

# M'ILLUMINO D'IMPRESA

*L'imprenditoria femminile  
a Roma e provincia:  
una lunga tradizione di successi*

 ABSTRACT

*tante donne, tante imprese*



✓ © 2011 Camera di Commercio di Roma  
Via de' Burrò 147 - 00186 Roma  
[www.rm.camcom.it](http://www.rm.camcom.it)

I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica, di riproduzione e di adattamento, totale o parziale, con qualsiasi mezzo sono riservati esclusivamente alla CCIAA di Roma

Il Rapporto “M’illumino d’impresa. L’imprenditoria femminile a Roma e provincia: una lunga tradizione di successi” si distingue da lavori precedenti per l’introduzione di una serie di novità, che presentano il fenomeno dell’imprenditorialità femminile su aspetti fin’ora non esplorati e che valorizzano il patrimonio informativo della Camera di Commercio.

Il tema “guida” del rapporto è identificato nei nodi da sciogliere per favorire una maggiore partecipazione femminile al tessuto imprenditoriale, tra i quali l’accessibilità ai servizi e alle risorse che incidono sulla competitività delle imprese, esplorato in un’ottica di genere e in confronto con i dati del 2° Rapporto Nazionale 2011.

Con la pubblicazione “Impresa in Genere” 2° Rapporto provinciale 2011 la Camera di Commercio di Roma e il Comitato per la Promozione dell’Imprenditorialità femminile intendono

- ➔ ricostruire il quadro ampio e sfaccettato delle caratteristiche e della condizione delle imprese locali in un’ottica di genere, in confronto anche con la situazione che emerge nel 2° Rapporto Nazionale 2011 (realizzato da Retecamere per conto di Unioncamere, Ministero Sviluppo Economico e Dipartimento Pari Opportunità-Presidenza del Consiglio dei Ministri);

---

- ➔ presentare i principali fabbisogni delle imprese locali e le analisi delle modalità di approccio delle imprese femminili, in comparazione a quelle maschili, alle risorse critiche per la loro competitività anche in confronto con i risultati del 2° Rapporto Nazionale;

---

- ➔ descrivere la partecipazione femminile nelle posizioni di vertice del tessuto imprenditoriale locale in tutte le imprese.



# Abstract

Il Rapporto provinciale “M’illumino d’impresa”, ricostruisce per la prima volta il quadro ampio e sfaccettato delle caratteristiche e dei principali comportamenti delle imprese della provincia di Roma in un’ottica di genere. Con questo lavoro la Camera di Commercio di Roma è la prima a declinare l’analisi e la metodologia seguita nel 2° Rapporto nazionale nel proprio contesto locale, anche in termini di confronto su alcuni aspetti rilevanti dell’imprenditoria femminile.

Il lavoro, che combina un’analisi quantitativa (sul patrimonio informativo delle banche dati camerali) e una qualitativa (presso un campione misto di imprese) con i risultati di altre relative alle criticità della presenza femminile nel mondo lavorativo, anche a livello internazionale, si arricchisce di nuove dimensioni in grado di ricostruire la genesi d’impresa, il percorso individuale delle imprenditrici (e imprenditori), il livello di utilizzo dei servizi del territorio e le esigenze/fabbisogni a cui dare risposta.

Le analisi mettono in evidenza come le imprese femminili nella provincia di Roma siano aumentate più che nel Lazio, nel Centro Italia e su scala nazionale. Questa dinamica rilevata nella più ampia serie storica tra il 2003 e il 2008, continua anche nel nuovo periodo di osservazione tra il primo semestre 2009 e il primo semestre 2010 (il 6,2% contro lo 0,6% delle imprese maschili) apportando un notevole contributo all’aumento del numero totale delle imprese (+1,8%).

Le 95.465 unità femminili della provincia, rilevate nel secondo semestre 2010, sono concentrate soprattutto nell’area del Comune di Roma (quasi il 70%) e crescono in tutte le aree della provincia, in particolare nella Valle del Tevere e Sabina Romana, dove sono aumentate del 5,4% a fronte di un 5% regionale e 2,1% nazionale. L’analisi in termini di numero di imprese femminili rispetto al totale - tasso di femminilizzazione - vede l’area della Valle dell’Aniene raggiungere il livello più elevato (26,1% dato superiore a quello regionale e nazionale, ad eccezione del Comune di Roma).


È un’imprenditorialità che utilizza nella maggior parte dei casi la forma giuridica della ditta individuale (46%), ma che vista dinamicamente tende a “spostarsi” verso forme più strutturate e tra queste in modo particolare verso società di capitali (la variazione tra il 2009 e il 2010 è del 21% rispetto al 18% nazionale).

Anche riguardo ai settori, se da un lato la numerosità maggiore si ha nel commercio (31.155, pari al 32,6% del totale), alloggio e ristorazione (8.721, pari al 9,1%), altre attività di servizi (7.770, pari al 8,1%) e costruzioni (6.096, pari al 6,4%), dall’altro la crescita maggiore nell’ultimo anno si è avuta nelle estrazioni (7,4% contro lo 0% Italia), costruzioni (6,5%, contro lo 0,19% Italia), informatica e comunicazione (6%, contro lo 0,05% Italia).

Nel 2008, con oltre 164 mila cariche (titolare, socio, amministratore, altre cariche), pari al 24,4% del totale, le donne dimostrano che la partecipazione nel tessuto imprenditoriale romano non si limita solo alle imprese femminili, ma a tutte le imprese. In particolare nei settori commercio (il 28,6% tra le donne) e attività immobiliari, noleggio, informatica e ricerca (18,1% tra le donne).

Di interesse è anche la “attrattività” della provincia di Roma di donne che provengono da altri contesti territoriali nazionali, comunitari ed extracomunitari per svolgere attività d’impresa prevalentemente nei settori citati. Nel primo caso, di origine soprattutto campana e dirette in particolare verso l’area dei Castelli meridionali e litorale meridionale. Nel secondo caso, principalmente dalla Romania, Francia e Germania per distribuirsi in modo non molto difforme in tutta la provincia con punta massima nella Valle dell’Aniene. Nel terzo caso, soprattutto da Cina, Libia, Nigeria e Svizzera con prevalente concentrazione nel Litorale settentrionale e area Sabatina.

Al pari di quanto rilevato a livello nazionale, le donne hanno creato nella grande maggioranza dei casi imprese ex novo (71%), avendo già alle spalle precedenti attività lavorative (74%), soprattutto da collaboratore/dipendente



(79%) e nello stesso settore (73%). Tra le principali difficoltà incontrate al momento dell'avvio vi sono stati gli adempimenti burocratici (51%) e il reperimento di capitale (41%), mentre tra i principali punti di forza si rileva la conoscenza degli aspetti tecnici (46%) e la conoscenza degli elementi di gestione aziendale (44%).

Sebbene fornitori e clienti delle imprese femminili siano localizzati prevalentemente all'interno della regione Lazio, una dei rilevante quota di clienti (oltre 17%) è estera. Ciò dimostrerebbe un'apprezzabile apertura verso i mercati esteri; però il dato che solo il 3,3% dei fornitori è localizzato fuori dai confini nazionali porta a configurare un' imprenditoria femminile radicata sul territorio e poco orientata a "dislocare".

Nonostante siano orientate a formalizzare le collaborazioni con altre imprese il più delle volte attraverso consorzi di acquisto e vendita e siano più inclini del totale delle imprese verso i consorzi di ricerca e innovazione, emerge un atteggiamento cauto nel realizzare progetti comuni con le altre imprese.

Risulta scarsa la formalizzazione di piani aziendali da parte delle imprese femminili, questo anche tra le aziende con forme giuridiche più strutturate.

Attualmente le imprese femminili esprimono maggiori difficoltà nei rapporti con le banche (31%), con le quali pur avendo un affidamento nel 57% dei casi, sia con quelle appartenenti a grandi gruppi (46%) sia con quelle locali (36%), non intendono ampliarlo così come rilevato a livello nazionale. Va anche detto che la questione dell'accesso al credito forse risente anche della bassa partecipazione ai confidi (5%) che è al di sotto della media nazionale (10%). Soffrono anche gli adempimenti richiesti dalla PA (23%) e nei rapporti con i clienti (22%), soprattutto a causa dell'andamento dell'economia generale (81%).

Tutti questi aspetti in qualche misura possono aver inciso sui principali fabbisogni delle imprese femminili che sono particolarmente sentiti nella gestione finanziaria (52%), nell'innovazione tecnologica (30%), nelle relazioni con il territorio (29%), nella produzione (27%) e nell'internazionalizzazione (20%), con livelli maggiori rispetto alla media delle imprese della provincia.

Tra i settori presenti sul territorio quelli che le imprese femminili ritengono offerti in maniera adeguata sono: la formazione, la consulenza sulle scelte strategiche aziendali, l'assistenza nell'adempimento delle pratiche amministrative ed i servizi di conciliazione "lavoro / impegni personali" (sia pure quest'ultimo con una percentuale di consensi inferiore rispetto a quella rilevata per quelli precedenti). I più utilizzati sono invece: l'assistenza agli adempimenti (10,7%), la formazione (4,7%), la ricerca e selezione del personale (1,7%); questo comportamento sostanzialmente analogo a quello rilevato a livello nazionale. Per il futuro le imprese femminili pensano di ricorrere maggiormente a servizi legati a formazione (14,3%), agli adempimenti burocratici (12,3%) e alla consulenza giuridica (12%), distinguendosi dal comportamento rilevato a livello nazionale, dove è marcato anche il fabbisogno di servizi di accompagnamento all'innovazione e di informazione di mercato.

In generale è possibile affermare che le imprese femminili della provincia di Roma costituiscono una importante componente del sistema produttivo che ha contribuito e contribuisce a far crescere l'economia, pur di fronte alla crisi economica e alle criticità di diversa natura che deve affrontare.

Proprio queste ultime sono ben evidenziate da ricerche e studi svolti a livello nazionale e internazionale che dimostrano come e quanto lo sviluppo economico trovi un grande "freno" nella bassa presenza delle donne nella sfera lavorativa in particolare nei posti "decisionali".

Il "Global Gender Gap Report del World Economic Forum, il Gender Gap dell'OCSE, le analisi del CNEL sui differenziali retributivi, etc., arrivano tutti in modo più o meno palese alla stessa conclusione: l'integrazione delle competenze e dei ruoli tra donna e uomo nella società fa parte di una strategia che, valorizzando le donne, è destinata ad aumentare l'efficacia e l'efficienza e l'innovatività dei progetti. A tale conclusione giunge anche il presente Rapporto che richiama l'attenzione verso la necessità di progettualità mirate, che da un lato creino le condizioni per far emergere il potenziale del genere femminile e dall'altro stimolino le donne stesse ad esser più attive anche dal lato imprenditoriale.