

Focus sull'imprenditoria femminile e il terziario realizzato con il Fondo For.Te.

“Il settore terziario è la casa dell'imprenditoria femminile”

Il 68% delle imprenditrici italiane opera in questo comparto.

Con un punto percentuale in più si creerebbero due miliardi di pil

“Il terziario è la casa dell'imprenditoria femminile” tanto che “il 68% delle imprenditrici italiane opera in questo settore”. A tracciare un bilancio della presenza delle donne nell'impresa è Anna Lapini, presidente nazionale di Terziario Donna Confcommercio. A guardare il bicchiere mezzo vuoto, però occorre anche sottolineare che “il divario tra Italia ed Europa del tasso di partecipazione femminile al mercato del lavoro purtroppo aumenta nel tempo” ed è “uno dei principali problemi per la crescita a lungo termine del nostro Paese”. D'altronde, favorire le politiche per la partecipazione delle donne in particolare nell'impresa giova al pil. L'Ufficio Studi Confcommercio, ricorda Lapini, “ha calcolato, infatti, che se si ottenesse l'aumento di un punto, un solo punto percentuale, della quota di imprenditrici nel terziario di mercato (es. dal 36,2% al 37,2%) si creerebbero circa due miliardi di euro di Pil in più”.

Nel vostro settore la percentuale di imprenditrici è superiore a quella media italiana, come mai?

Il terziario è indubbiamente la casa dell'imprenditoria femminile: il 68% delle imprenditrici italiane, oggi, opera in questo settore; inoltre l'incidenza delle donne imprenditrici sul totale degli imprenditori (donne e uomini) è maggiore nel terziario di mercato (36,2%) rispetto al totale economia (30,6%). Storicamente i settori privilegiati per l'imprenditoria femminile sono quelli dei servizi alla persona, ristorazione e turismo e commercio tradizionale, ma ora assistiamo a uno spostamento verso le professioni, specialmente verso quelle “nuove”. Inoltre, la pandemia da Covid-19 ha accelerato la trasformazione digitale di molte aziende, portandole a sperimentare nuove modalità di organizzazione del lavoro.

In ogni caso, il tasso italiano di partecipazione femminile al mercato del lavoro tra i 15 e i 74 anni è ancora lontano dai livelli europei. Quali politiche si dovrebbero adottare in Italia per cercare di colmare questo gap?

Il divario del tasso di partecipazione femminile al mercato del lavoro fra Italia ed Europa purtroppo è aumentato nel tempo (dai circa 11 punti del 2018 siamo arrivati al 12,5% nel 2023) e rappresenta uno dei principali problemi per la crescita a lungo termine del nostro Paese: è acclarato



Anna Lapini, presidente nazionale di Terziario Donna Confcommercio

che se l'Italia avesse un tasso di partecipazione femminile pari a quello europeo si avrebbero quasi 2,8 milioni di occupate in più (di cui il 68% al Sud). Voglio però ricordare che quando si parla di politiche per il lavoro femminile bisogna considerare anche le lavoratrici autonome e le imprenditrici e allora va tenuto ben presente un altro dato. L'Ufficio Studi Confcommercio ha calcolato, infatti, che con l'aumento di un solo punto percentuale della quota di imprenditrici nel terziario di mercato si creerebbero circa 2 miliardi di euro di Pil in più. Per questo motivo, per incrementare la partecipazione delle donne al mercato del lavoro e creare figure professionali più rispondenti alle esigenze del mercato che cambiano sempre più velocemente - e quindi colmare il gap fra domanda e offerta - servono politiche che agiscano su più fronti: sul versante del welfare, perché si creino gli strumenti che mettendo al centro le persone consentano a tutti, donne e uomini, lavoratrici dipendenti e imprenditrici, di poter gestire il tempo attraverso una più equa armonizzazione fra vita privata e lavoro, e contribuiscano a stimolare la crescita economica del nostro Paese, incrementare l'occupazione e l'imprenditoria femminile e contrastare il calo demografico; sul versante delle incentivazioni, fiscali e creditizie, per rendere più accessibile per le imprese investire in innovazione e formazione, ovvero in formazione digitale. Questa è, infatti, una esigenza che le nostre associate hanno ben presente e che è emersa chiaramente sia nel corso di un approfondimento dedicato alla digitalizzazione delle imprese femminili effettuata da EDI, l'Hub tecnologico di Confcommercio, con un questionario diretto a 250 imprenditrici che si sono sottoposte a un check up digitale, sia in una analisi condotta dall'Istituto Tagliacarne su 800 imprese nel post pandemia.

>>> continua a pagina 4

“Il territorio pugliese risponde anche per l'economia in rosa”

La regione ha 87mila imprese femminili, l'85% con presenza esclusiva di donne nel capitale e in ruoli di responsabilità: “Usciamo dalla narrazione autoflagellante”

Oltre 87mila imprese femminili, l'85% delle quali ha una presenza esclusiva di donne nel capitale e in ruoli di responsabilità. È questo il ritratto dell'imprenditoria in rosa in Puglia che viene fuori dall'intervista con Luciana Di Bisceglie, presidente della Camera di Commercio di Bari e di Unioncamere Puglia. Per Di Bisceglie non si tratta di un fatto territoriale e non c'è un problema particolare per il Sud e per Regioni come la Puglia rispetto a quelle del Nord Italia. Piuttosto occorre “uscire dalla narrazione autoflagellante: se le iniziative sono pensate bene, il territorio risponde. Anche in fatto di economia in rosa”. Quanto alla necessità di reskilling, che accomuna lavoratori e lavoratrici di qualsiasi area geografica, Di Bisceglie sottolinea: “il reskilling o comunque la pianificazione delle competenze necessarie in un territorio deve vedere protagoniste le imprese, dal basso”.

La Puglia è un territorio pieno di eccellenze, qual è la quota di imprenditrici e che tipo di trend si registra?

La nostra regione conta più di 87mila imprese femminili al III trimestre 2024, secondo i dati dell'Ufficio Studi di Unioncamere Puglia. È poi significativo che l'85% di queste imprese abbiano una presenza esclusiva di donne nel capitale sociale e nei ruoli di responsabilità. Si tratta insomma di imprese interamente in rosa, come proprietà e management, anche se poi vi lavorano uomini, oltre che altre donne ed è un bel segno. Anche la varietà dei settori è un dato incoraggiante: commercio, servizi alla persona (parrucchieri, estetisti, centri benessere), turismo, confezioni di abbigliamento e industria di trasformazione alimentare. Vi è anche un'altissima presenza di imprese in rosa nell'agricoltura e nell'edilizia, forse anche per dinamiche legate alla disponibilità di finanziamenti.

La fotografia che ne deriva è confortante, ma dal suo punto di osservazione riscontra ancora difficoltà per l'imprenditoria femminile, in particolare nel Meridione?

In termini generali, le difficoltà che le donne incontrano nella vita lavorativa e imprenditoriale sono un problema di tutto il Paese. Non ne farei un fatto territoriale, ma forse antropologico. Ci sono però anche segnali positivi e gliene racconto uno. Unioncamere Puglia ha di recente collaborato con la Sezione per l'attuazione delle politiche di genere della Regione Puglia. Ci era stata commissionata la gestione di un bando denominato “Un'Impresa alla Pari”, un'iniziativa pilota per promuovere la Certificazione della Parità di Genere (UNI/PdR 125:2022). Ci aspettavamo qualche decina di risposte, magari da parte delle imprese più sensibili al tema. Invece abbiamo dovuto chiudere la misura dopo pochi giorni per esaurimento dei fondi. In meno di un mese sono arrivate 219 richieste, gli stessi



Luciana Di Bisceglie, presidente Cciaa Bari e Unioncamere Puglia

numeri della Lombardia in un sesto del tempo: un risultato francamente sbalorditivo. L'iniziativa è stata rifinanziata altre due volte dalla Regione e attualmente sono in corso le prime liquidazioni di aziende certificate. Continueremo anche nel 2025. Dobbiamo quindi uscire dalla narrazione autoflagellante: se le iniziative sono pensate bene, il territorio risponde. Anche in fatto di economia in rosa.

Quali interventi suggerisce alle istituzioni locali e nazionali per avere migliori risultati?

Sul piano legislativo, la Regione Puglia ha un percorso interessante. Diciassette anni fa, con la Legge Regionale 7/2007 sono stati indicati i principi ispiratori dell'azione regionale per la *gender equality*. Dobbiamo continuare a lavorare insieme e un primo tema è quello dei finanziamenti. Ottenere la Certificazione UNI/PdR 125:2022 non può essere solo una buona prassi o un tema da bilancio sociale, ma dovrebbe diventare vantaggioso per l'impresa. Si potrebbe fare concedendo in tutti i bandi e gli appalti regionali una premialità sostanziosa a chi sia in possesso della certificazione. Poi c'è da lavorare sulla comunicazione. Di recente Unioncamere Puglia ha candidato “Wise”, un progetto di Cooperazione Territoriale, assieme alla Regione Puglia e a enti albanesi e montenegrini. L'iniziativa intende valorizzare il patrimonio di storie di imprenditrici e poi trasformare questi contenuti in uno spettacolo teatrale e in un libro illustrato per bambini. Crediamo molto nel progetto, perché le vicende di “donne che fecero l'impresa” possono diventare fonte di ispirazione e scatenare l'imitazione.

A livello tecnologico e di nuove competenze, trovate un'offerta adeguata alla domanda?

Anche in questo caso il tema travalica i confini regionali e di genere. Abbiamo bisogno di più laureate e laureati, soprattutto in materie Stem. Ci serve potenziare il quinto livello Eqf, gli Its per intenderci, nella loro posizione eminentemente orientata al mercato. E direi anche che si può sposare quanto dichiarato da Giuseppe De Rita in una intervista: il miracolo economico degli anni '60 in Italia ebbe come protagonisti non soltanto i ceti dirigenti, ma anche un tessuto connettivo fatto di geometri, periti industriali, ragionieri. Quindi, è la scuola il luogo che può fare il miracolo.

>>> continua a pagina 4



Due imprenditrici creano un boutique hotel a Sud

La storia di “solidarietà femminile” di Elisa Di Giorgio e Simona Castelluccio

Un esempio di imprenditoria femminile a Sud, riuscito anche grazie alla formazione. La storia - che passa per l'amicizia e la solidarietà tra donne e che cresce grazie alle competenze, è quella di Elisa Di Giorgio e Simona Castelluccio, due amiche che decidono di dar vita a un boutique hotel a Siracusa, in una struttura settecentesca: Palazzo Salomone.

Il periodo nel quale decidono l'apertura non è dei migliori, il post-pandemia, ma in poco tempo anche il ristorante, Cortile Santo Spirito, riesce, con lo chef Giuseppe Torrisi, a ottenere ottimi riscontri, conquistando una stella Michelin. “Prima di essere socie - racconta Simona Castelluccio - siamo amiche. L'idea di aprire un boutique hotel a Siracusa è nata dai nostri viaggi e dal livello di ospitalità e servizi che spesso abbiamo trovato fuori dalla Sicilia. Abbiamo quindi deciso di cercare una struttura a Siracusa, per realizzare un'offerta, basandoci sulle nostre possibilità economiche, che fosse di alto livello. Abbiamo trovato una palazzina, nel cuore di Ortigia, vicino al Castello Maniace, che abbiamo ristrutturato. Man mano siamo cresciute e abbiamo aggiunto il ristorante con lo chef Giuseppe Torrisi che, rientrato dai suoi viaggi e dalle sue esperienze in Svizzera e Francia, ha intercettato e sposato il nostro progetto”.

“Per noi - aggiunge Elisa Di Giorgio - si trattava di un mondo nuovo, non avevamo mai avuto a che fare con il settore della ristorazione o degli alberghi. Tutto era un punto interrogativo, ma ci hanno guidato la passione, le idee, l'architettura”. Il lavoro di ristrutturazione della palazzina è durato tre anni e mezzo, da agosto 2019. C'è la mano di diversi architetti che si sono succeduti, fino a far nascere le 10 stanze, che presto diventeranno 13. “È stata una concatenazione - continua Di Giorgio - di passione, tanto lavoro, unione di professionalità, e anche di fortuna di trovare personale con tanta voglia di fare. Fattori incisivi sono stati la volontà di andare avanti e il modo con cui ci siamo poste con il personale: facciamo sempre conto di essere una grande famiglia e quando insorgono problemi cerchiamo di risolverli con maturità”.



**Elisa Di Giorgio e Simona Castelluccio.
Tra di loro, lo chef Giuseppe Torrisi**

In questo contesto, fondamentale è stata anche la formazione fatta con il Fondo For.Te di cui hanno usufruito i dipendenti. “Siamo ancora - sottolinea Di Giorgio - in costante formazione, cerchiamo di stare sempre sul pezzo. Nel modo di servire, di approcciarsi ai clienti. È davvero una formazione continua”.

Simona Castelluccio rimarca le difficoltà avute nel trovare il personale: “Al Sud è difficile, abbiamo dovuto fare parecchia selezione per trovare persone competenti, che parlino fluentemente inglese, con la voglia e la passione per questo lavoro”.

I problemi non sono mancati - specifica Elisa Di Giorgio - ma ha prevalso una grande volontà di andare avanti, anche dandosi una mano tra donne, in una società maschilista in cui non è facile che venga accettato il ruolo di capo della donna. Ma “noi sappiamo bene - specificano le due imprenditrici - di avere la capacità di giostrare diverse situazioni. Noi siamo mamme, donne, organizzarci non è facile, ma ci siamo riuscite anche grazie al fatto di spalleggiarci sempre a vicenda”. Assieme - fa eco Simona Castelluccio - “abbiamo sperimentato molto la solidarietà femminile”.

In questo contesto, ora il boutique hotel guarda anche alle nuove tecnologie. “Siamo convinte che l'AI possa rappresentare una marcia in più: permette ad esempio di tradurre un testo in diverse lingue. Però siamo del parere che è giusto che aiuti l'uomo ma - concludono - non deve e non può sostituirlo”.

"Lo Stato pensi ai mezzi di conciliazione vita-lavoro"

Nel contempo, chi sceglie l'università deve trovarsi di fronte ad un mondo interconnesso con i sistemi produttivi. Questo è uno scenario che riguarda tutti, donne e uomini. E' poi importante che le donne tornino a vedere il proprio futuro non solo come dipendenti, ma anche come consulenti o imprenditrici. Lo Stato si occupi di varare strumenti di conciliazione vita-lavoro, il resto lo farà il talento e la tenacia.

Di fronte al bisogno di reskilling dei dipendenti, vede una necessità particolare in base alla zona geografica?

Oggi con l'intelligenza artificiale si può anche fare scrivere il codice per un'app. Come possiamo pensare di vivere di ciò che sapevamo fare dieci anni fa? Il reskilling è una costante di qualunque sistema evoluto, ancora una volta,

senza distinzione di genere. La formazione continua è un percorso che deve accompagnare lavoratrici e lavoratori dall'inizio alla fine della loro attività. Anzi, dalla fase della ricerca del primo lavoro a quella dell'invecchiamento attivo, post pensionamento. È un fatto strategico e su questo voglio dire una cosa in cui credo molto: il reskilling, o comunque la pianificazione delle competenze necessarie in un territorio, deve vedere protagoniste le imprese, dal basso. Significa ascolto attivo delle esigenze e progettazione condivisa delle competenze necessarie. Poi c'è il versante dei Neet, le persone che non lavorano, non studiano e non cercano lavoro. Su questa problematica i numeri di tutta l'Italia sono fra i peggiori d'Europa: è diventata una vera emergenza nazionale, tanto più che in questa schiera ci sono molte donne.

"Contrastare il gender gap con ogni mezzo"

Cosa è emerso da queste indagini?

Dal Covid in poi il 69% circa delle imprese femminili ha potenziato l'utilizzo dei social media e il 43% circa ha migliorato la propria vetrina digitale. Manca ancora fra le imprenditrici un pieno utilizzo di strumenti tecnologici più mirati: le imprese femminili rispetto a quelle maschili investono meno nel cloud per la gestione dei dati aziendali (20,4% vs 22,8%) e in sicurezza informatica (15,3% vs 18,3%), ma i divari si azzerano per l'e-commerce.

Qual è la quota di imprenditrici che ritiene necessario investire nel digitale e nelle materie Stem? Cosa è considerato prioritario?

Nel triennio 2017-2019, le imprese femminili operanti nel terziario che hanno investito nel digitale sono state l'8,5% (percentuale simile nelle imprese maschili), ma salgono al 13,7% nel periodo del Covid-19 (vs 14,0% delle maschili) per poi diminuire leggermente al 13% nel triennio 2022-24 (vs 18,3% maschili). Andando nello specifico, quando alle imprenditrici è stato chiesto "Quali sono gli obiettivi dell'azienda nei prossimi 12 mesi?" la risposta che ha avuto maggiori riscontri è stata "rafforzare le competenze del personale" elemento che, incrociato con le risposte sulla necessità di investire nel digitale, fa emergere la piena consapevolezza che l'adozione di nuovi strumenti digitali comporta la necessità di avviare specifiche iniziative di formazione all'interno delle imprese, per dipendenti e imprenditori. Non a caso uno dei pilastri dell'attività di Terziario Donna è proprio la formazione e nell'ultimo TDLAB, la convention annuale che riunisce le imprenditrici di Terziario Donna provenienti da tutta Italia per condividere progetti e iniziative del sistema Confcommercio, a questo tema è stato dedicato uno specifico panel nel quale è intervenuta, fra gli altri, la direttrice del Fondo For.Te. Eleonora Pisicchio ed è emersa la volontà comune di collaborare per un progetto mirato alle lavoratrici autonome.

Quali iniziative specifiche Terziario Donna ha messo in campo per rispondere a queste esigenze e per trovare sul mercato nuovi profili e competenze orientate alle materie Stem?

Terziario Donna già due anni fa ha avviato il progetto "Imprenditrici digitali" dal quale sono stati ricavati i dati finora citati, insieme a quelli dell'Istituto Tagliacarne. Parallelamente, ha elaborato il progetto "STEMprare, plasmare alle materie Stem" che prevede

l'avvio di iniziative dedicate al mondo della scuola per stimolare, soprattutto nelle studentesse, l'interesse verso le materie Stem anche in un'ottica di forma-

zione all'imprenditorialità. A maggio 2024 abbiamo siglato due protocolli con gli uffici scolastici regionali di Toscana e Abruzzo e già nell'anno scolastico in corso, a marzo realizzeremo la prima sperimentazione in una scuola media. Perché è emblematico il paradosso che sebbene meno donne si iscrivano alle facoltà scientifiche, una volta intrapreso quel percorso le stesse si laureino prima e meglio dei loro colleghi maschi.

Con l'avvento dell'intelligenza artificiale, quale spazio vede per le donne nel terziario? Più rischi o più opportunità?

L'intelligenza artificiale è ormai utilizzata in tutti i settori professionali, ma con declinazioni diverse: non a caso ogni giorno escono nuovi programmi mirati, per cui un avvocato non utilizzerà certo la stessa applicazione di un medico, e come ogni innovazione va gestita e non subita. Noi ci stiamo lavorando: all'intelligenza artificiale Terziario Donna ha dedicato diversi momenti informativi e formativi, anche nell'ultimo TDLAB. Penso che l'ia sia un'opportunità perché si potranno automatizzare alcune attività e procedure per liberare tempo, energie e risorse intellettuali da dedicare ad altre, dove la creatività e la relazione umana sono determinanti. Perché, non scordiamolo, il commercio è fatto di questo. Mi preoccupa però che in realtà il sistema non sia effettivamente generativo, ma rielabori quello che già esiste. Ciò significa che se in rete ci sono informazioni distorte - mi riferisco agli stereotipi e al gender gap - queste distorsioni rischiano di essere perpetuate. In concreto, in una selezione per una candidatura di lavoro o nella concessione di un credito il rischio di essere penalizzate in quanto donne non è così remoto, come è stato dimostrato in diversi casi. Per questo, uno degli obiettivi prioritari di Terziario Donna è contrastare il gender gap in tutti gli ambiti della vita professionale, lavorativa, personale.



Eleonora Pisicchio (a sinistra), direttore del Fondo For.Te. e Anna Lapini, presidente nazionale di Terziario Donna Confcommercio