

Prefazione

di Tiziana Pompei
vice segretario generale Unioncamere

Le donne e la scelta di fare impresa: in Italia un'azienda su cinque è a conduzione femminile. Le donne anticipano le trasformazioni nel lavoro. Mettersi in proprio diventa una strada sempre più percorribile, grazie anche agli sviluppi delle tecnologie della comunicazione e ai costi decrescenti nell'avvio di un'attività imprenditoriale o autonoma.

Nell'ultimo periodo si è assistito a una maggiore intraprendenza delle donne nel mercato del lavoro, nonostante la crisi. Riprova sono le 32.000 imprese femminili nate in tre anni in Italia, tra il 2014 e il 2017. Impegnandosi in diversi ambiti hanno colto le maggiori opportunità dall'incrocio di attività manifatturiere e artigianali, con lo sviluppo di servizi a elevato contenuto innovativo. Fa riflettere sia la concentrazione di imprese femminili nei servizi alle persone e alle imprese, nel turismo sostenibile, nel recupero delle tradizioni agroalimentari, nella tutela del paesaggio e del patrimonio artistico e culturale, così come i dati sulle *start-up* innovative che sviluppano, producono

e vendono prodotti e servizi considerabili a tutti gli effetti innovativi e ad alto valore tecnologico.

L'imprenditoria femminile ha un enorme potenziale che va sostenuto, perché è una componente dinamica dello sviluppo economico e della crescita sociale dei territori. È per questo che Unioncamere se ne occupa fin dal 1999, quando presso ogni Camera di Commercio nacquero i Comitati per la promozione dell'imprenditoria femminile. Questa rete è formata da centinaia di imprenditrici in tutta Italia che lavorano per promuovere e sostenere la nascita e il consolidamento delle imprese femminili; una rete impegnata a intercettare i bisogni che possono essere soddisfatti, le esigenze che possono essere coltivate, le richieste che possono essere esaudite. Questo manuale raccoglie casi di successo del *beauty* resiliente alla crisi – la sola industria della bellezza ha visto un incremento complessivo di seimila unità nell'ultimo quinquennio – e che si fa imprenditoria.

C'è bisogno di storie come quelle raccontate in questa pubblicazione. Nonostante le difficoltà, ci sono esperienze di cui fare tesoro per valorizzare l'ingegno e il saper fare delle donne che hanno saputo esprimere estro, innovazione e ricerca, ottenendo prodotti di qualità e risultati economici.

All'autrice e alle protagoniste del libro il nostro augurio di proseguire sulla buona strada intrapresa perché la rete dei Comitati coglie ogni occasione per accompagnare la passione di tante capitane d'impresa coraggiose, determinate e competenti.

Perché se in Italia le difficoltà di fare impresa rimangono, le donne devono essere in grado di affrontare qualche ostacolo in più degli uomini, soprattutto per coniugare impegno professionale e vita familiare.

Fare impresa al femminile è una nuova storia e per questo merita di essere raccontata e diffusa, a partire dalle scuole, per preparare i più giovani a diverse visioni del “mondo del lavoro” e accendere già sui banchi lo “spirito di impresa”.