



Lunedì 14/04/2025

Imprenditoria femminile in crescita di oltre il 10% nel 2024

A cura di: AteneoWeb S.r.l.

Nel 2024 le società in Italia a caratterizzarsi per la gestione femminile hanno superato il milione. I dati arrivano dall'ultimo report sull'imprenditoria femminile pubblicato da Cribis, e testimoniano una crescita del 10,3%, rispetto all'anno precedente.

Sono infatti 1.050.000 le imprese del nostro Paese gestite da donne, pari al 19,2% del totale del campione analizzato. Si tratta prevalentemente (il 95,8%) di microimprese.

Sono considerate «femminili» le società che soddisfano uno dei seguenti criteri:

- le società di capitali in cui la maggioranza (>50%) dei componenti dell'organo di amministrazione sia costituita da donne o la maggioranza delle quote di capitale sia detenuta da donne;
- le società di persona in cui la maggioranza (>50%) degli esponenti sia donna; oppure le ditte individuali il cui titolare sia donna.

La Regione con la maggiore incidenza di imprese femminili sul totale delle aziende presenti è il Lazio con il 20,5%, seguito da Abruzzo e Basilicata con il 20,4%, e dall'Umbria con il 20,2%.

In riferimento ai settori, invece, la maggior concentrazione delle imprese femminili si ha nei servizi sociali, con il 52,5% sul totale delle imprese (crescita significativa di quasi 10 punti percentuali dall'anno precedente), nelle industrie tessili (39,6%) e nel commercio al dettaglio di abbigliamento (39,1%).

Il report pubblicato da Cribis registra per due dati negativi riguardanti, in particolare, il livello di internazionalizzazione e la Digital Attitude delle imprese al femminile presenti del nostro Paese.

Sebbene, infatti, le imprese con un livello di internazionalizzazione tra alto e medio siano cresciute del 4,4% rispetto al 2024, solo il 0,9% delle società analizzate ha un livello di internazionalizzazione alto, riconfermando una scarsa incidenza a livello globale.

Stesso discorso per la Digital Attitude, che registra una crescita del 4,3% delle imprese con un livello tra alto e medio rispetto all'anno precedente, ma le imprese con basso livello di digital attitude rappresentano ancora l'84,6% del totale.

<https://www.cribis.com>