

Imprese rosa, perché così poche?

Appena il 22% delle aziende del nostro territorio sono a guida femminile

IMPRESA

Agricoltura e commercio sono i settori in cui le donne sono più presenti

DI MIMMO LAVAZZA

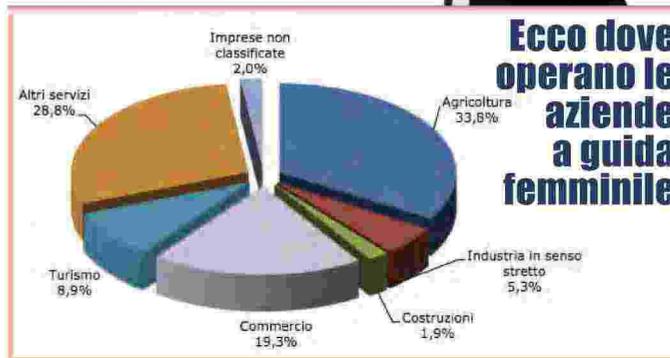
► «Le imprese femminili in Italia sono oltre 1 milione 340 mila e rappresentano il 22% del totale delle imprese nel registro delle Camere di Commercio. E' evidente come l'imprenditoria femminile nelle nostre regioni debba essere incentivata e aiutata per sviluppare il suo enorme potenziale che ad oggi resta inespresso».

A tracciare un quadro sulla condizione delle imprese femminili nel nostro Paese è l'ultimo rapporto dell'associazione "Progetto Donne e Futuro" che - tanto per cambiare - relega l'Italia in fondo alla classifica europea per quanto riguarda le statistiche dell'imprenditoria in rosa.

Start-up femminili Siamo ultimi in Europa

Non solo. Lo stesso rapporto evidenzia, infatti, come in Italia meno del 2% delle donne, contro il 4% degli uomini, stia avviando un'impresa, quando la media dei Paesi Ocse risulta essere del 5,3% per le donne e 7,9% per gli uomini. Impietoso anche il confronto con l'estero: meno del 15% delle nostre start-up è prevalentemente femminile, contro una

I settori in cui le donne operano con successo sono variegati, a cominciare dalle imprese agricole



media che in molti paesi europei - Gran Bretagna e Paesi nordici in testa - supera il 30%. «Insomma - conclude mestamente il rapporto - le donne restano ancora fortemente sottorappresentate nel mondo imprenditoriale. Operano tipica-

mente in realtà più piccole e meno dinamiche di quelle in cui troviamo gli uomini, in settori con minore intensità di capitale. Di conseguenza, hanno ambizioni di crescita minori e incontrano più ostacoli».

E in scala locale - qualcuno si

starà domandando - le cose vanno forse meglio? Non proprio, perché, per quanto riguarda l'imprenditoria femminile, la provincia di Cuneo è perfettamente allineata con le misere medie italiane. Giusto qualche punticino percentuale



in più, se proprio vogliamo prenderci qualche merito. Le imprese in rosa registrate in provincia di Cuneo sfiorano il 23%. Alla pandemia hanno pagato - come tutti - un prezzo altissimo, con centinaia di chiusure. E il futuro è ancora tutto da scrivere...

In crescita Ristorazione e Settore Immobiliare

Ma a quali settori si dedicano maggiormente le imprenditrici di casa nostra? Qualcuno potrà essere sorpreso della risposta. Delle oltre 15.000 imprese rosa della Granda, il settore a cui le donne si dedicano di più è infatti l'agricoltura, con quasi un terzo del totale delle imprese, circa il 33%. Subito dietro il commercio, sia all'ingrosso che al dettaglio, con una quota del 20% e le attività nel campo dei servizi con l'11%. Seguono, nell'ordine, la ristorazione, le attività immobiliari, le attività manifatturiere, le agenzie di viaggio e attività di noleggio, il campo edile e delle costruzioni e le attività finanziarie e assicurative. Da segnalare, in particolare, la forte crescita negli ultimi anni dei settori della ristorazione e delle atti-

vità immobiliari, sempre più appannaggio del mondo femminile.

L'analisi dei dati del Registro imprese della Camera di commercio di Cuneo evidenzia come anche le imprese femminili abbiano sofferto le criticità registrate dal sistema imprenditoriale nel suo complesso e, in particolare, le ricadute negative della pandemia. A fronte della nascita di 737 aziende a conduzione femminile nel corso dell'ultimo anno, ne sono cessate 929 (al netto delle cancellazioni d'ufficio), numero inferiore rispetto alle 1.180 dell'anno precedente.

Una situazione, dunque, di chiaroscuri, che l'associazione "Donne Impresa" di Confartigianato sintetizza così: «Le donne italiane sono tra le più intraprendenti d'Europa, ma il nostro Paese è agli ultimi posti nell'Ue per l'occupazione femminile e le condizioni per conciliare lavoro e famiglia. La soluzione? Servono politiche strutturali che consentano alle donne di fare impresa e insieme di poter essere madri, mogli e figlie. Forse dai politici si dovrebbe chiedere più concretezza e meno parole».

