

Ministero delle Attività produttive e Unioncamere presentano il primo Rapporto nazionale sulle imprese femminili

Campania: 122 mila le aziende rosa

D Sono oltre 122 mila, il 27,7 per cento del totale delle aziende attive nella regione, le imprese campane capitanate da donne. In Italia le attività "in rosa" sono più di un milione e il trend è in crescita, grazie anche agli incentivi per l'imprenditoria femminile previsti dalla legge 215/92. E' quanto emerge dal Primo rapporto Nazionale sulle imprese femminili, realizzato dal Ministero delle attività produttive e Unioncamere con il contributo di AsseforCamere, presentato ieri in occasione del convegno "Impresa (in) genere".

La Campania è seconda solo alla Lombardia quanto a numero di imprese femminili attive. Secondo il Rapporto realizzato da Ministero delle Attività produttive e Unioncamere, le aziende rosa campane sono 122.100: il 27,7 per cento del totale delle imprese attive nella regione, e il 10,4 per cento delle attività femminili complessivamente operanti sul territorio nazionale.

A livello di macroripartizioni geografiche, il numero maggiore di imprese femminili si concentra nelle regioni meridionali continentali: oltre 303mila imprese (il 25,8 per cento del totale nazionale), che diventano 433mila (il 36,8) se si considerano anche le isole.

Seguono l'Italia Nord-occidentale (24,7 per cento), quella centrale (il 19,6) e infine il Nord-Est (solo il 18,8).

La regione relativamente più "femminile" è il Molise, dove un'impresa su tre (il 32,3 per cen-

to) è gestita da donne, mentre Lombardia ed Emilia Romagna si dividono l'ultimo posto in questa graduatoria. In termini assoluti, invece, il contributo di ciascuna regione al totale delle imprese femminili vede in testa, come già accennato, la Lombardia con 153.755 imprese, seguita dalla Campania con 122.100 unità e dal Piemonte con 97.049 imprese.

Settori

Le imprese femminili attive a fine dicembre 2003 si concentrano prevalentemente nei settori del Commercio e dell'Agricoltura (oltre il 55 per cento).

Complessivamente, il 91,6 per cento delle imprese femminili opera in soli sei settori di attività. Dopo commercio e agricoltura, i comparti più gettonati sono le attività manifatturiere (10,6 per cento), le attività immobiliari (9,5 per cento) e gli altri servizi pubblici, sociali e personali (8,9).

All'inizio del 2004, le aziende in mano a imprenditrici sia direttamente (ditte individuali), che in virtù di una presenza maggioritaria della componente femminile negli organi di governo, erano poco meno di 1,2 milioni, il 23,5 per cento di tutte le imprese attive nel Paese. Per contarle, il Rapporto le ha definite in base al grado di controllo da parte di donne prendendo in considerazione tre modalità di controllo definite "esclusivo", "forte" o "maggioritario".

Le imprese rosa appaiono in larghissima parte "esclusive" (il 94,6% del totale). Solo il 4,7 per cento può essere definito a forte controllo, mentre lo 0,7 per cento

è a controllo maggioritario. Il dato va interpretato guardando alle forme giuridiche scelte dalle imprese femminili: nel 73,9 per cento dei casi (867mila imprese) si tratta di ditte individuali, più diffuse tra le donne rispetto alla media (68,1 per cento).

Società di capitali

Meno diffuse sono, invece, le società di capitali: 5,3 per cento contro un valore medio più che doppio (12).

"In un mondo in cui si cercano nuove forme di sostegno alla competitività del sistema produttivo - commenta il sottosegretario alle Attività produttive **Giuseppe Galati** - lo stile al femminile si sta rivelando un fattore vincente; uno stile - prosegue Galati - che ha permesso all'impresa in rosa di raggiungere una incidenza media del 24 per cento in termini di presenza sul totale delle imprese nazionali, con oltre il 60 per cento di queste imprese che conseguono risultati economici positivi; uno stile - conclude - che sempre di più deve essere valorizzato e trasferito come patrimonio della cultura d'impresa del nostro Paese". Secondo il segretario generale di Unioncamere, **Giuseppe Tripoli**, l'impresa al femminile "è un fattore di crescita sociale e culturale fondamentale. Il traguardo delle politiche per le imprese, femminili e non, sta - ricorda Tripoli - nel diffondere una concreta cultura delle pari opportunità, che permetta agli uomini e alle donne di giocare con le stesse carte la partita della propria affermazione personale".