

L'Italia che vogliamo è donna

Evento inserito tra le tappe del Giro d'Italia per l'imprenditoria femminile 2021



A cura di Francesca Pierini, borsista Polis-Lombardia

Luogo e data	24 novembre 2021 in live streaming da Milano
Promotori	Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi, Comitato promozione Imprenditoria femminile, Palazzo Giureconsulti
Relatori	<p>Carlo Sangalli, Presidente Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi Loretta Credaro, Vicepresidente Confcommercio-Imprese per l'Italia Presidente Camera di commercio di Sondrio Marzia Maiorano, Presidente Comitato Imprenditoria Femminile Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi Cristina Tumiatti, Presidente Comitato Imprenditoria Femminile Camera di Commercio di Torino Alessandra Gangai, Ricercatrice Senior Osservatorio Smart Working Politecnico di Milano Fabio Bentivegna, Digital Coordinator PID Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi Giulia Zanotti, Senior business Analyst Invitalia Tiziana Pompei, Vicesegretario Unioncamere nazionale</p>

Sintesi

L'evento si inserisce tra le tappe del Giro d'Italia per l'imprenditoria femminile 2021 il cui obiettivo è stato quello di mettersi in ascolto dei bisogni delle donne imprenditrici per attivare progetti concreti a favore della ripresa e del rafforzamento del settore imprenditoriale femminile.

L'incontro è stato organizzato come una 'tavola rotonda' all'interno della quale ogni relatore ha esposto le proprie considerazioni inerenti all'argomento; si è trattato infatti di un'occasione per riflettere sul futuro dell'imprenditoria femminile post pandemia, partendo dall'analisi di tematiche eterogenee, quali leadership, credito, nuovi modelli di impresa e nuovi modelli di business.

Ha introdotto l'incontro **Carlo Sangalli** (Presidente Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi) sottolineando come la pandemia sia stata in grado di mostrare quanto facilmente si possono vanificare tutti i passi in

avanti compiuti per l'occupazione lavorativa delle donne. Sono molti ancora i divari che coinvolgono le donne e il mondo del lavoro e solo colmando questi divari si può raggiungere una società più giusta per tutti e più coesa.

Sangalli sottolinea l'importanza dello smart working come strumento da governare, incentivare e utilizzare in direzione dello smart living, responsabilità individuale e collettiva, e ricorda che la Lombardia è la regione dove si concentra il maggior numero di imprese femminile che rappresentano a livello nazionale quasi il 22% del sistema produttivo. Usare nuovi punti di vista, quelli delle donne, e nuove competenze è un esercizio da mettere in atto, su cui investire, anche in vista dei fondi del PNRR: sono infatti circa 400 i milioni destinati a investire su progetti di imprenditoria al femminile. Bisogna offrire a tutte le donne imprenditrici una concreta risposta di speranza.

Modera l'evento **Marzia Maiorano** (Presidente Comitato Imprenditoria Femminile Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi) Il comitato di Milano Monza Brianza e Lodi è costituito dalle rappresentanze delle più importanti associazioni economiche e sindacali del territorio lombardo. Maiorano mette in luce il fatto che le imprenditrici donne necessitano di strumenti che possano creare le condizioni abilitanti affinché il numero delle imprese femminili raddoppi in poco tempo. Tre sono le direttrici sui cui puntare: innovazione, capitale umano e sostegno economico. L'investimento sarà ripagato certamente nel lungo periodo, infatti i numeri dicono che le imprese guidate da donne sono più attente alle responsabilità sociale e a temi di sostenibilità e per questo hanno un grande impatto sul contesto entro cui operano. Muovere l'innovazione significa investire su alcuni settori (esempio digitalizzazione) che sono ancora troppo indietro nel nostro paese.

Muovere il capitale umano invece significa investire sull'educazione di bambini e bambine, attività di formazione e significa colmare i divari di genere che vi sono in alcune discipline (come nel caso delle discipline STEM).

Sono necessari, infine, sostegni economici ma la finanza e il mondo femminile sono spesso in contrasto, per due ragioni: da un lato lo scarso riconoscimento dell'identità economica delle donne, dall'altro anche la minor competenza e partecipazione delle donne in ambito finanziario. Puntare sulla crescita dell'imprenditoria femminile significa riconoscere le capacità delle donne e ciò può avere effetti positivi sia in termini di crescita economica (PIL), sia sociali (diminuzione del divario di genere). Il riconoscimento dell'identità economica della donna non è quindi solo una questione etica ma dell'impatto concreto che ciò può avere sul rilancio del paese post pandemia.

Cristina Tumiatti (Presidente Comitato imprenditoria femminile Camera di commercio di Torino) ha tenuto un intervento su leadership ed empowerment femminile. Fino ad ora il ruolo del leader è stato sempre accostato alla figura di uomini di spicco ma probabilmente si tratta di una

visione obsoleta, vi è il bisogno di rispondere a nuove sfide con nuove formule. Si tratta di realizzare una leadership che è stata definita come più 'emotiva', più partecipativa e che sia in grado di valorizzare nuovi talenti; d'altro canto, le aziende devono saper attrarre questi talenti e saperli anche trattenerne. Uno dei temi più dibattiti è quello dell'inclusione, della sostenibilità, dell'empowerment femminile. Le donne devono acquisire anche autoconsapevolezza.

Loretta Credaro (Vicepresidente Confcommercio-Imprese per l'Italia |Presidente della Camera di commercio di Sondrio) ha parlato della certificazione della parità di genere; tale certificazione mira a favorire la parità retributiva e, dunque, a superare le discriminazioni indirette nel lavoro all'origine del gender pay gap. Alle aziende con certificazione di pari opportunità viene riconosciuto anche uno sgravio contributivo fino a 50mila euro all'anno. Altra misura importante per l'imprenditoria femminile è il Fondo Impresa Donna: il Ministro dello sviluppo economico Giancarlo Giorgetti ha firmato il Decreto interministeriale insieme al Ministro dell'economia e delle Finanze Daniele Franco e al Ministro per le pari opportunità e la famiglia Elena Bonetti che lo rende operativo. Si tratta di un Fondo da 40 milioni di euro che mira a rafforzare gli investimenti e i servizi a sostegno dell'imprenditorialità femminile, secondo le linee guida del PNRR. I comitati di imprenditoria femminile svolgono un ruolo cruciale in questo senso, di informazione, sensibilizzazione e consulenza a riguardo.

Alessandra Gangai (Ricercatrice Senior Osservatorio Smart Working Politecnico di Milano) ha presentato alcuni dati dell'Osservatorio di cui è ricercatrice e sottolineato che bisogna avere coraggio e affrontare i cambiamenti come quello dello smart working; se ne è sentito parlare tantissimo in questo periodo di Covid e ha cambiato molto il modo di lavorare e le necessità di donne e famiglie. Nel 2019 lavoravano in smart working circa 600.000 persone mentre con la pandemia sono state coinvolte circa sei milioni di persone; lavorare da remoto costituiva infatti la situazione ideale sia per proteggere la salute sia per mandare avanti le attività produttive. Ma cosa è lo smart working? La definizione di smart working, contenuta nella Legge n. 81/2017, pone l'accento sulla flessibilità organizzativa, sulla volontarietà delle parti che sottoscrivono l'accordo individuale e sull'utilizzo di strumentazioni che consentano di lavorare da remoto (come ad esempio: pc portatili, tablet e smartphone). Ma lo smart working non deve essere considerato meramente come una forma di welfare aziendale, non rientra nei servizi di conciliazione vita-lavoro; non si fa smart working per venire incontro a esigenze personali perché lo smart working non dovrebbe riguardare solo quei segmenti di lavoratori che hanno esigenze legate alla flessibilità oraria ma riguarda tutti. Fare smart working non significa nemmeno lavorare da casa una volta a

settimana, lavorare da remoto ogni tanto: lo smart working dovrebbe essere una modalità di lavoro in grado di permettere di pianificare meglio i tempi e gli spazi della vita. Per tutti questi motivi lo smart working non è ciò che è stato messo in atto durante la pandemia in maniera coercitiva. Lo smart working è invece una filosofia manageriale, un nuovo modo di pensare il lavoro attraverso cui le persone possono scegliere il luogo e il tempo migliore per svolgere il proprio lavoro, avendo in mente che l'obiettivo è quello di raggiungere il risultato prefissato. La possibilità di scelta è fondamentale, ciò ci fa comprendere che quello che è accaduto in pandemia non è smart working: in quel caso, infatti, l'abitazione è stata adibita a luogo di lavoro ma non sempre costituiva lo scenario adatto per ospitare un lavoratore, per esempio perché non si possiedono i dispositivi adatti (sedie, pc, internet). Lo smart working prevede un cambio di approccio della cultura manageriale ma anche nel modo di concepire il lavoro: si tratta di un cambiamento che non avviene in giorno, mentre durante la pandemia tutto ciò è avvenuto in maniera repentina. Bisogna che lo smart working sia regolato attraverso politiche adeguate, individuando degli spazi adatti (sia per la privacy sia per la concentrazione che per la salute dei lavoratori) e comporta l'adesione a tecnologie digitali più avanzate (in grado di trattare dati anche sensibili). Un altro tema che si lega all'utilizzo di queste tecnologie digitali è però l'iperconnessione, l'overworking, bisogna trovare un'armonia tra esigenze lavorative e private. Lo smart working può portare dei benefici molto elevati: una maggiore cultura d'impresa, si lavora meglio, ci si organizza meglio, benefici anche a livello ambientale (esempio minor utilizzo di mezzi di trasporto).

Fabio Bentivegna (Digital Coordinator Punto Impresa Digitale, Camera di commercio di Milano, Monza e Brianza, Lodi) ha effettuato un intervento sugli strumenti e sui servizi per la trasformazione digitale delle PMI sottolineando come la digitalizzazione sia estremamente importante in questo momento. Si veda ad esempio il caso dell'e-commerce, fondamentale nel periodo di lockdown: nel 2019 il 10% delle PMI vendeva online e il 44% degli italiani acquistava online; nel 2020 invece l'e-commerce ha avuto un +20% marzo 2019, +28,2% rispetto ad aprile 2019 e + 41,7% a maggio 2020. L'approccio delle persone nei confronti del digitale è cambiato; la pandemia, il lock down e il successivo distanziamento sociale, hanno provocato un'evoluzione nelle abitudini dei consumatori, anticipando i tempi in Italia e trainando imprese e istituzioni verso un cambiamento non più rinviabile. I Punti Impresa Digitale sono collocati presso le Camere di Commercio e sono dedicati alla diffusione della cultura e della pratica della diffusione del digitale nelle MPMI (Micro Piccole Medie Imprese) di tutti i settori economici. Il progetto è la risposta delle Camere di Commercio alla richiesta del Mise di realizzare un network di

punti informativi e di assistenza alle imprese sui processi di digitalizzazione. Il progetto si inserisce all'interno del Piano nazionale Impresa 4.0 varato dal Governo per dare vita alla quarta rivoluzione industriale in Italia. Il punto impresa digitale nasce nell'ambito del programma Industria 4.0 con l'obiettivo di facilitare l'utilizzo delle tecnologie 4.0 nelle imprese. Per le imprese ci sono alcuni step da rispettare: 1) prendere coscienza del proprio livello di maturità digitale, 2) fare un approfondimento con un digital promoter per cominciare a delineare un piano di trasformazione digitale 3) incontrare dei professionisti per andare a sviluppare il piano delineato. Importante è la tematica dell'internazionalizzazione per essere più innovativi ed efficaci nel mercato internazionale. Il PID porta la cultura innovativa all'interno delle imprese sia dal punto di vista dei servizi che dell'informatica.

Giulia Zanotti (Senior business Analyst Invitalia) ha sottolineato come l'accesso al credito sia uno dei problemi maggiori per l'imprenditoria femminile e come la diffusione della cultura di impresa sia uno strumento altrettanto basilare per far sì che molte donne possano immaginarsi come imprenditrici. Il Fondo Impresa Donna, istituito con la legge di bilancio di quest'anno, si sviluppa su due direttrici: quella sulla finanza e quella sugli interventi di formazione, di diffusione di valori e di empowerment dell'impresa femminile. Purtroppo, ancora poche donne si dedicano a progetti di impresa: secondo un osservatorio interno degli oltre 52.000 progetti ricevuti negli ultimi 5 anni, solo il 32% vede una donna tra i titolari o tra la compagine sociale dei proponenti. Se si tiene conto invece solo delle startup o delle imprese innovative questa percentuale scende al 3%. Il Fondo Impresa donna è uno strumento finanziario molto importante, destinato alle imprese con maggioranza di donne sia tra i titolari sia tra gli organi di gestione e vale sia per nuove imprese sia per imprese già esistenti. L'obiettivo della misura è quello di incentivare la partecipazione delle donne al mondo delle imprese, supportando le loro competenze e creatività per l'avvio di nuove attività imprenditoriali e la realizzazione di progetti innovativi, attraverso contributi a fondo perduto e finanziamenti agevolati. Il decreto interministeriale è stato firmato anche dal Ministro dell'economia e delle finanze e dal Ministro per le pari opportunità e la famiglia. Sarà quindi inviato alla Corte dei Conti per la registrazione. Esistono altri incentivi per l'imprenditoria femminile, come ad esempio Smart&Start Italia, l'incentivo che sostiene la nascita e la crescita delle startup innovative, oppure l'incentivo per le imprese culturali (Cultura Crea, che sostiene la nascita e la crescita di iniziative imprenditoriali e no profit nel settore dell'industria culturale-turistica che puntano a valorizzare le risorse culturali del territorio nelle regioni Basilicata, Calabria, Campania, Puglia e Sicilia), o ancora Selfemployment, la misura che da febbraio 2021 prevede i finanziamenti per

avviare una piccola attività imprenditoriale in tutta Italia e in qualsiasi settore a donne inattive e disoccupati di lunga durata, oltre che ai Neet iscritti al programma Garanzia Giovani. Il finanziamento previsto dal PNRR servirà anche per finanziare di nuovo tutti questi progetti.

Conclude la tavola rotonda **Tiziana Pompei** (Vicesegretario Unioncamere nazionale) cercando di trarre un po' le conclusioni di questo incontro. È vero che l'Italia è un po' più donna ma c'è ancora molto da fare. A fine settembre le imprese erano 6 milioni, quelle femminili 1,3 milioni, circa il 22% del totale. Le regioni in cui si concentra maggiormente la presenza femminile sono Molise, Basilicata e Abruzzo e i settori sono quelli tradizionalmente appannaggio di donne: servizi, sanità, assistenza sociale ma sta crescendo anche la presenza femminile in settori nuovi (come lo sviluppo di software) e nelle aziende più giovani. Si è registrato un incremento delle imprese femminili nei primi mesi del 2021 (rispetto allo stesso periodo del 2020), con un +7.000 che sono però ancora 9.200 in meno rispetto al 2020. Sono cresciute le società di capitali, società più solide e più strutturate, che passano dal 22% a oltre il 23%; Milano si colloca al quarto posto per incidenza di società di capitali. Questo è il sintomo di fare impresa in maniera diversa, più matura, più consolidata e consapevole. Di che cosa avrebbero bisogno le imprese femminili? A cosa servono e cosa possono fare camere e comitati? quali sono i terreni di lavoro? 1) una maggiore consapevolezza delle risorse finanziarie e degli strumenti a disposizione 2) aiutare le donne nel networking, nel fare rete 3) supportare le giovani donne e offrire attività di formazione 4) supportare nuovi modelli di fare impresa. Sono importanti i lavori di formazione, i lavori di sensibilizzazione sul tema così come allo stesso modo è importante fare sistema davvero tutti insieme, con le istituzioni, il mondo imprenditoriale e un utilizzo dei fondi in maniera integrata ed efficace.

Per approfondire <https://www.milomb.camcom.it/eventi-imprenditoria-femminile>