



SNI

Orientamento e Formazione

sni.unioncamere.it

Mini Guide per Orientarsi all'Imprenditorialità

Imprenditoria al femminile

Trend di mercato e transizione digitale



CAMERA DI COMMERCIO
SALERNO



UNIONCAMERE



SERVIZIO NUOVE IMPRESE
La piattaforma delle Camere di Commercio



MINI GUIDE PER ORIENTARSI

Introduzione

Nella fase di avvio di qualsiasi impresa, anche femminile, risulta importante dedicarsi un po' di tempo sia per sviluppare l'idea alla base del proprio business (business plan), sia per costruire la propria cassetta degli attrezzi in termini di competenze e conoscenze tecnico operative e gestionali necessarie per affrontare la nuova attività ma, non meno importanti, per avere un quadro complessivo della situazione del mercato e dell'imprenditoria nazionale e territoriale per affrontare con maggiore consapevolezza la nuova sfida professionale che si ha di fronte.

Leggere il contesto e ricercare dati ed informazioni diventano, anche per la neo-imprenditrice, competenze utili finalizzate alla conoscenza delle tendenze verso cui si muove il mercato, non solo in termini meramente economici ma anche, in via più generale, come sistema all'interno del quale l'impresa troverà la sua collocazione.

La guida si pone l'obiettivo di fornire alcuni spunti per introdurre le neo-imprenditrici alla lettura di contesto a partire dalla presentazione:

1. definizione di impresa femminile;
2. aspetti caratteristici dell'imprenditoria nel contesto attuale;
3. principali trend dell'imprenditoria femminile in Italia;
4. aspetti legati alla transizione digitale ed ecologica per le imprese al femminile.

sni.unioncamere.it

1



UNIONCAMERE



SERVIZIO NUOVE IMPRESE
La piattaforma delle Camere di Commercio

Definizione di Impresa Femminile

L'Osservatorio sull' Imprenditoria Femminile di *Unioncamere-Infocamere*, definisce l'impresa femminile un'impresa in cui:

- per le **Società di capitali**, quelle in cui la partecipazione di genere femminile risulti complessivamente superiore al 50% mediando le composizioni di quote di partecipazione e cariche attribuite;
- per le **Società di persone e cooperative** quelle con oltre il 50% di "Soci" donne;
- per le **Ditte individuali** quelle con il titolare donna;
- altre *forme giuridiche* quelle con oltre il 50% di "Amministratori" donna.

Tali semplici indicatori potranno essere utilizzati come potenziale check-list per una attenta autovalutazione delle caratteristiche della propria impresa, supportando la neo-imprenditrice in un ideale percorso di orientamento/approfondimento al proprio percorso di avviamento della futura attività o di quella di nuova costituzione.

Imprenditoria femminile e contesto attuale

Tali tipologie di imprese si inseriscono in uno scenario nazionale che presenta, secondo i dati forniti da Unioncamere – ANPAL, Sistema Informativo Excelsior – Nuove Imprese **2022**, un quadro complessivo caratterizzato da:

- presenza di una imprenditorialità nata “per opportunità” o “per necessità” in cui si decide di avviare un’impresa o per spirito di intraprendenza, di sviluppo di creatività, desiderio di successo e di indipendenza, oppure per assenza di alternative migliori in termini di reddito o di riuscita personale, con una incidenza più alta di quest’ultima categoria nelle persone con un’età pari o superiore ai 45 anni. Si rileva una preponderanza di “imprenditorialità per necessità” nella parte centrale e soprattutto meridionale della penisola, mentre per le regioni settentrionali si registra una presenza più alta di “imprenditorialità per opportunità”.
- livelli medio-bassi di investimento iniziali, per lo più sostenuti nelle imprese con un proprietario under 35, con risorse proprie o da parenti ed affini;



MINI GUIDE PER ORIENTARSI

Imprenditoria femminile e contesto attuale

- un ultimo posto nella classifica internazionale per la facilità di accesso a finanziamenti, come indicato nell'ultima rilevazione del Global Entrepreneurship Monitor (2022-2023);
- distribuzione delle nuove imprese che evidenzia come **il titolo di studio dei neoimprenditori** sia più elevato (laurea) nel settore dei servizi e dell'opportunity-driven mentre sia più basso il titolo di studio di neo imprenditori necessity-driven;
- significativa differenziazione nelle diverse aree geografiche per un numero di iscrizioni: il numero di imprese iscritte è più alto al Nord; dopo una buona crescita nel 2021, il dato è in calo al Sud. Invece, sono presenti trend di segno inverso sul numero di nuove imprese sul totale di quelle iscritte e sui rapporti di nati/mortalità di impresa. **Campania** (85,4%), Molise (85,3%) e Lazio (85,0%) sono le Regioni con i risultati più alti nel rapporto tra nuove imprese e numero di imprese iscritte.





MINI GUIDE PER ORIENTARSI

Principali Trend in Italia

Nonostante diversi studi e ricerche condotti sul tema dell'imprenditoria femminile registrino una minore propensione delle donne ad avviare attività in forma autonoma rispetto al genere maschile (tendenza non solo italiana), nel nostro Paese, seppur in presenza di numeri che confermano tale orientamento, si stanno registrando **nuovi elementi in controtendenza**, quali una maggiore propensione all'avvio di impresa da parte di donne delle fasce under 35 e 35-50 (rispetto a quella delle over 50), unitamente ad una certa accelerazione verso il fenomeno delle start up innovative al femminile rispetto al passato.

A livello nazionale il 2022 ha chiuso con una diminuzione del numero di attivazioni complessive di nuove imprese al femminile di 6.000 unità rispetto al 2021 attestandosi sul numero di 1.337mila aziende pari al 22.21% del totale delle imprese, come rilevato dai dati dell'Osservatorio per l'imprenditorialità femminile di Unioncamere ed InfoCamere del mese di marzo 2023.

sni.unioncamere.it

5



UNIONCAMERE



SERVIZIO NUOVE IMPRESE
La piattaforma delle Camere di Commercio

Principali Trend in Italia

Secondo i dati contenuti nella pubblicazione “Nuove Imprese” di Unioncamere – ANPAL, Sistema Informativo Excelsior 2022 – le imprese femminili si concentrano maggiormente nel settore del turismo e dei servizi. Dal punto di vista dell’età, nel 2022 si è osservato un cambio generazionale: rispetto all’anno precedente in cui **la fascia delle over 50 era la più ampia** (42,1% nel 2021 contro i 20.8% del 2022), la fascia delle **neo imprenditrici under 35** ha registrato una percentuale del 35.5% nel 2022 contro il 20.7% del 2021 e della fascia 35-50 il 43.7% nel 2022 contro il 37.2% del 2021. Per quanto riguarda l’ambito geografico di appartenenza, **sono le giovani donne del Sud a far registrare una maggior tendenza all’avvio di una neo impresa** attestandosi al 40.6%, contro il 34.6% del Nord Est, il 34.4% del Nord Ovest ed il 31.1% del Centro.

Cresce contestualmente la propensione ad avviare nuove imprese al femminile nella categoria delle **start up innovative**.

MINI GUIDE PER ORIENTARSI

Grafico Italia: Imprese al femminile

L'Italia delle imprese al femminile

Incidenza delle imprese femminili sul totale delle imprese attive a fine 2020 e saldo rispetto a quelle attive nel 2019

Imprese femminili	Quota sul totale imprese	Var. 2020/2019	Var. % 2020/2019
1.336.227	21,98%	-3.907	-0,29%

% imprese femminili

Variazione 2020/2019

-2 -1,5 -1 -0,5 0 0,5 1

Q



Fonte: Osservatorio Imprenditorialità Femminile, Unioncamere – InfoCamere

sni.unioncamere.it

7



UNIONCAMERE



SERVIZIO NUOVE IMPRESE
La piattaforma delle Camere di Commercio



MINI GUIDE PER ORIENTARSI

Principali Trend in Italia

Un'attività può configurarsi come startup se costituita in forma di società di capitali avviata da meno di cinque anni, con valore della produzione annuo inferiore a cinque milioni di euro, non quotata, e in possesso di determinati indicatori relativi all'innovazione tecnologica previsti dalla normativa nazionale. Come mostrano i dati elaborati da InfoCamere per l'Osservatorio sull'imprenditorialità femminile di Unioncamere sono **2000 le start up innovative femminili registrate a fine settembre 2022, 572 in più rispetto allo stesso periodo del 2019.**

Ma quali settori segnalano una maggiore presenza femminile nella costituzione di neo-start up?

I dati indicano che queste aziende operano prevalentemente nell'ambito dei servizi alle imprese (1.445 su 2.000), per il 15% nelle attività manifatturiere (306 su 2.000) e il 4.6 % nel commercio (91). **Cinque le Regioni che fanno da traino all'avvio di imprese femminili** caratterizzate da conoscenze e processi di innovazione tecnologica: Lombardia, Lazio, Campania, Emilia-Romagna e Toscana.

sni.unioncamere.it

8



UNIONCAMERE



SERVIZIO NUOVE IMPRESE
La piattaforma delle Camere di Commercio



MINI GUIDE PER ORIENTARSI

Transizione Digitale ed Ecologica

La transizione digitale ed ecologica rappresenta una delle grandi sfide che caratterizza il contesto attuale per promuovere un'economia post Covid inclusiva e sostenibile, obiettivo sostenuto da fondi messi a disposizione dal PNRR per offrire slancio alla produzione e agli investimenti nazionali e per **avviare un nuovo ciclo di sviluppo del nostro Paese.**

Rispetto ai mutati scenari economici e geopolitici internazionali che stanno determinando un incremento del costo delle materie prime e dell'energia, le imprese italiane sono chiamate a rispondere con nuovi investimenti in tecnologie e produzione digitali e green se intendono rimanere al passo con la competizione internazionale e transizione ecologica. Il fenomeno non riguarda solo le grandi imprese ma anche quelle di dimensioni medio-piccole, spesso meno preparate ad affrontare questa doppia transizione per difficoltà legate all'accesso agli incentivi e alla **mancanza di competenze necessarie per gestire queste innovazioni.**

Ma rispetto a questo tema a che punto sono le imprese femminili?

sni.unioncamere.it

9



UNIONCAMERE



SERVIZIO NUOVE IMPRESE
La piattaforma delle Camere di Commercio



MINI GUIDE PER ORIENTARSI

Transizione Digitale ed Ecologica

Il V° Rapporto Nazionale di Imprenditoria femminile, 2022 di Unioncamere - Centro Studi Guglielmo Tagliacarne - Si.Camera offre, tra le altre, una interessante panoramica sulla doppia transizione “al femminile” caratterizzata da andamenti differenziati per territori e finalità:

- dal punto di vista territoriale, **una quota di imprese meridionali registra, in generale, investimenti nelle tecnologie digitali nel 2020-2021 maggiori rispetto a quelli di imprese del Centro-Nord (27% vs 22%)**; mentre dal punto di vista degli investimenti green, le imprese del Mezzogiorno presentano investimenti inferiori a quelle del Centro-Nord;
- **imprese femminili** hanno dimostrato un **maggiore orientamento alla transizione digitale ed ecologica**: infatti nel biennio 2020-2021, tra le imprese che hanno avviato investimenti nella transizione ecologica, le imprese femminili sono il 14% rispetto all'11% di quelle non femminili; mentre per gli investimenti finalizzati alla transizione verde le imprese femminili hanno avviato investimenti nella misura del 12% rispetto al 9% di quelle non femminili.

sni.unioncamere.it

10



UNIONCAMERE



SERVIZIO NUOVE IMPRESE
La piattaforma delle Camere di Commercio



MINI GUIDE PER ORIENTARSI

Transizione Digitale ed Ecologica

La Ricerca, inoltre, pone il focus su due aspetti particolarmente interessanti: le barriere che ostacolano le imprese in generale, e quelle femminili in particolare, nella disponibilità di tecnologie digitali e green e le policy proposte per il loro superamento.

Fermo restando le difficoltà incontrate dalla stragrande maggioranza delle imprese ad investire nelle tecnologie digitali e nella sostenibilità, le principali barriere registrate risultano riconducibili alle seguenti categorie:

- I. insufficienza di risorse finanziarie per investimenti mirati;**
- II. maggiori difficoltà legate ai costi elevati delle tecnologie;**
- III. scarsa conoscenza delle agevolazioni pubbliche e difficoltà di ottenerle;**
- IV. insufficiente cultura diffusa sui temi del green e del digitale; mancanza di competenze in materia.**





MINI GUIDE PER ORIENTARSI

Transizione Digitale ed Ecologica

Tra le principali *policy* proposte per il superamento di tali fattori ostacolanti alla diffusione della doppia transizione vengono individuate azioni di:

- **formazione continua per l'acquisizione di competenze mirate;**
- **accesso al credito bancario e finanziario;**
- **semplificazione di procedure amministrative per ottenere le agevolazioni**
- **promozione e diffusione dell'importanza degli investimenti nella doppia transizione;**
- **segnalazione relative agli incentivi fiscali mirati.**





MINI GUIDE PER ORIENTARSI

Conclusioni e suggerimenti

Esistono diverse fonti autorevoli che offrono supporto alle nuove imprese in tale percorso conoscitivo/orientativo attraverso la messa a disposizione di interessanti report periodici e rapporti di dati consuntivi e previsionali sul mondo della imprenditoria. Tra questi la guida fornisce alcuni spunti tratti da:

- Osservatorio sull' Imprenditoria Femminile di Unioncamere- Infocamere [report periodici];
- Pubblicazione Nuove Imprese, 2022 di Unioncamere – ANPAL, Sistema Informativo Excelsior;
- V° Rapporto Nazionale Imprenditoria femminile, 2022 di Unioncamere - Centro Studi Guglielmo Tagliacarne - Si.Camera.

Per i dati si possono consultare:

<https://excelsior.unioncamere.net/pubblicazioni/2022>
[Imprenditoria femminile - dati e trend: https://bit.ly/41bXOtl](https://bit.ly/41bXOtl)

Per i Comitati delle imprese al femminile si può consultare:

<https://www.imprenditoriafemminile.camcom.it/>

Per individuare bandi e finanziamenti ad hoc si può consultare:

Orientamento agli incentivi - Invitalia : <https://bit.ly/3RdWsKf>
DDL Made in Italia: impresa femminile: <https://bit.ly/47JnaS1>

sni.unioncamere.it