

Una vita in proprio. Secondo Infocamere le aziende a titolarità femminile hanno resistito meglio alla crisi

Dipendente? Mai più Meglio imprenditrice

Cresce tra le italiane la voglia d'impresa - Boom di richieste per la guida di Futuro@lfemminile

di **Laura La Posta**
e **Caterina Ruggi d'Aragona**

Voleva fare l'architetto, ma è diventata manager di un'agenzia di pubblicità. Si era licenziata per seguire la figlia negli studi, ma, una volta rispettata quella che per molte è una sorta di "legge morale" (direbbe Immanuel Kant), aveva voglia di tornare al lavoro. Però in un'azienda creativa e flessibile. E non c'è azienda più creativa e flessibile, in base agli standard individuali, della propria.

Così, ora Pinuccia Dagradi - assieme alla socia Patrizia Dicesare (un passato nella finanza) - disegna. Non palazzi, ma borse da sogno, fatte a mano in Italia dal migliore artigiano su piazza, con i materiali più pregiati.

Le due imprenditrici, che nella loro start-up *Juste un sac* regalano allure alle pelli di iguana e struzzo, hanno trasformato in realtà il sogno di un crescente numero di italiane: si sono trasformate da lavoratrici dipendenti a persone indipendenti. Indipendenti nei tempi e nei modi di lavoro, attraverso un'attività propria. Nella quale incidere veramente, dicono quasi tutte, afflitte (spesso dopo una maternità) dalla sindrome di voler lasciare un segno del proprio passaggio sul pianeta. E se Eugenio Finardi nel 1978 cantava «Extraterrestre, portami via: voglio una stella che sia tutta mia», le donne del 2010 che se lo possono permettere non sperano più che un marito o una rendita le porti all'autonomia economica, ma la "stella" tutta loro se la creano. Soprattutto se sono uscite dal mercato del lavoro per i figli e poi non possono o non desiderano più rientrarvi.

Ma come sostenere, a livello di politiche nazionali, le start-up lanciate da donne? «Indubbiamente,

l'imprenditoria femminile ha bisogno di essere sostenuta attraverso strumenti che favoriscano l'accesso al credito, allo scopo anche di incrementare l'occupazione femminile, che è ancora lontana da quel 60% indicato dalla Strategia di Lisbona - spiega il ministro per le Pari opportunità, Mara Carfagna - L'idea attorno alla quale stiamo lavorando, e che speriamo possa essere realizzata nel giro di qualche mese, è quella di aiutare micro, piccole e medie imprese a conduzione o a prevalente partecipazione femminile, in fase di start-up, concentrando in particolare sulle regioni del Mezzogiorno».

Fin qui, la politica. Ma come fare a mettere su un'impresa partendo da zero? Dagradi e Dicesare hanno trovato le risposte nel cd-rom «La città dell'imprenditoria femminile», un percorso digitale creato da Futuro@alfemminile (l'iniziativa di Microsoft Italia con Acer), realizzato con il patrocinio del Dipartimento per le pari opportunità. «Il cd-rom ci ha permesso di colmare lacune che non sapevamo di avere», raccontano.

Il successo della guida testimonia il grande interesse delle donne verso l'imprenditorialità. Anche durante la grande crisi. Anzi, a maggior ragione durante la grande crisi. «Intendevamo proprio offrire uno strumento operativo unico alle donne che desiderano avviare un'attività imprenditoriale, con le istruzioni per compiere i giusti passi», spiega Roberta Cocco, responsabile di Futuro@alfemminile e direttore marketing centrale di Microsoft Italia.

Un manuale concepito come "business game", che viene inviato su richiesta dal Dipartimento per le Pari opportunità oppure è scaricabile da internet, dal sito istituziona-

le, o da quello di Futuro@lfemminile o infine seguendo il link diretto nel sito del Sole 24 Ore. «Numerose le richieste di invio e i download, anche da parte di amministrazioni pubbliche - spiega Cocco - È un'iniziativa concreta, che non sarebbe stata possibile senza l'entusiastico supporto delle Pari opportunità e di Isabella Rauti in particolare».

A confermare il bilancio è proprio il capo-dipartimento Rauti, che guarda già oltre. «Stiamo studiando l'ipotesi di ottenere fondi Cipe per incentivare l'imprenditoria femminile - annuncia al Sole 24 Ore - e continuiamo a lavorare con l'Associazione bancaria italiana alla creazione di un fondo di garanzia per le attività al femminile. Vogliamo agevolare processi d'incubazione delle start-up di donne, anche attraverso agevolazioni alle forme cooperative e consortili, qualificazione imprenditoriale e professionale, agevolazioni per l'accesso al credito e al microcredito, supporto nella ricerca di fondi europei o di nuovi mercati. Ma anche mediante il recupero e il reimpiego dei finanziamenti regionali non erogati. Nel frattempo, seguiamo con attenzione il progetto della Città dell'imprenditoria femminile e ne compiremo un attento monitoraggio».

Con il cd-rom, Futuro@alfemminile ha promosso ancora una volta le tecnologie al servizio delle donne, dimostrandone i vantaggi sia come strumento di realizzazione professionale sia per la gestione delle attività quotidiane. «La metafora della città virtuale vuole rendere graficamente la corrispondenza tra luogo e tema - spiega Cocco - cliccando sull'icona che raffigura un cantiere compare un test attitudinale per valutare se si è portati all'attività imprenditoriale, sotto il logo city si trovano le istruzioni per l'iter

burocratico, sotto la casa si apprende come la tecnologia può aiutare nella conciliazione vita-lavoro. Sono oltre tremila le donne che da ottobre scorso hanno utilizzato il programma. Sono stata persino contattata su Facebook da una ragazza che mi chiedeva il cd-rom e che continua a scrivermi per aggiornarmi sul lancio della sua start-up».

La "nativa digitale", come la definirebbero Urs Gasser e John Palfrey, autori di *Born Digital. Connecting with a global generation of digital natives* (tradotto in Italia da Rizzoli), si chiama Barbara Saetta e racconta che la guida digitale è stata un alleato silenzioso nella sua decisione di lasciare un lavoro insoddisfacente e rimettersi in gioco. Dagradi e Dicesare, invece, sono immigrate digitali, cioè si sono formate prima dell'avvento della cultura digitale di massa: fanno più fatica delle "native", ma da persone intelligenti quali sono rifuggono dai cliché che descrivono le donne lontane dalle tecnologie. «Vogliamo creare entro l'anno una rete distributiva efficace sul web - dicono - la cri-

si non ci spaventa, perché abbiamo una gestione oculata».

Non è un caso. Nel Secondo rapporto nazionale sull'imprenditoria femminile, di imminente pubblicazione e anticipato in parte al Sole 24 Ore, risulta evidente come nel corso della crisi le donne siano apparse più combattive, meno scoraggiate degli uomini. «L'impresa femminile ha tenuto meglio di quella a titolarità maschile e ha dato un apporto rilevante al sostegno occupazionale, in particolare nel segmento della piccola e



micro-impresa radicata nel suo territorio di appartenenza», spiega Rauti. Come dire, che le imprenditrici stanno licenziando meno degli imprenditori.

La tenacia femminile è confermata anche dai dati Infocamere, elaborati per Il Sole 24 Ore, che evidenziano, tra settembre 2008 e settembre 2009, un calo delle imprese a titolarità femminile all'1,6%, a fronte di un -2% di quelle a gestione maschile. Va sottolineato che la vera forza di galleggiamento è principalmente rappresentata dalle aziende con titolari extracomunitarie, aumentate del 6,6% nello stesso periodo di riferi-

mento, a fronte di un aumento del 4,7% di imprenditori extracomunitari. Il saldo natalità-mortalità è negativo anche tra le imprese di cittadini non italiani, s'intende, ma mentre la mannaia della crisi ha falciato quelle di extracomunitari (passate da 11.471 a 6.846) ha avuto mano più leggera su quella delle extracomunitarie (da 3.608 a 2.291).

C'è voglia d'impresa, quindi, tra le donne. Le loro idee e alcune tra le loro storie più belle sono in questo Rapporto Donne & Impresa. Che, detto per inciso, aderisce alla campagna del Comitato pari o dispare di Fiorella Kostoris ed Emma Bonino contro gli stereotipi di genere nei media italiani, facendo a meno di formule stantie come "impresa rosa", "potere alle donne", "l'altra metà del cielo" e dir si voglia. Ritrarre le donne come romantiche abitanti di un ghetto rosa è antistorico. Lo dimostrano le titolari di *Juste un sac*. E le 3.243 nuove imprenditrici che hanno preso il largo tra marzo e settembre 2009, nel bel mezzo della tempesta economica.

laura.laposta@ilssole24ore.com
caterina_rda@hotmail.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA



GIO BIELLI

«Il nostro obiettivo è dare un aiuto concreto a muovere i primi passi con disinvoltura e senza fare errori»

La manager. Roberta Cocco, direttore marketing centrale Microsoft



«Stiamo lavorando per ottenere risorse Cipe e per realizzare insieme con l'Abi un fondo di garanzia»

Il politico. Isabella Rauti capo Dipartimento Pari opportunità

LA MINISTRA

Mara Carfagna: «Allo studio aiuti alle start-up create o gestite da donne, con un occhio di riguardo per quelle nel Mezzogiorno»

PRIMO BILANCIO

In oltre tremila hanno utilizzato a partire da ottobre il cd-rom patrocinato dal Dipartimento delle Pari opportunità

DEBUTTO GUIDATO

Patrizia Dicesare e Pinuccia Dagradi entrambe con un passato in altre attività hanno fondato grazie al cd rom "la città dell'imprenditoria femminile" la *Juste Un Sac*, che si occupa di progettare e realizzare borse e altri accessori in pelle

IL SEGRETO IN QUATTRO MOSSE

- Realizzare un prodotto di alta qualità made in Italy, partendo dalla ricerca di materiali pregiati per poi affidare a un laboratorio artigianale la produzione
- Mettere a fattor comune valori, idee e competenze acquisite nelle precedenti esperienze professionali
- Partire con piccoli passi: investimenti oculati, scelte imprenditoriali coerenti con le possibilità economiche delle socie
- Utilizzare sofisticate tecnologie in funzione delle loro esigenze produttive e distributive come stare in contatto con il laboratorio oppure per cercare spazi di mercato