

# Più di un milione di imprese in rosa: una su quattro ha sede nel Meridione

## Imprese totali e femminili per natura giuridica

	Imprese femminili		Totale imprese	
	Valori assoluti	Valori %	Valori assoluti	Valori %
Società di capitali	62.000	5,3	600.513	12,0
Società di persone	229.828	19,6	889.155	17,8
Cooperative	12.333	1,1	69.940	1,4
Imprese individuali	867.607	73,9	3.404.505	68,1
Altre forme	2.775	0,2	31.625	0,6
<b>Totale</b>	<b>1.174.543</b>	<b>100,0</b>	<b>4.995.738</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere - InfoCamere

Si mettono in proprio spinte dalla grande convinzione di potercela fare, per uno spiccato desiderio di autonomia e con la consapevolezza che le sfide del mercato richiedono come qualità primaria l'obbligo di andare incontro alle esigenze del cliente.

È questo il ritratto delle imprenditrici italiane emerso dal «Primo rapporto nazionale sulle imprese femminili», realizzato dal ministero delle attività produttive e Unioncamere con il contributo di AsseforCamere, presentato ieri a Roma in occasione del convegno «Impresa (in) genere». All'inizio del 2004, le imprese in mano a donne sia direttamente (ditte individuali), sia per la loro presenza maggioritaria negli organi di governo, erano poco meno di 1,2 milioni, il 23,5% di tutte quelle attive nel paese. Nel 73,9% dei casi (867 mila unità) si tratta di ditte individuali e nel 19,6% di società di persone.

Le società di capitali rappresentano, invece, il 5,3% a fronte dell'1,1% delle cooperative. In termini assoluti, il numero maggiore di queste aziende si concentra nelle regioni meridionali: oltre 303 mila (il 25,8% del totale nazionale), che diventano 433 mila (il 36,8%) se si considerano le isole.

Seguono l'Italia nordoccidentale (24,7%), quella centrale (il

19,6%) e il Nordest (solo il 18,8%).

Analizzando i dati per regione, invece, il quadro cambia fortemente: la regione più «femminile» è infatti il Molise, dove un'impresa su tre (il 32,3%) è gestita da donne, mentre Lombardia ed Emilia Romagna

si dividono l'ultimo posto della graduatoria.

Secondo il rapporto, il 91,6% delle aziende «in rosa» attive a fine dicembre 2003 opera in soli sei settori di attività. Oltre 55 aziende su cento, così, si concentrano prevalentemente nel commercio e nell'agricoltura e, successivamente, nelle attività manifatturiere (10,6%) e immobiliari (9,5%) e negli altri servizi pubblici, sociali e personali (8,9%). Ma che cosa spinge una donna a diventare imprenditrice? Una ricerca qualitativa realizzata in 2.400 aziende del paese ha rilevato come

per molte intervistate la scintilla sia generata dal convincimento personale delle proprie competenze e dal desiderio di realizzazione (risposte che evidenziano un carattere di grande determinazione personale). Rispetto agli uomini le imprenditrici fanno registrare percentuali d'importanza molto più alte sui temi delle competenze specifiche (54,8% contro 32,3%) e del raggiungimento dei propri obiettivi e sogni (41,3% contro il 31,9%), facendo emergere il profilo di una persona motivata, preparata e consapevole del proprio ruolo.

Le fonti primarie di chi ha avviato un'impresa sono risultate gli sportelli informativi di istituzioni pubbliche, seguiti da mass media e stampa (38,1%), organizzazioni imprenditoriali e/o sociali e, per ultima, la rete delle Camere di commercio. Tratto distintivo delle imprenditrici è, ancora, l'espressione di livelli di appagamento definiti in generale soddisfacenti e non legati in modo esclusivo al reddito: una soddisfazione tanto più forte quando non si po-

ne come ostacolo alla vita familiare (un aspetto, quest'ultimo, sottolineato soprattutto dalle donne sposate con figli e che, invece, risulta indifferente nelle fasce d'età centrali, fra i 35 e i 64 anni).

Infine, le imprese «in rosa» si segnalano per la loro maggiore focalizzazione al cliente e per l'attenzione all'adozione di strategie di sviluppo compatibili con la salvaguardia e la valorizzazione dell'ambiente. «Spero che le indicazioni che arrivano siano fonte di azioni propositive per la crescita dell'imprenditoria femminile», ha commentato Lella Golfo, presidente della Fondazione Bellisario. (riproduzione riservata)

