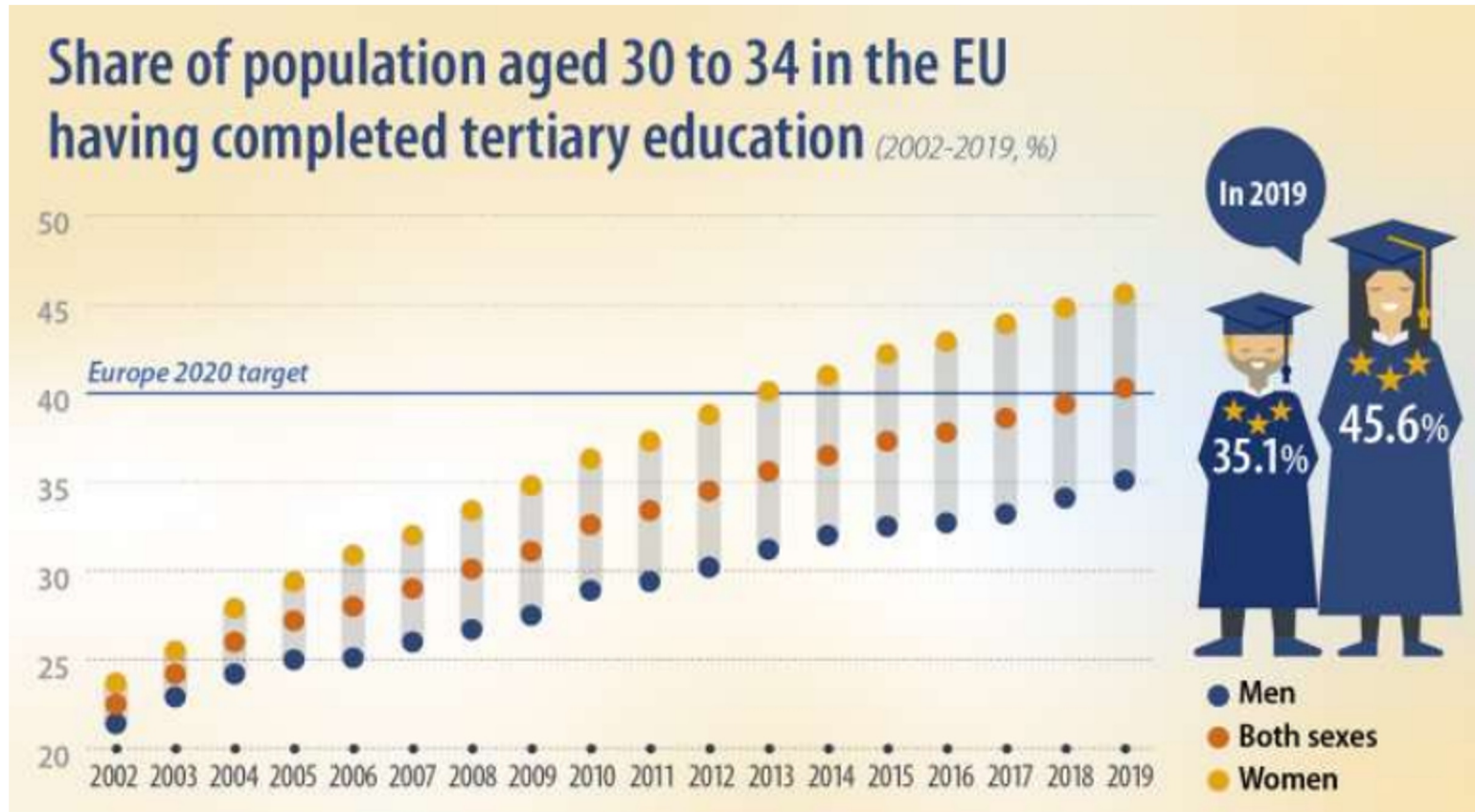




IMPRENDITORIALITA' E LEADERSHIP AL FEMMINILE: DONNE A CONFRONTO

**Francesca Culasso
Dipartimento di Management,
Università degli Studi di Torino**

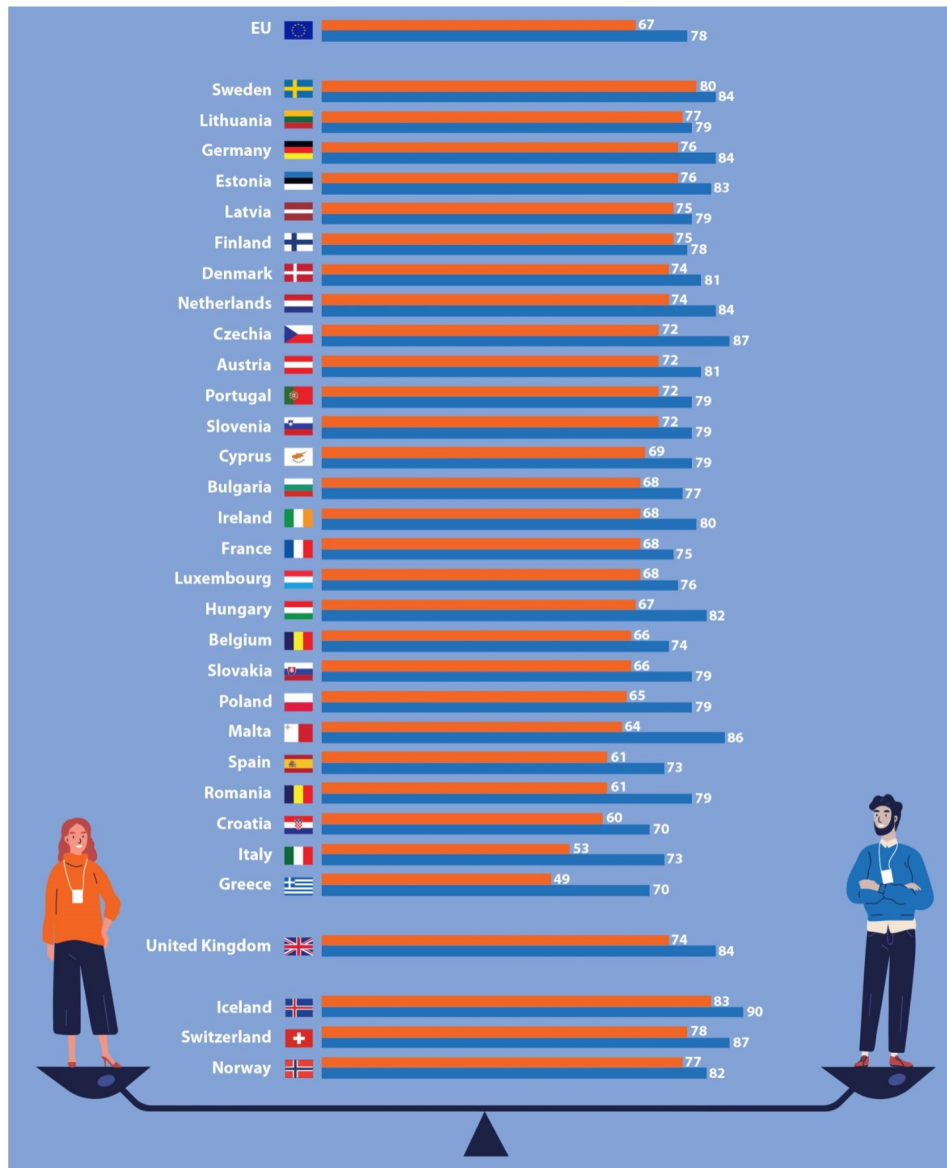
**27 febbraio 2023
Soroptimist International Torino**



ec.europa.eu/eurostat

La percentuale di **donne** che ha completato con successo la propria istruzione universitaria è passata **dal 23,7% nel 2002 al 45,6% nel 2019**. In **Italia nel 2021 33,3%** tra le 30-34enni (20,4% tra gli uomini).

TASSO DI OCCUPAZIONE



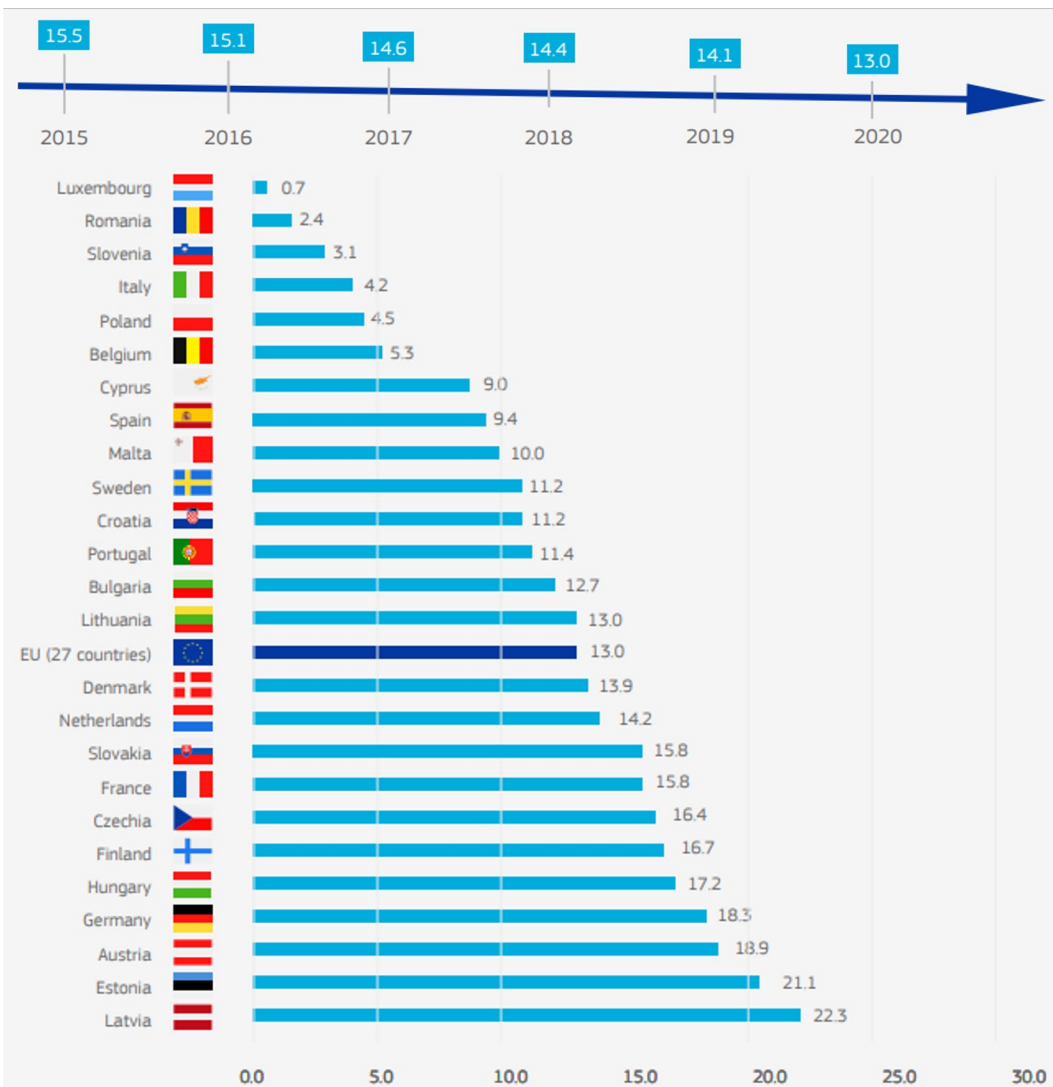
La **Svezia** presenta il **più alto** tasso di occupazione femminile (**80%**)

Grecia (49%) e **Italia (53%)** hanno riportato le percentuali **più basse**

In tutti gli Stati membri, il tasso di **occupazione maschile è superiore a quello femminile**

Il **divario di occupazione di genere si è ridotto (11% medio)**, ma in **Italia nel 2021 è ancora di 20 pp** (pur riducendosi in proporzione al livello di istruzione (per i livelli con formazione terziaria al **7%**))

RETRIBUZIONI MEDIE



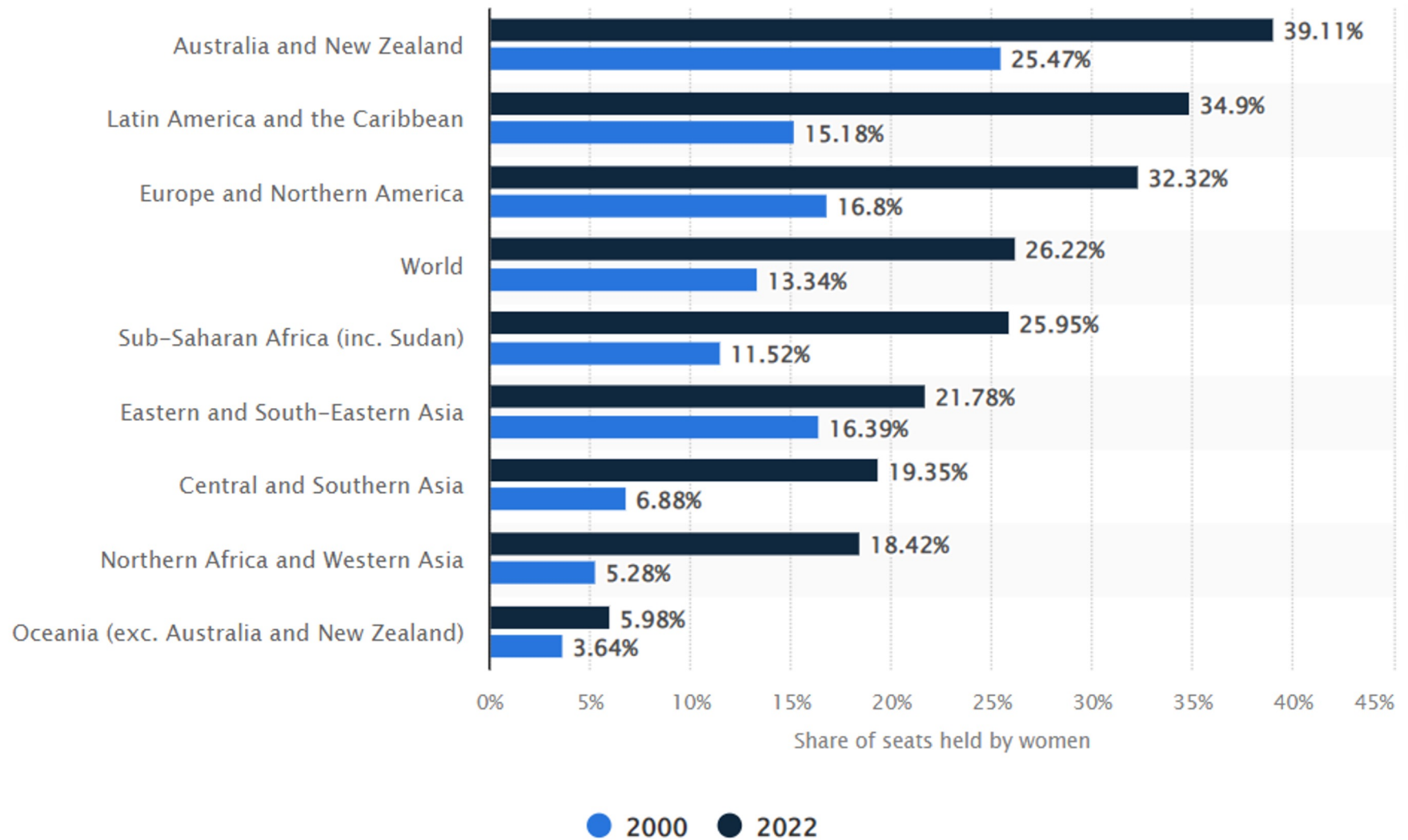
Il divario retributivo di genere, nell'UE, è del **13%**: in media le donne guadagnano **0,87€** per **1€** guadagnato dagli uomini e devono lavorare **1 mese e mezzo in più** per colmare la differenza

Il divario è diminuito solo del **2,8%** in **10 anni**

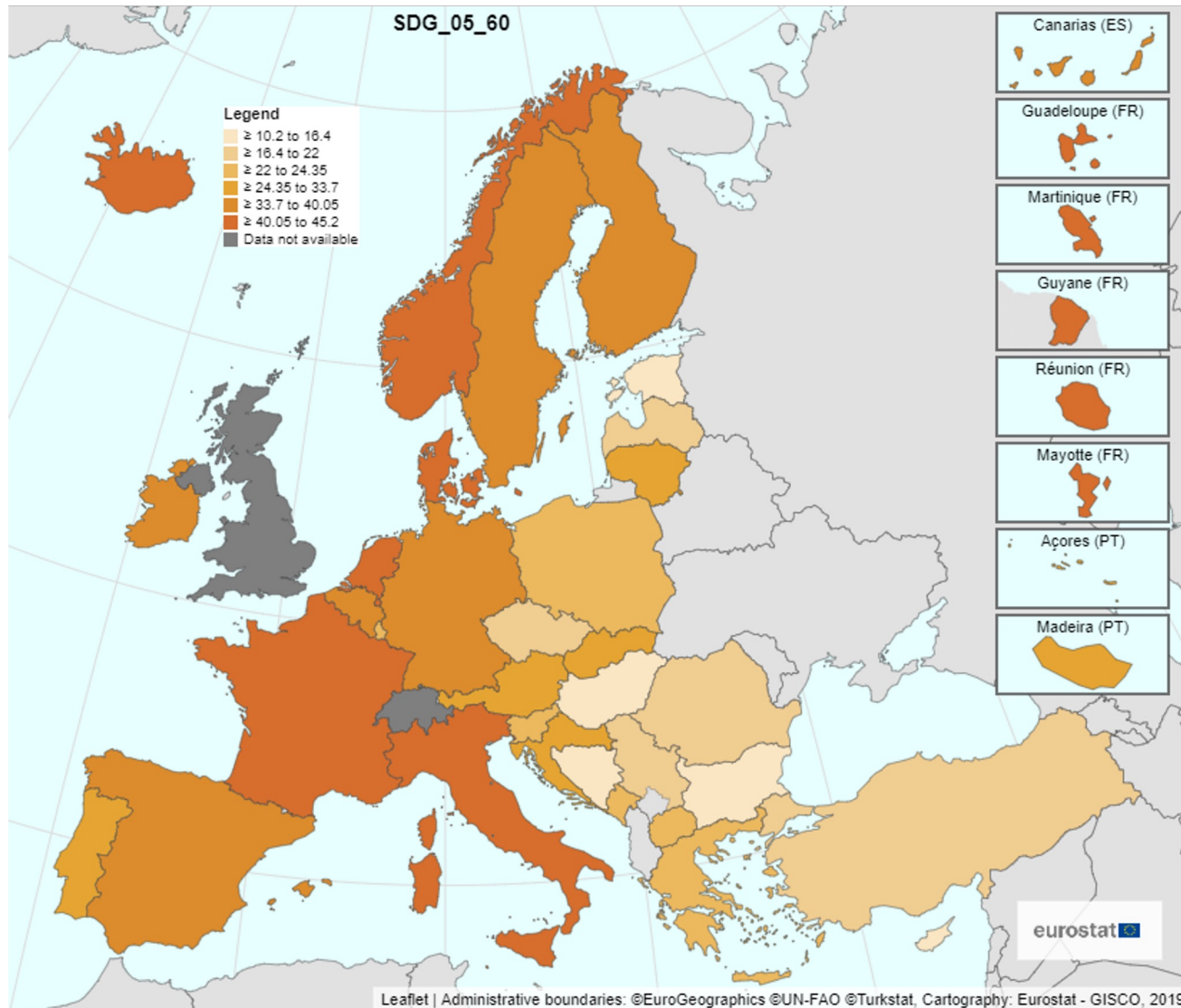
ec.europa.eu/eurostat

*Differenza tra le retribuzioni orarie lorde medie dei dipendenti maschi e femmine come % della retribuzione lorda maschile, 2020.

**Irlanda, Grecia: dati non disponibili.

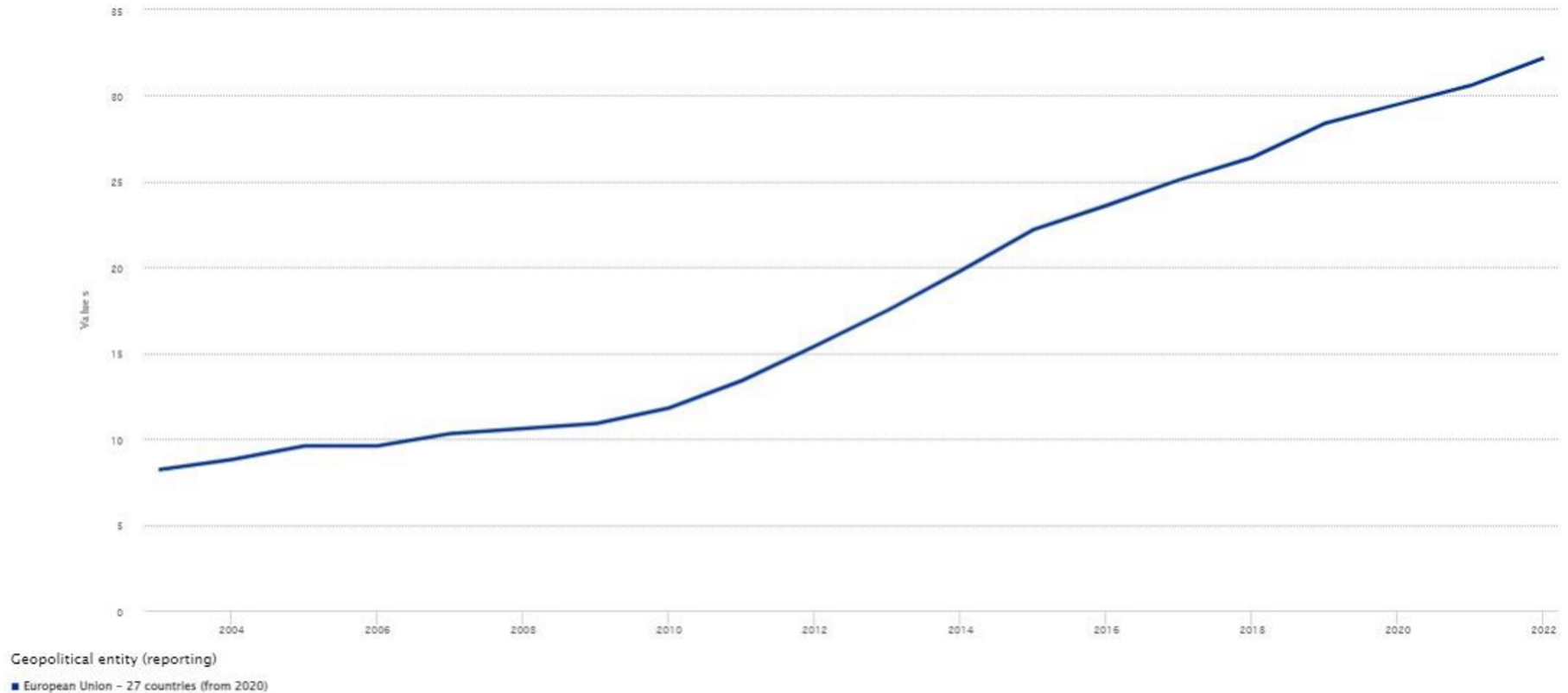


DONNE BOARD MEMBERS



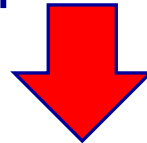
Nel 2022, la **maggior percentuale di donne nei board** si trova in **Francia (45%)**; all'estremo opposto, le donne rappresentano **meno di 1/5 dei membri dei CDA di Estonia e Cipro** (entrambi al **9%**).

Evoluzione della percentuale delle donne top manager nell'UE



Molte aziende, che fanno della questione di genere una priorità (Diversity Management), investendo tempo e denaro in programmi di formazione “tecnica” e mentoring per le donne, ed eliminando possibili barriere oggettive alla carriera (job opportunity e processi selettivi impari), faticano a raggiungere gli obiettivi prefissati.

Il problema è che molto spesso c'è un disallineamento fra come sono viste le donne e le qualità e l'esperienza che la gente tende ad associare a quelle tipiche di un leader



Pregiudizio di genere di “seconda generazione”

3 azioni di miglioramento necessarie:

- ✓ Educare uomini e donne sul pregiudizio di genere di “seconda generazione” (partendo da lontano...)
- ✓ Creare uno spazio lavorativo favorevole all’acquisizione dell’identità da leader per le donne (community di donne con possibilità di condividere e apprendere modelli di leadership per le donne, parità retributiva, welfare aziendale, smart working e flessibilità di contratti, congedo parentale per i padri)
- ✓ Incoraggiare le donne a fissare propri obiettivi professionali più che a investire in immagine e percezione di sé da parte degli altri

E UN PO' DI ENFASI SULLE SOFT SKILLS CONGENITE...LA NOSTRA EMPATIA

L'empatia è una delle componenti dell'intelligenza emozionale, tipica delle donne. Siamo capaci di (1) comprendere i sentimenti e gli stati emozionali delle persone e (2) trattare le persone in funzione della loro reazione emozionale



La leadership empatica al femminile

Le donne rappresentano oggi il **51,1% del totale della popolazione europea**, ma soltanto il **34.4% del numero di imprenditori in Europa** e il **30% degli imprenditori che hanno lanciato una start-up in Europa**.

Nella stragrande maggioranza dei casi, lavorano in settori poco innovativi e retribuiti (servizi sociali, educazione, servizi assistenziali)

IMPRESE “FEMMINILI” IN ITALIA

Regione	Imprese femminili	Totale imprese	Tasso femminilizzazione
Molise	9.588	34.991	27,4%
Basilicata	16.005	60.656	26,4%
Abruzzo	38.473	149.630	25,7%
Umbria	23.533	94.674	24,9%
Sicilia	116.722	478.967	24,4%
Valle D'Aosta	2.896	12.256	23,6%
Calabria	44.791	190.799	23,5%
Toscana	94.950	408.533	23,2%
Marche	38.291	165.443	23,1%
Puglia	89.079	386.801	23,0%
Sardegna	39.374	171.743	22,9%
Campania	140.208	612.850	22,9%
Lazio	140.088	614.026	22,8%
Piemonte	96.433	428.476	22,5%
Friuli-Venezia Giulia	22.526	100.443	22,4%
Liguria	35.941	162.629	22,1%
Emilia Romagna	94.415	451.242	20,9%
Veneto	97.293	479.437	20,3%
Lombardia	181.722	952.492	19,1%
Trentino - Alto Adige	20.375	111.378	18,3%
Italia	1.342.703	6.067.466	22,1%

Fig. 2 – Tassi di femminilizzazione nelle regioni italiane. Anno 2021

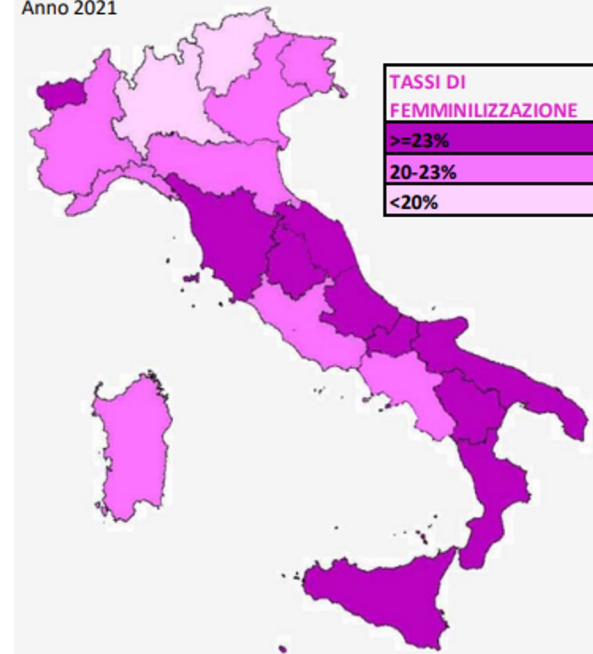
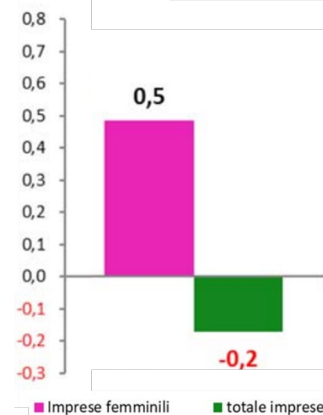


Fig. 3 - Var.% 2021/2020 del totale imprese e delle imprese femminili in Italia



CARATTERISTICHE IMPRESE CONDOTTE DA DONNE

- Minor longevità
- Micro-impreses
- Redditi netti e fatturato medi più bassi

PRINCIPALI OSTACOLI DONNE IMPRENDITRICI

I principali ostacoli per la donna imprenditrice sono:

- Accesso al credito (maggiori garanzie e tassi più alti)
- Accesso alle informazioni
- Accesso alla formazione
- Accesso al network
- Conciliare famiglia e impresa
- Maggior avversione al rischio

CONOSCENZA FINANZIARIA E GAP DI GENERE

In letteratura si è concordi nel ritenere che le donne abbiano livelli di **conoscenza in materia finanziaria** più bassi di quelli degli uomini, ma non è chiaro quali siano i fattori che influiscano su tale differenza.

Meno del 20% di donne laureate risulta in grado di rispondere a semplici quesiti sui tassi di interesse (per i maschi circa il 35%).

Ciò è probabilmente dovuto ad un loro inferiore coinvolgimento in famiglia nelle decisioni di tipo economico

PARI ACCESSO ALLA FORMAZIONE

«Garantire parità di condizioni competitive significa anche assicurarsi che tutti abbiano eguale accesso alla formazione di quelle competenze chiave che sempre più permetteranno di fare carriera – digitali, tecnologiche e ambientali. Occorre quindi investire, economicamente ma soprattutto culturalmente, perché sempre più giovani donne scelgano di formarsi negli ambiti su cui intendiamo rilanciare il Paese. Solo in questo modo riusciremo a garantire che le migliori risorse siano coinvolte nello sviluppo del Paese» (M. Draghi, 2021)

NETWORKING E MENTORING

Inoltre, le donne imprenditrici spesso faticano a partecipare a networking o associazioni “dedicate”, contrapposte alle “old boys networks”, all’interno delle quali condividere esperienze, ricevere supporto tecnico in materia finanziaria, fiscale, tecnica e normativa, progettare strategie di internazionalizzazione e crescita, etc. Spesso le donne trovano le reti maschili “poco confortevoli” e inoltre resta loro poco tempo libero fuori dalle occupazioni lavorative+domestiche.

GRAZIE PER L'ASCOLTO

