lavoro, finora in nessun paese è stata raggiunta la parità tra uomini e donne e persistono gap di genere più o meno consistenti soprattutto nel mondo del lavoro, nelle posizioni dirigenziali e nella partecipazione alla vita politica e istituzionale. Il raggiungimento dell'uguaglianza di genere e della emancipazione di tutte le donne rappresenta uno dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile che gli Stati si sono impegnati a raggiungere entro il 2030.

La centralità delle questioni relative al superamento delle disparità di genere viene ribadita anche nel Piano nazionale di ripresa e resilienza (PNRR) per rilanciare lo sviluppo nazionale in seguito alla pandemia. Il Piano, infatti, individua la Parità di genere come una delle tre priorità trasversali perseguite in tutte le missioni che compongono il Piano. Nell'ambito della Missione 5 del Piano, l'investimento 1.3 è dedicato alla attivazione di un Sistema nazionale di certificazione della parità di genere, con l'obiettivo di incentivare le imprese ad adottare policy adeguate a ridurre il divario di genere in tutte le aree che presentano maggiori criticità, come le opportunità di carriera, la parità salariale a parità di mansioni, le politiche di gestione delle differenze di genere e la tutela della maternità.

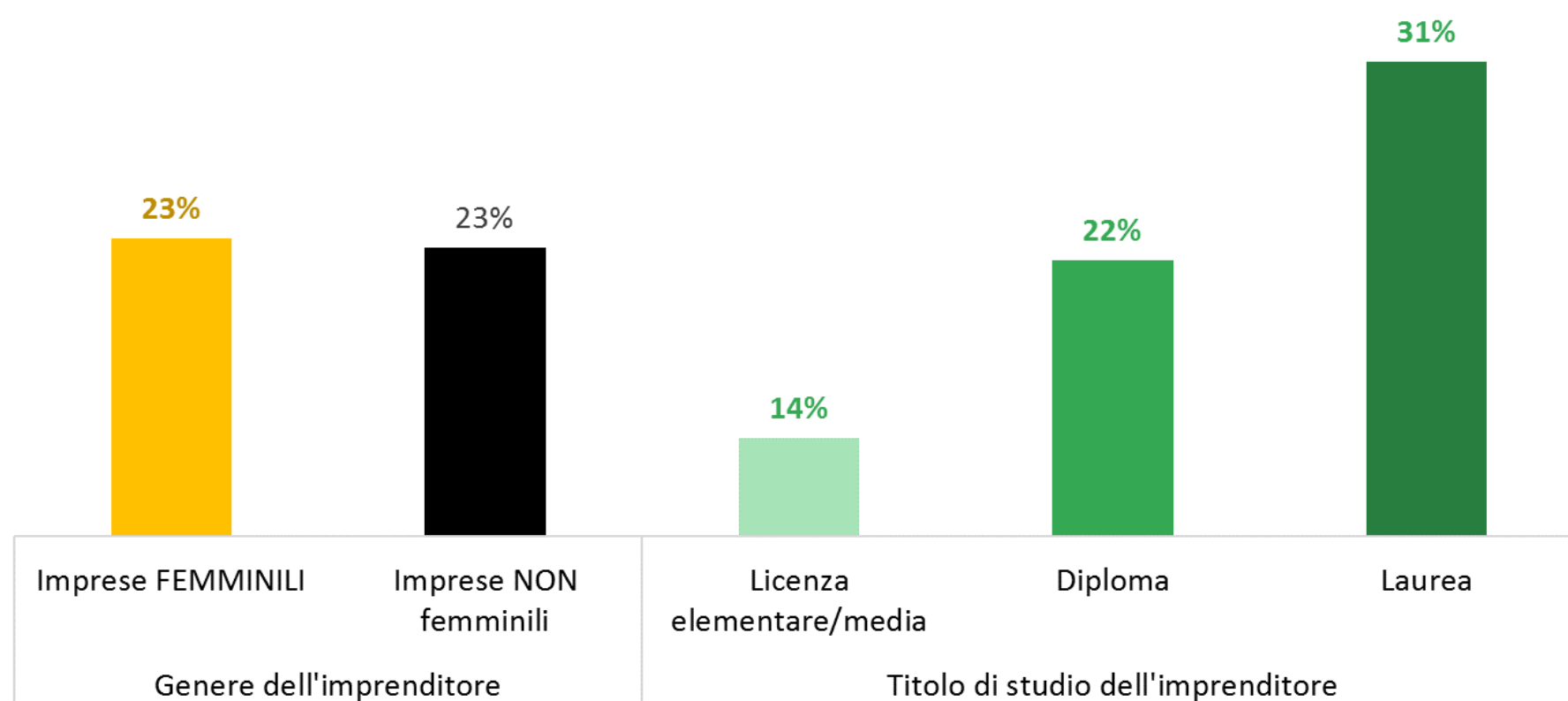
La legge di bilancio 2022 (art. 1, c. 139-147, L. 234/2021) prevede proprio l'adozione di un Piano strategico nazionale per la parità di genere, con l'obiettivo, tra l'altro, di realizzare un sistema nazionale di certificazione della parità di genere già previsto dalla legge 5 novembre 2021, n.

162 - che reca disposizioni in materia di pari opportunità tra uomo e donna in ambito lavorativo e prevede l'istituzione, a decorrere dal 1° gennaio 2022, della certificazione della parità di genere, al fine di riconoscere le misure adottate dai datori di lavoro per ridurre il divario di genere in relazione alle opportunità di crescita in azienda, alla parità salariale a parità di mansioni, alle politiche di gestione delle differenze di genere e alla tutela della maternità. Al possesso di tale certificazione è collegata la concessione di appositi sgravi contributivi.

A tal riguardo, a marzo 2022 è stata delineata la prassi di riferimento Uni/PdR 125:2022 che definisce le linee guida sul sistema di gestione per la parità di genere, prevedendo sei criteri (driver) necessari per stabilire la concessione della certificazione: a) rispetto dei principi costituzionali di parità e uguaglianza; b) adozione di politiche e misure per favorire l'occupazione femminile - specie quella delle giovani donne e quella qualificata - e l'imprenditoria femminile, anche con incentivi per l'accesso al credito e al mercato ed agevolazioni fiscali; c) adozione di misure che favoriscano l'effettiva parità tra uomini e donne nel mondo del lavoro, tra cui: pari opportunità nell'accesso al lavoro, parità reddituale, pari accesso alle opportunità di carriera e di formazione, piena attuazione del congedo di paternità in linea con le migliori pratiche europee; d) promozione di politiche di welfare a sostegno del "lavoro silenzioso" di chi si dedica alla cura della famiglia.

# Certificazione di parità di genere: una questione più di livello di istruzione che di genere dell'imprenditore

Quote % di imprese che sono interessate ad ottenere la CERTIFICAZIONE DI PARITÀ DI GENERE:  
genere e livelli di istruzione degli imprenditori a confronto



Costituzione (uguaglianza sostanziale); f) integrazione del principio dell'equità di genere nella normativa nazionale affinché la sua adozione volontaria diventi riferimento qualora fosse richiesto alle organizzazioni pubbliche e private di ogni settore e dimensione di certificare la sostenibilità e l'adozione di politiche di genere, giustificata a ragione di specifiche esigenze e finalità produttive, in contesti quali, ad esempio, gare di appalto, rilascio di contributi pubblici oppure da un sistema di premialità allineato ai principi di libero mercato.

Il 23% degli imprenditori intervistati (sia delle imprese femminili che non femminili) si sono dichiarati interessati ad ottenere la Certificazione di parità di genere; la propensione è maggiore negli imprenditori in possesso di una laurea (31%), rispetto a quelli in possesso di un diploma (22%) e soprattutto rispetto a quelli in possesso di licenza elementare/media (14%). Ciò porta all'attenzione l'importanza di aumentare la conoscenza e consapevolezza di questo importante tema lungo tutto il sistema imprenditoriale, a partire dagli imprenditori con i più bassi livelli di istruzione.

MIX MANAGEMENT, ASSET INTANGIBILI E  
PERFORMANCE: IL QUADRO  
CONCETTUALE

# Quando i gap di competitività si annullano

Secondo analisi ad hoc sui risultati dell'indagine, i gap delle imprese femminili (rispetto a quelle non femminili) sulla propensione ad investire negli asset intangibili (R&S e proprietà industriale; Capitale organizzativo; Open innovation; Capitale umano) si annullano in presenza di un mix management (presenza di manager donne e uomini); così come i gap di performance economica si annullano in presenza di investimenti negli asset intangibili. In altre parole, il mix management favorisce la propensione ad investire negli asset intangibili i quali influenzano positivamente le performance economiche delle imprese femminili annullando i gap rispetto a quelle maschili.





MIX MANAGEMENT E ASSET INTANGIBILI

# Asset intangibili: i gap delle imprese femminili

## GLI ASSET INTANGIBILI

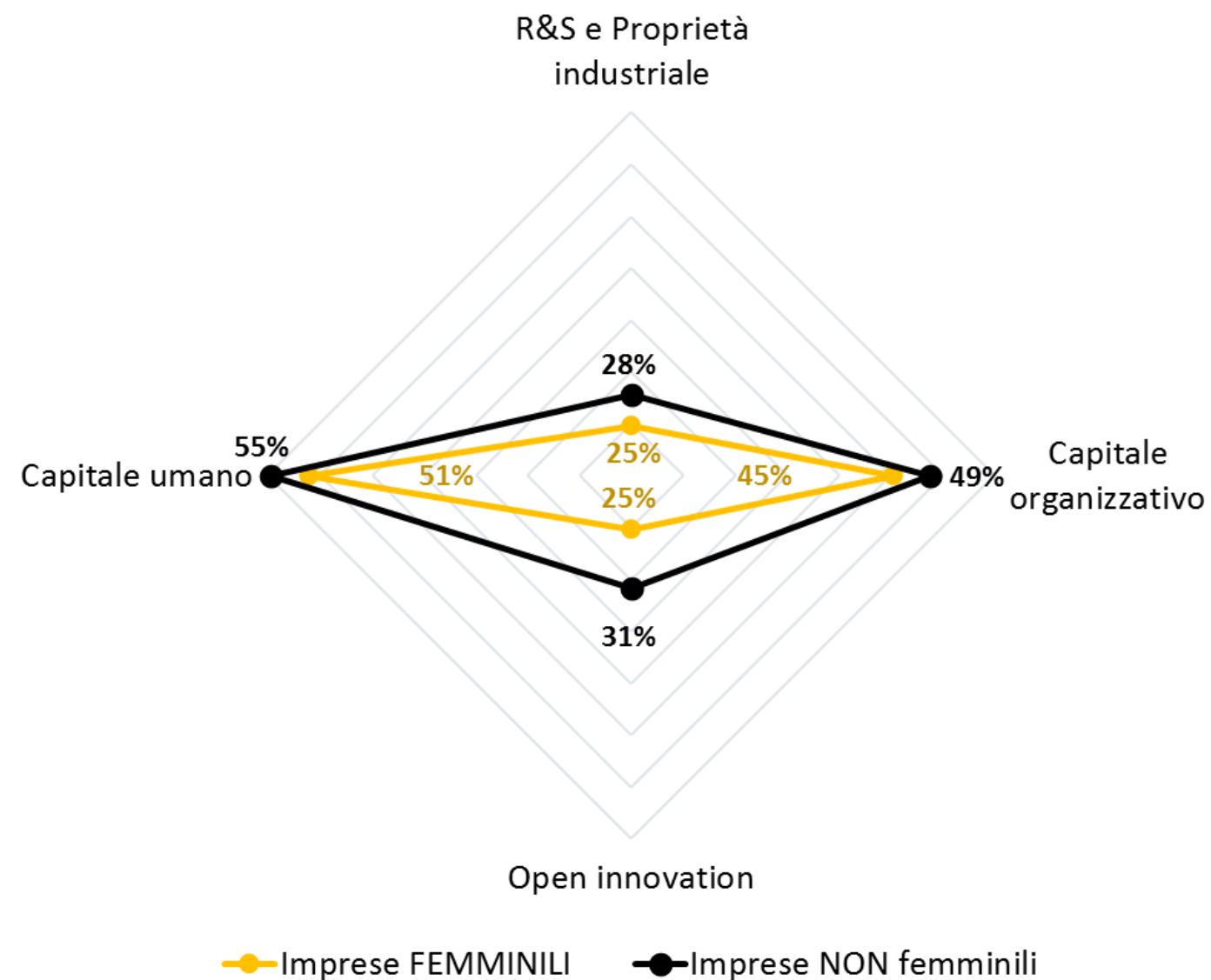
**R&S e Proprietà industriale:** investimenti nella ricerca e sviluppo e/o titolarità di diritti di proprietà industriale.

**Capitale organizzativo:** riorganizzazione aziendale e/o possesso di certificazioni

**Open innovation:** attività di innovazione collaborando con altre imprese, università e centri di ricerca, istituzioni territoriali, consumatori.

**Capitale umano:** attività di formazione su competenze tecnico-professionali, digitali, green e manageriali.

Quote % delle imprese che investono negli asset intangibili: il gap delle imprese femminili

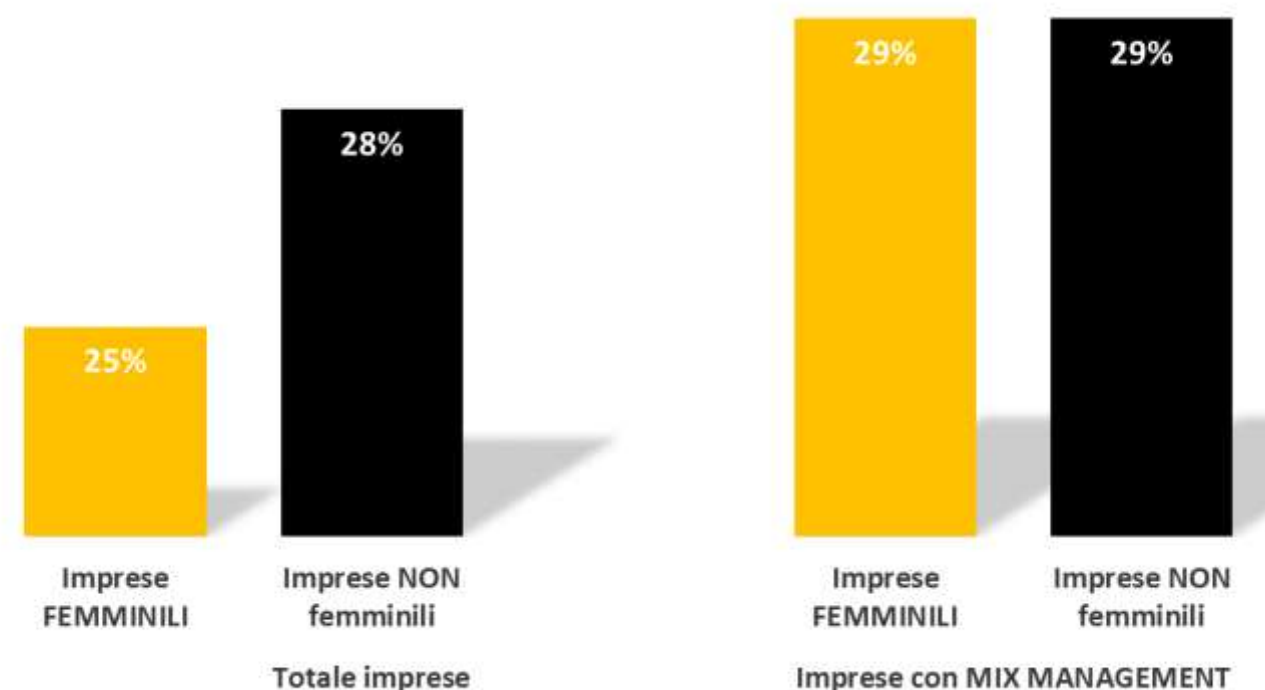


In generale, le imprese femminili investono meno negli asset intangibili. Il gap maggiore rispetto alle imprese non femminili riguarda l'open innovation, ossia l'attività di innovazione che l'impresa riesce a realizzare in collaborazione con altre imprese, università/centri di ricerca, istituzioni, clienti (31% vs 25%). Un gap pari a 4 punti percentuali si registra tra imprese femminili e non che investono nel Capitale umano (55% vs 51%) e nel Capitale organizzativo (49% vs 45%). Un minore scarto si registra tra le imprese femminili e non che investono in R&S e/o in titolarità di diritti di proprietà industriale (28% vs 25%).

# Management e asset intangibili: la spinta del mix che annulla il gap

*R&S e proprietà industriale*

Quote % delle imprese che investono in R&S E IN DIRITTI DI PROPRIETÀ INDUSTRIALE\*: *il mix management che annulla il gap di genere*



Tuttavia, in presenza di un mix management (ossia nel caso di un team manageriale con presenza di donne e uomini) il gap di genere pocanzi evidenziato tende ad assottigliarsi ovvero ad annullarsi.

Infatti, come già detto, investono in R&S e in diritti di proprietà industriale, il 25% delle imprese femminili e il 28% delle imprese non femminili. Tuttavia, considerando le sole imprese gestite da manager sia di genere femminile che maschile (mix management) la percentuale delle investitrici, sia femminili che non, sale al 29%, mentre si ferma al 18% nel caso delle imprese femminili senza mix management.

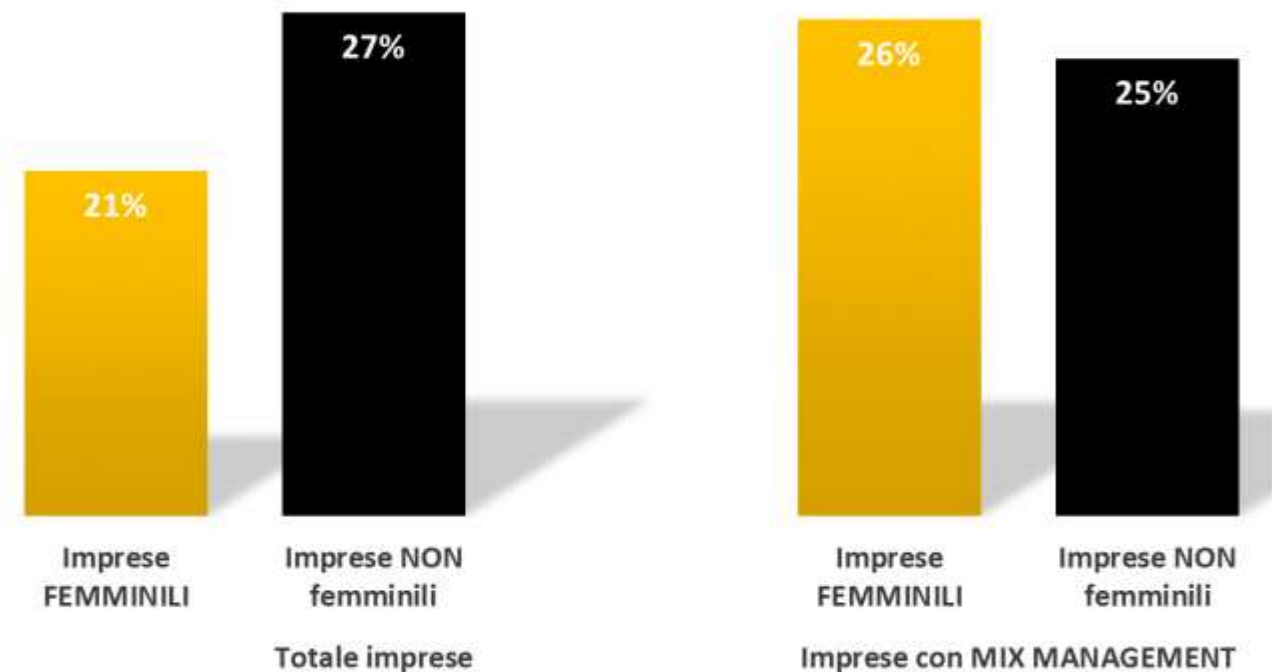
In sostanza, in questo caso come nel caso degli altri asset intangibili, il mix management annulla non solo il divario tra imprese femminili e non femminili, ma migliora di molto le performance all'interno della stessa imprenditoria femminile.

\*Imprese che hanno investito nel periodo 2017-19 in R&S e/o titolari di diritti di proprietà industriale.

# Management e asset intangibili: la spinta del mix che annulla il gap

*Open innovation*

Quote % delle imprese start-up che svolgono OPEN INNOVATION\*: *il mix management che annulla il gap di genere nel caso delle startup*



Anche nel campo dell'open innovation il mix management aiuta a colmare i gap delle imprese femminili, soprattutto nel caso delle startup (imprese fino a 5 anni di età). Infatti, mentre sul totale delle start-up quelle femminili hanno una minore propensione ad investire nella open innovation (attività di innovazione collaborando con altre imprese, università e centri di ricerca, istituzioni territoriali, consumatori) rispetto alle imprese startup non femminili (21% vs 27%), all'interno delle sole start-up con mix management (presenza di manager sia di genere femminile che maschile) il divario «rosa» si annulla in quanto la propensione ad investire in open innovation è sostanzialmente la medesima tra start-up femminili e non, mostrando semmai un lieve vantaggio per le imprese «rosa» (26% vs 25%). Tra le imprese start-up femminili senza mix management tale propensione si ferma al 12%.

In sostanza, in questo caso come nel caso degli altri asset intangibili, il mix management annulla non solo il divario tra imprese femminili e non femminili, ma migliora di molto le performance all'interno della stessa imprenditoria femminile.

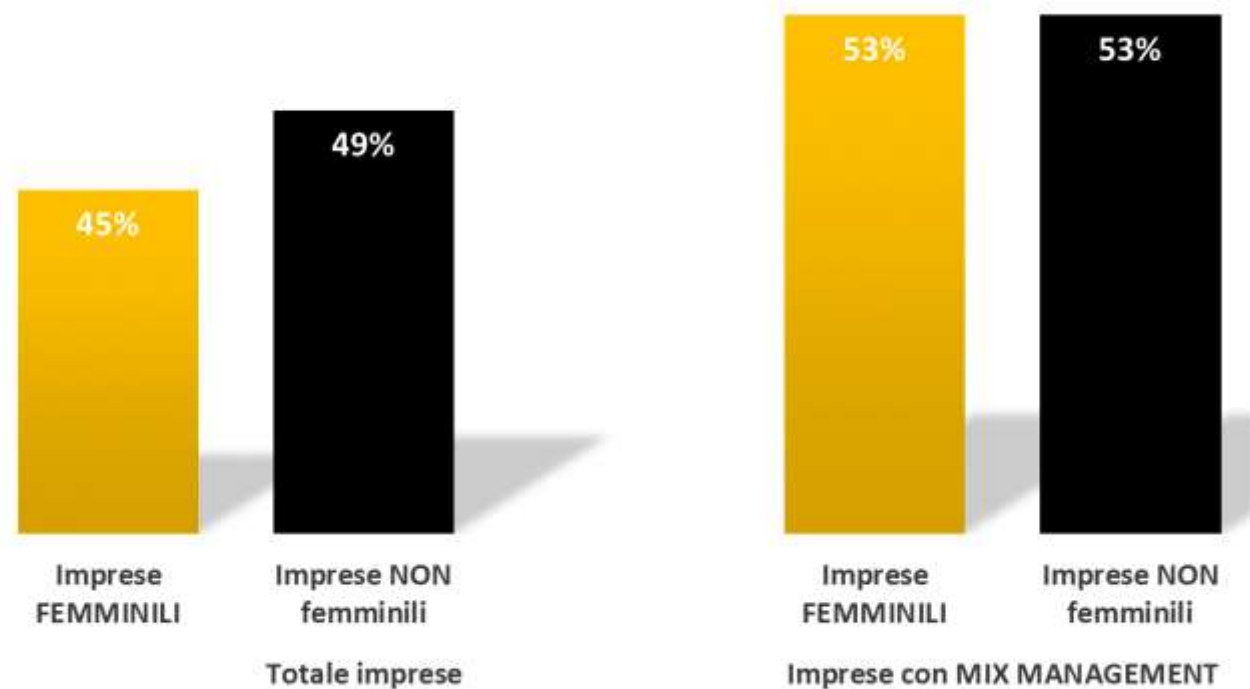
\*Imprese che hanno effettuato nel periodo 2017-19 attività di innovazione collaborando con altre imprese, università e centri di ricerca, istituzioni territoriali, consumatori.



# Management e asset intangibili: la spinta del mix che annulla il gap

*Capitale organizzativo*

**Quote % delle imprese che investono nel CAPITALE ORGANIZZATIVO\*: *il mix management che annulla il gap di genere***



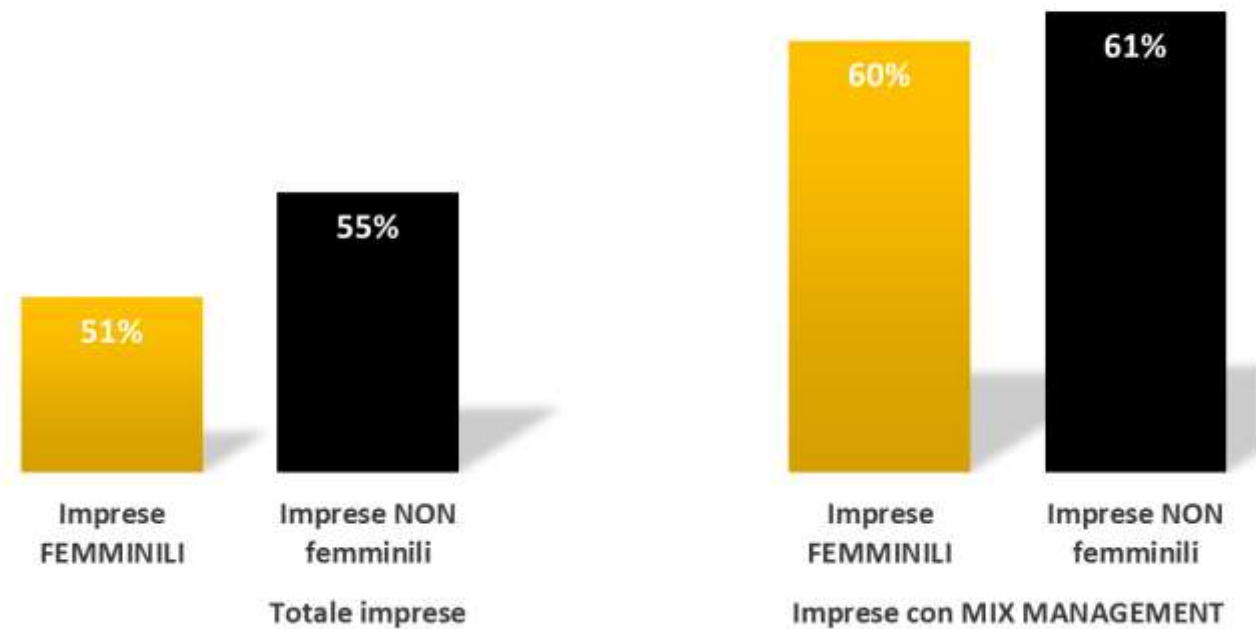
Stesso fenomeno si verifica sul capitale organizzativo, inteso come riorganizzazione aziendale e/o possesso di certificazioni. In questo caso, la quota delle imprese che investe in tale asset intangibile è del 45%, contro il 49% delle imprese non femminili. Tale divario si annulla se guardiamo alle sole imprese con mix management, all'interno delle quali non esistono differenze di genere dato che la quota delle imprese che investono nel capitale organizzativo è uguale a seconda del genere: 53%. Si conferma semmai il forte divario rispetto alle stesse imprese femminili ma senza mix management, la cui quota scende al 32%.

\*Imprese che hanno investito nel periodo 2017-19 in innovazione organizzativa e/o posseggono certificazioni.

# Management e asset intangibili: la spinta del mix che annulla il gap

*Capitale umano*

**Quote % delle imprese che investono nel CAPITALE UMANO\*: *il mix management che annulla il gap di genere***



Situazione simile riguardo al capitale umano. A fronte del gap delle imprese femminili rispetto a quelle non femminili in termini di quota di imprese che investono nel capitale umano (attività di formazione su competenze tecnico-professionali, digitali, green e manageriali), come differenza tra il 55% e il 51%, non esiste praticamente un divario di genere se guardiamo alle sole imprese con mix management, dove le imprese che investono nel capitale umano sono circa il 60%, che siano femminili o non. Si conferma ancora una volta il forte divario rispetto alle stesse imprese femminili ma senza mix management, la cui quota scende al 35%.

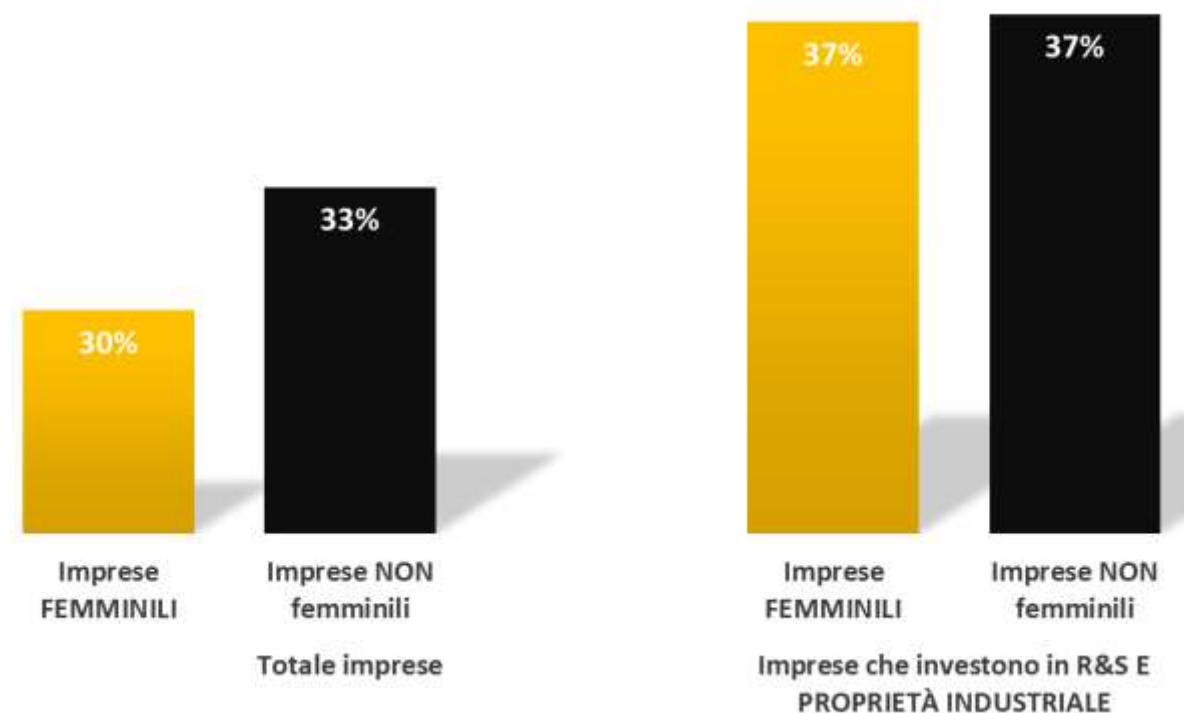
\*Imprese che hanno svolto nel periodo 2017-19 attività di formazione su competenze tecnico-professionali, digitali, green e manageriali.

ASSET INTANGIBILI E COMPETITIVITA'

# Asset intangibili e performance: la spinta "intangibile" che annulla il gap

*R&S e proprietà industriale*

**Quote % delle imprese con FATTURATO IN AUMENTO nel 2021: R&S E DIRITTI DI PROPRIETÀ INDUSTRIALE\* annullano il gap di genere**



La letteratura economica, ci insegna che le imprese che investono negli asset intangibili (cosiddetti intangible assets) sono anche quelle che raggiungono le migliori performance economiche. Tale tesi appare suffragata anche dalle analisi effettuate sulla base dei risultati dell'indagine.

In generale, le imprese con un fatturato in aumento nel 2021 rappresentano il 30% delle imprese femminili e il 33% delle imprese non femminili.

Tuttavia, prendendo in considerazione le sole imprese che hanno investito negli asset intangibili e, nel caso specifico, in R&S e proprietà industriale, la quota di imprese femminili che ha avuto un aumento del fatturato si attesta al 37% (come per le imprese non femminili). Si tratta di una quota di gran lunga superiore a quella delle imprese femminili che non investono nello stesso intangible asset (28%).

Investire negli asset intangibili consente alle imprese di annullare il gap con le imprese non femminili e di distinguersi, per performance, all'interno dell'imprenditoria rosa.

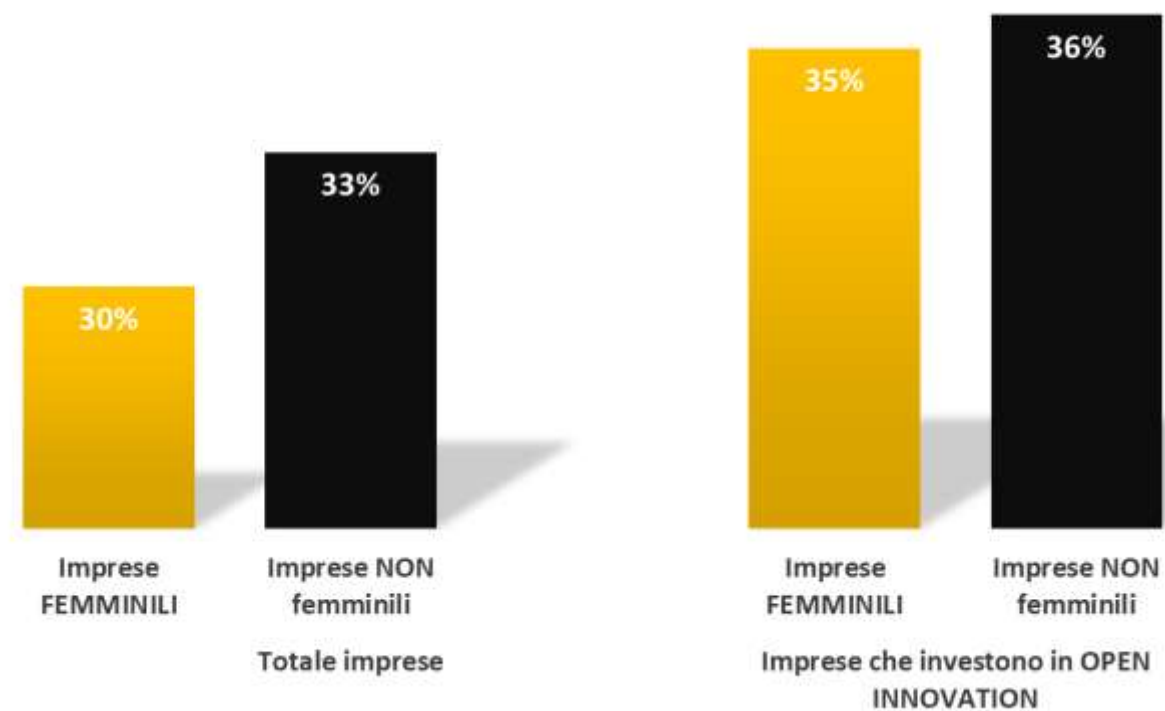
\*Imprese che hanno investito in R&S e/o titolari di diritti di proprietà industriale.



# Asset intangibili e performance: la spinta "intangibile" che annulla il gap

*Open innovation*

Quote % delle imprese con FATTURATO IN AUMENTO nel 2021: l'OPEN INNOVATION\* annulla il gap di genere



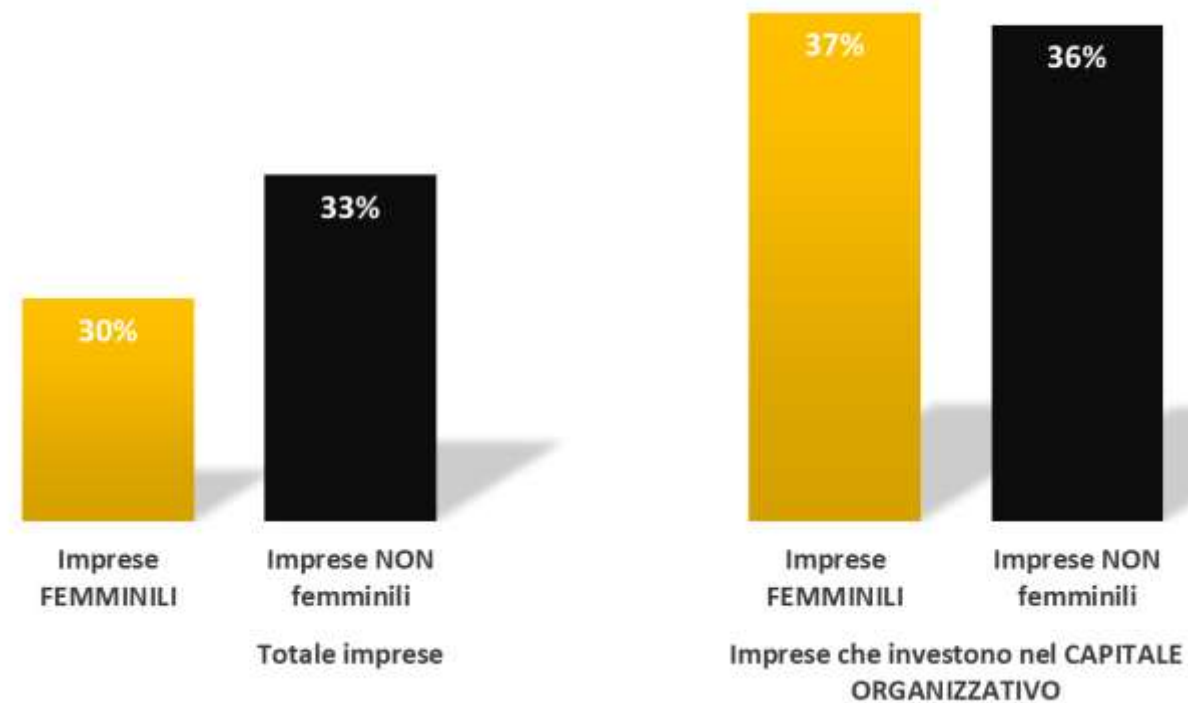
La capacità degli intangible asset di aumentare la competitività alle imprese femminili è riscontrabile anche con riferimento all'open innovation. In questo caso, partendo sempre dal divario di performance tra imprese femminili e non femminili (il fatturato in aumento nel 2021 è segnalato dal 30% delle prime contro il 33% delle seconde), si arriva ad una sostanziale parità se ci focalizziamo sulle sole imprese che investono nell'open innovation: 35/36%. Quindi, l'open innovation non solo annulla i gap ma incrementa anche all'interno della stessa imprenditoria femminile la capacità competitiva: basti pensare che la quota di imprese femminili che dichiarano un fatturato in aumento nel 2021 scende al 28% tra quelle che non investono in open innovation.

\*Imprese che hanno effettuato attività di innovazione collaborando con altre imprese, università e centri di ricerca, istituzioni territoriali, consumatori.

# Asset intangibili e performance: la spinta "intangibile" che annulla il gap

## Capitale organizzativo

Quote % delle imprese con FATTURATO IN AUMENTO nel 2021: il CAPITALE ORGANIZZATIVO\* annulla il gap di genere



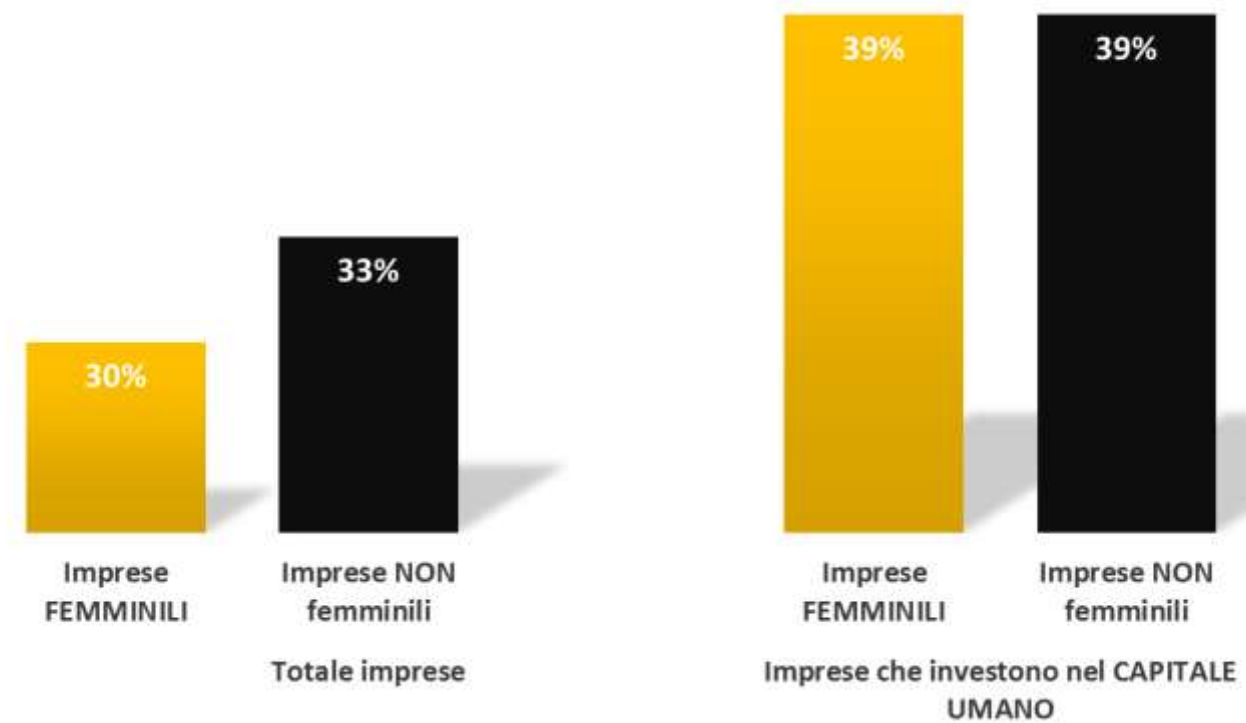
L'asset intangibile relativo al capitale organizzativo addirittura tende a ribaltare i rapporti di forza. Se nel complesso delle imprese, come visto, la quota di quelle che dichiara un fatturato in aumento nel 2021 è inferiore tra quelle femminili rispetto a quelle non femminili (30% vs 33%), quando le imprese investono in capitale organizzativo, non solo la quota delle imprese con aumento del fatturato aumenta, ma si livella anche tra i due generi, con un lieve vantaggio per le imprese femminili (37% vs 36%). Quando le imprese femminili non investono in tale asset, la quota dei casi con aumento del fatturato scende al 25%.

\*Imprese che hanno investito in innovazione organizzativa e/o posseggono certificazioni.

# Asset intangibili e performance: la spinta “intangibile” che annulla il gap

Capitale umano

Quote % delle imprese con FATTURATO IN AUMENTO nel 2021: il CAPITALE UMANO\* annulla il gap di genere



Anche il capitale umano è un fattore in grado di annullare le differenze di competitività delle imprese a seconda del genere. Il gap di tre punti percentuali delle imprese femminili rispetto a quelle non femminili calcolato sulle due quote di imprese con aumento del fatturato nel 2021, si annulla, aumentando peraltro di livello, quando si osservano le sole imprese che hanno investito nel capitale umano: in questo caso, le quote percentuali salgono in entrambi a casi al 39%. Tra le imprese femminili, il divario rispetto a quelle che non hanno investito nel capitale umano è marcato (39% vs 28%).

\*Imprese che hanno svolto nel periodo 2017-19 attività di formazione su competenze tecnico-professionali, digitali, green e manageriali.

<sup>1</sup> 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).

<sup>2</sup> Commissione europea, *Piano d'azione imprenditorialità 2020. Rilanciare lo spirito imprenditoriale in Europa*, Bruxelles 2013, p.25.

<sup>3</sup> «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).

<sup>4</sup> 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).

<sup>5</sup> «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).

<sup>6</sup> «Global Gender Gap Report 2021» (World Economic Forum, 2021)

<sup>7</sup> «Gender Equality Strategy monitoring portal», Joint Research Centre <https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/ges-monitor>

<sup>8</sup> Istat, Livelli di istruzione e partecipazione alla formazione, Statistiche Report, 8 ottobre 2021

<sup>9</sup> «She figures. Gender in Research and Innovation Statistics and Indicators SHE - 2021» (Commissione Europea, 2021).

<sup>10</sup> «Gender Equality Strategy monitoring portal», Joint Research Centre <https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/ges-monitor>

<sup>11</sup> «Un'Unione dell'uguaglianza: la strategia per la parità di genere 2020-25». COM(2020) 152 final (Commissione UE, 5 marzo 2020).

<sup>12</sup> COM(2021) 93 final (Commissione UE, 4 marzo 2021). il 17 marzo 2022 le commissioni parlamentari EMPL e FEMM hanno adottato congiuntamente la relazione sulla proposta di direttiva e hanno votato a favore dell'avvio di negoziati interistituzionali. Dopo l'annuncio in plenaria del 23 marzo 2022, è stata richiesta una votazione in plenaria sulla decisione. Il 5 aprile il Parlamento ha votato per confermare il mandato negoziale delle commissioni sulla proposta

<sup>13</sup> <https://www.mise.gov.it/index.php/it/impresa/competitivita-e-nuove-impres/start-up-innovative/start-up-act-normativa>