

**Confcommercio, indagine sull'effetto Covid**



**Fatturato in calo per le aziende rosa: colpita una su due**

Mozzetti all'interno

# Covid, aziende rosa in crisi: ricavi in calo per una su due

► **Confcommercio:** «Hanno pagato più di altre realtà a vocazione maschile»

► Nonostante la crisi il 63% delle imprese ha mantenuto stabili i livelli occupazionali

**«MANCANO ANCORA UNA STRUTTURA DI SUPPORTO PER QUESTE DITTE E STRUMENTI DI INCENTIVAZIONE»**

**NEL 75% DEI CASI, PER UNA DONNA IMPRENDITORE, RIMANE DIFFICILE CONCILIARE FAMIGLIA E MONDO DEL LAVORO**

È una delle province italiane, quella di Roma, con il più alto numero di imprese femminili attive nel terziario - 61.211 su un paniere complessivo di 222.487 realtà - che tuttavia hanno accusato maggiormente la crisi provocata dal Covid. Donne che si sono messe in gioco, che hanno rischiato quando la pandemia era inimmaginabile e che hanno pagato di più, rispetto alle realtà a vocazione maschile, il peso dell'emergenza sanitaria. È questo il quadro complessivo emerso nell'ultima ricerca della **Confcommercio** presentata ieri, durante l'evento "Donne per Roma" organizzato dal settore **Terziario donna** dell'associazione e tenutosi al Tempio di Adriano, sede della Camera di Commercio. Nel corso della mattinata oltre alle difficoltà sono emersi, tuttavia, l'impegno e la tenacia rosa di tante figure femminili perché, come ha ricordato il presidente della Camera di Commercio, Lorenzo Tagliavanti, nel ricordare anche il "bando start-up" per la nascita delle nuove imprese varato nell'ultima riunione di Giunta dell'ente camerale, «Le donne di fronte alle crisi hanno reagito in un modo chiaro: facendo impresa».

**IDATI**

E dunque è una fotografia in bianco e nero quella elaborata dalla ricerca che se da una parte mostra l'impegno dall'altra mette in luce la sofferenza di tante aziende. Per il 56% del campione intervistato (mille realtà di Roma e provincia) l'andamento economico negli ultimi due anni è peggiorato rispetto al precedente biennio. Ne consegue che anche i ricavi hanno subito una frenata per il 54,2% del campione rispetto ad un'analoga percezione negativa data dall'imprenditoria maschile che tuttavia ha lamentato una riduzione dei ricavi solo per il 43%. La pandemia non ha generato solo una riduzione sui guadagni di ogni singola azienda ma ha costretto le stesse a ridurre il personale anche se qui si dimostra la tenacia della perseveranza femminile: nonostante la crisi il 63% delle aziende rosa ha mantenuto inalterato il proprio organico. Altro fattore che comunque lascia intravedere margini di positività è dato dal costo-sostanzialmente invariato per il 61% delle aziende femminili - del credito. E nonostante il virus e ora la guerra in Ucraina lo spirito è quello di andare oltre anche

perché in sei casi su 10 le aziende rose sono guidate da donne che hanno ereditato l'attività familiare o fondato l'azienda autonomamente. Un legame affettivo che spinge dunque a proseguire ma c'è anche dell'altro a partire dal desiderio di svolgere il proprio lavoro in autonomia (nel 45,8% dei casi), da quello di mettersi in gioco (27,1%), dal desiderio di valorizzare le proprie competenze (25,3%). Aspettative e sogni che comunque hanno un "costo" vivo perché nel 75,1% dei casi è ancora oggi difficile, per un'imprenditrice donna, conciliare famiglia e mondo del lavoro. «L'imprenditoria femminile è stata quella più colpita dalla crisi pandemica. Questo indica che manca una struttura di supporto per l'impresa femminile e mancano strumenti di incentivazione e di incoraggiamento. Ma le imprese fem-



minili sono estremamente creative, vivaci, rigorose e capaci di generare molto valore per il nostro territorio», ha commentato Andrea Chevallard, commissario di [Confcommercio](#) Roma.

### L'IMPEGNO

Nel corso dell'evento oltre ai dati si sono rincorse storie di donne, fuggite dalla guerra in Ucraina o dall'Afghanistan, esempio virtuosi di un'impresitoria che va avanti nonostante tutto e prova a farlo a vele spiegate perché è attenta alla sostenibilità ambientale e al benessere delle persone. Esempi di strumenti concreti a supporto della categoria come la legge sulla parità salariale o le iniziative di Campidoglio e Regione per la formazione. «La provincia di Roma è un terreno fertile per stimolare le prospettive di crescita delle imprese femminili e sono sicura che questa Giunta - ha aggiunto Simona Petrozzi, presidente di [Terziario donna Confcommercio](#) Roma - lo farà ed auspico che vada a correggere quel bilanciamento vita-lavoro, che una donna riscontra nel gestire un'impresa a Roma e provincia».

**Camilla Mozzetti**

© RIPRODUZIONE RISERVATA