

# Allarme di **Terziario Donna Confcommercio** per l'inversione di tendenza «La pandemia colpisce l'impresa femminile»

## In Basilicata sono 4 su 10 le aziende a guida femminile Ma le nuove iscrizioni sono in calo dal 28,2% al 22,3%

QUATTRO imprese su dieci in Basilicata sono amministrare da donne (circa 8 mila); al terzo trimestre del 2021 le nuove iscrizioni di società femminili sono 609 (il 27,9% del totale); in crescita le società di capitale rette da donne (136, il 22,3% contro le 108 pari al 18,5% del 2020).

Sono questi i dati più significativi di un'indagine sulle imprese femminili realizzata da **Terziario Donna Confcommercio**, in collaborazione con il Centro Studi delle Camere di Commercio "Guglielmo Tagliacarne".

«Il primo dato - evidenzia in una nota **Confcommercio** Potenza - è la nascita di imprese femminili che mostra segnali di ripresa anche se la pandemia continua a pesare sulla voglia di mettersi in proprio delle donne. In fase pre-pandemia la percentuale di nuove iscrizioni di imprese femminili alla Cciiiiaa raggiungeva il 28,8%. La difficile congiuntura sta portando comunque a scelte aziendali più consapevoli e meditate, che potrebbero in parte essere legate anche alla crescente presenza femminile nelle funzioni di guida delle imprese. Sette imprese rosa su dieci operano nel terziario, un quarto sono società di capitale, sono cresciute dell'1,6% negli ultimi 5 anni ma il Covid ne ha frenato il trend positivo tagliando nel 2021 le iscrizioni di nuove imprese (-12,1% rispetto al 2019)».

Per quanto riguarda i singoli settori, **Confcommercio** evidenzia che «le donne che fanno impresa sono soprattutto attive nel commercio (il 23,5%), nelle attività di alloggio e ristorazione (il 29,3%), nel noleggio, nelle agenzie di viaggi e servizi di supporto alle imprese (26,5%). Le imprese a prevalente conduzione femminile sono caratterizzate da una maggiore fragilità: oltre il 20% chiude entro i tre anni rispetto al 16% delle imprese non femminili. Per 6 imprenditrici su 10 del terziario è fondamentale favorire la conciliazione tra lavoro e vita privata, tema per il quale è peraltro massimo lo stacco con gli imprenditori uomini (15 punti). Anche sui temi del sostegno alla genitorialità e delle pari opportunità di carriera e di salario (rispettivamente secondo e terzo per importanza) le quote sono molto più elevate per le donne rispetto agli uomini. Second-

do il 56% degli intervistati i ristoratori previsti a beneficio delle imprese non sono stati adeguati.

Per la presidente di **Terziario Donna Anna Lapini**, quindi: «sostenere l'imprenditoria femminile significa oggi creare un contesto di partenza nel quale le donne possano avere accesso alle risorse necessarie a trovare nella società il posto che desiderano. La loro, la nostra identità. E oltre alle condizioni servono gli strumenti per interpretare la realtà e per cambiarla».

«Crediamo - ha aggiunto Lapini - che non esista un modo di fare impresa al maschile o al femminile: un'impresa deve stare sul mercato, e le leggi di mercato non fanno distinzioni di genere. Però per competere è necessario che le condizioni siano le stesse per chiunque vi opera: stesso mercato, stesse regole, vale anche in questo caso».

Secondo **Confcommercio** la pandemia ha colpito molto duramente l'imprenditoria femminile in Italia. E mai come in questo momento le questioni legate alla parità di genere hanno assunto un ruolo strategico a livello nazionale ed internazionale.

«Anche nel Piano nazionale di ripresa e resilienza - ha detto ancora la presidente di **Terziario Donna** - sono destinate risorse importanti per l'imprenditoria femminile: 400 milioni stanziati per la realizzazione dell'investimento per "Creazione di imprese femminili"».

«Il nostro Paese - ha concluso Lapini - sarà in grado di crescere se si creeranno le condizioni perché le donne acquisiscano, singolarmente e collettivamente consapevolezza del proprio valore, solo se la società intera, saprà riconoscere, rispettare e promuovere questo valore, difenderlo, e contemporaneamente ribaltare quegli stereotipi che relegano le donne a ruoli ancillari o di cura e che determinano esclusione, quando non addirittura violenza».

Di qui la campagna di sensibilizzazione di **Terziario Donna** lanciata sui social per la Giornata Internazionale Contro la Violenza sulle Donne, che ha scelto come slogan: «la vita delle donne è un valore, difendiamola».



La presidente di **Terziario Donna Anna Lapini**

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 88

