

Donne che fanno un'impresa

di **Federica Venni**

Istruite, coraggiose, più organizzate ed efficienti dei colleghi uomini, con o senza figli. Non vogliono più sentir parlare di diversità, ma preferiscono discorrere di complessità di genere, non si accontentano più di qualche escamotage – come sconti di orari o finti part time – per poter conciliare casa e lavoro, ma chiedono effettive pari opportunità nell'accesso alle professioni e parità salariale. L'identikit delle im-

prenditrici milanesi è ben definito e a disegnarlo è la ricerca "Impresa è femminile" condotta da **Confcommercio Milano**, Lodi, Monza e Brianza. Secondo i dati della Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi, aggiornati al secondo trimestre di quest'anno, le imprese femminili in tutta la Lombardia sono 157.977, il 19,4 per cento del totale.

● a pagina 7

Mamme e manager le donne d'impresa sfidano crisi e tabù "Ora pari stipendi"

In Lombardia il 19% delle aziende è rosa, a Milano crescono di un migliaio all'anno. Ma non rinunciano a figli e famiglia

di **Federica Venni**

Istruite, coraggiose, più organizzate ed efficienti dei colleghi uomini, con o senza figli. Non vogliono più sentir parlare di diversità, ma preferiscono discorrere di complessità di genere, non si accontentano più di qualche escamotage – come sconti di orari o finti part time – per poter conciliare casa e lavoro, ma chiedono effettive pari opportunità nell'accesso alle professioni e parità salariale. L'identikit delle imprenditrici milanesi è ben definito e a disegnarlo è la ricerca "Impresa è femminile" condotta da **Confcommercio Milano**, Lodi, Monza e Brianza.

Ma facciamo un passo indietro e diamo un'occhiata ai numeri: secondo i dati della Camera di com-

mercio Milano Monza Brianza Lodi, aggiornati al secondo trimestre di quest'anno, le imprese femminili in tutta la Lombardia sono 157.977, il 19,4 per cento del totale, mentre quelle del distretto sono 68.723, il 18 per cento. Di queste, il 73,6 per cento è ad esclusiva conduzione femminile. E a Milano crescono di un migliaio all'anno. Per quanto riguarda invece gli addetti che lavorano nelle aziende rosa, a Milano, Lodi, Monza e Brianza sono 182.577, in Lombardia sono 409.710. Tra le donne che fanno impresa, oltre il 70 per cento sceglie il terziario.

Ed è proprio da qui, dal commercio e dai servizi, che parte l'indagine di **Confcommercio** su un campione di 160 imprenditrici. Primo,

inconfondibile, tratto è l'istruzione: l'87,67 per cento delle donne intervistate ha concluso un percorso scolastico di livello superiore, tra diploma, laurea o master. Dimentichiamoci, poi, l'assioma "o mamma o donna in carriera" perché per la maggior parte di loro il lavoro non implica una rinuncia alla maternità: quasi il 40 per cento delle intervistate infatti ha due figli, il 27



per cento ne ha uno e l'otto per cento ne ha ben tre. Le donne che non ne hanno, il 22 per cento circa, hanno deciso di non essere madri. Non hanno fatto alcuna rinuncia ma semplicemente una scelta.

Certo, «lavorare ed essere mamme è ancora difficile – spiega Rita Palumbo, curatrice della ricerca e vicepresidente del gruppo **Terziario donna** di **Confcommercio Milano** – ma non è impossibile». «I dati su Milano e la Lombardia sono confortanti, ma c'è ancora un importante lavoro culturale da fare», precisa Laura Specchio, presidente della commissione Politiche per il Lavoro di Palazzo Marino e altra ideatrice, insieme alla Fondazione Bellisario, di un'iniziativa che ieri ha visto molte imprenditrici riunite a Palazzo Bovara attorno a tavoli tematici di confronto. Si è parlato di comunicazione, che a Milano «è tutto e niente» ma che deve puntare sull'equità e su un «linguaggio femminile», di innovazione intesa non solo come «cambiamento tecnologico e riorganizzazione ma anche come intuito nell'anticipare esigenze, trend e nuovi modelli di consumo», di sostenibilità che deve «diventare un reale parametro di crescita», di impegno sociale come «ritorno naturale a interessarsi della comunità», e di cultura come comparto in forte ascesa in grado di «attrarre e generare contenuti». E sono emerse, sondaggio alla mano, le priorità di queste donne del terziario: pari opportunità e parità salariale prima di tutto. Ma anche strategie di welfare aziendale, smart working e formazione continua. Per coloro che si sono ingegnate nel mettersi in proprio i settori strategici restano la cultura, l'innovazione, la comunicazione, il marketing la sostenibilità. Tutte, tra potenzialità e differenze, hanno un denominatore che le accomuna. Il «fattore C»: coraggio, competenza, confronto, consapevolezza, caparbietà.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

La crescita

Le 157.977 imprese femminili lombarde sono ormai il 19,4 per cento del totale delle aziende. A Milano città crescono di un migliaio all'anno

L'identikit

Un'indagine di **Confcommercio** dice che oltre l'87 per cento è diplomata o laureata. Il 27 per cento ha un figlio e il 48 per cento due o più. Il 22 per cento non ha figli per scelta non per rinuncia

I settori

Sette imprese rosa su dieci sono nel terziario