

IMPRESE E LAVORO

Confcommercio Potenza: la parola d'ordine resta innovare, in 5 anni le aziende rosa legate al mondo digitale aumentate del 9,5%

La crisi non ferma le donne

Rapporto Unioncamere: la Basilicata al secondo posto in Italia per presenza di imprese rosa (26,5%)

POTENZA- La crisi non ferma le donne che fanno o che vogliono fare impresa specie in Basilicata che secondo il Rapporto ImpresaInGenere, realizzato da Unioncamere, si attesta al secondo posto in Italia per presenza di imprese rosa (26,5%) subito dopo il Molise (28,3%) con un totale di 15.819 imprese a titolarità femminile, di cui poco più di 10mila iscritte alla Cciaa di Potenza. E' quanto evidenzia Confcommercio Imprese Italia Potenza. "Il Rapporto - sottolinea la nota - ci aiuta a comprendere meglio il mondo femminile dell'impresa e del lavoro e soprattutto le esigenze più rilevanti, il valore e le potenzialità delle donne d'impresa".

"Anche in provincia di Potenza - commenta Incoronata Lucia, Terziario Donna-Confcommercio - la parola d'ordine è innovare: in cinque anni le imprese femminili legate al mondo digitale sono aumentate del 9,5% contro il +3% del totale. Buoni incrementi si registrano anche nel mondo delle startup innovative i progressi sono evidenti: se nel 2010 le startup innovative femminili erano solo il 9,1% del totale, nel 2014 sono diventate il 15,4%, pari a circa 600 imprese. Nel complesso, l'universo dell'impresa femminile riflette lo stesso processo di terziarizzazione in atto in tutto il sistema produttivo nazionale; da noi spiccano i valori della creatività e dell'impegno delle titolari di ditte individua-

li. L'esempio forse più significativo viene da Avigliano con l'idea di realizzare il primo Centro Commerciale Naturale del territorio aviglianese attraverso una card di fidelizzazione e raccolta sconti. E' la nuova iniziativa che - spiega Incoronata Lucia (Confcommercio) a nome dei colleghi - i commercianti di Avigliano, con in testa le donne, hanno promosso cogliendo l'opportunità offerta da "evolving", sistema già diffuso in molte aree commerciali d'Italia per acquistare, risparmiare e accumulare punti. Infatti questa card permette di accumulare sconti anche acquistando sul web dai grandi brand, ma gli e-coin (punti-soldi) accumulati saranno utilizzabili esclusivamente presso i negozi tradizionali convenzionati. Anche sotto il profilo occupazionale la crisi è stata un po' meno dura per le donne. Tra il 2010 e il 2014, secondo i dati Istat, l'occupazione femminile è aumentata (+1,7%; pari a +156mila lavoratrici), dimostrandosi in controtendenza rispetto alla flessione subita da quella maschile (-3,8%; -498mila). Marcato soprattutto l'aumento delle occupate laureate (+15,8%; +324mila), superiore alla corrispondente media Ue (+14,3%). A questa dinamica si contrappone la contrazione delle occupate con al massimo la licenza media (-8,2%; -205mila) e il lieve incremento di quelle con diplo-

ma (+0,8%; +37mila).

L'occupazione giovanile femminile (15-34 anni), però, ha subito una significativa flessione (-15,4%; -392mila in valori assoluti) che, per quanto più contenuta di quella maschile (-18,8%), si è dimostrata ben più elevata della media europea (-4,4%)". Per Confcommercio Potenza, rispetto al passato "c'è un cambio culturale importante da parte delle donne che sono più propense a dedicarsi al business. La spinta deriva inoltre dal fatto che con la crisi molte donne, che magari avevano un lavoro precario, lo hanno perso. Di qui la necessità di reinventarsi attraverso l'autoimpiego in attività che spaziano dal commercio ai servizi alle persone e alle imprese o legate alla sostenibilità, a Internet, ad attività fortemente innovative. Uno scenario positivo, dunque, anche se le aziende rosa restano ancora una minoranza e devono fronteggiare diversi ostacoli, in primis l'accesso al credito. Spesso infatti le donne non hanno un passato d'azienda ed è difficilissimo ottenere dei finanziamenti, come rilevano anche i dati dell'Osservatorio nazionale sul credito per le Pmi, secondo cui le porte dell'accesso al credito faticano ancora a spalancarsi per le donne imprenditrici: nel secondo trimestre dello scorso anno le richieste sono state accettate solo nel 20,2% dei casi (in aumento rispetto al 19,2% del



primo trimestre)”. “Più sostegno all'imprenditoria femminile, anche in fase in start up, un accesso al credito più adeguato alle specificità dell'impresa in rosa: sono alcune delle richieste prioritarie di Terziario Donna - evidenza ancora Incoronata - richieste che partono forti anche dei dati dell'Osservatorio Censis sull'imprenditoria femminile, che resiste alla crisi meglio di quella maschile, trend particolarmente consistente nel settore del commercio”.

