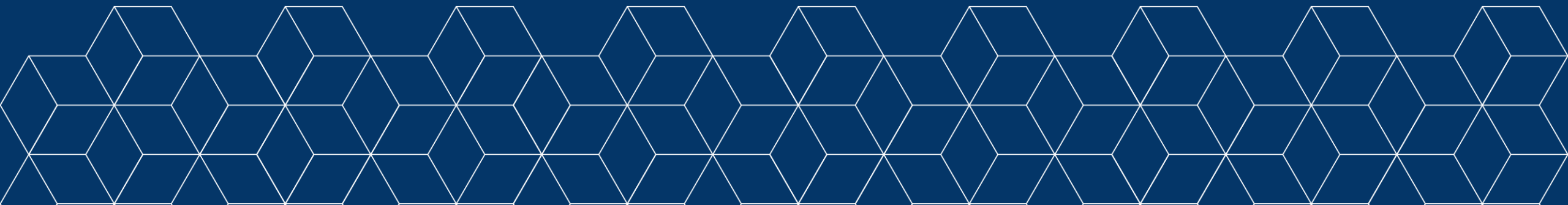


MAURA FERRARA CON IL CONTRIBUTO DI GILDA NOVIELLO

**AUTOIMPRENDITORIALITA' FEMMINILE IMMIGRATA ED EMPOWERMENT:
IMPATTO SOCIALE E CONTRASTO ALLA VIOLENZA DI GENERE**

GEOGRAFIA E MIGRAZIONI 01/2026

NAPOLI, 12 GIUGNO 2026



CONTESTO

IMPRENDITORIA FEMMINILE
IMMIGRATA: CAMBIO DI PARADIGMA

IMPRENDITORIA ED EMPOWERMENT
FEMMINILE

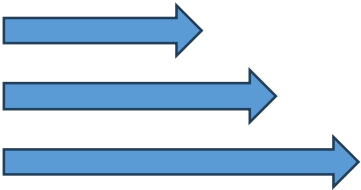
IMPRENDITORIA IMMIGRATA E
LEGISLAZIONE NAZIONALE

FISIONOMIA DELL'IMPRESA
FEMMINILE IMMIGRATA

CONCLUSIONI



L'economia odierna post industriale è attraversata da



crisi ricorrenti,
transizioni demografiche
sfide ambientali.

In questo panorama l’imprenditoria femminile si configura come la leva strategica per promuovere modelli di sviluppo più inclusivi, sostenibili e partecipativi.

All’interno di questa cornice, l’imprenditoria femminile delle immigrate assume un ruolo particolarmente rilevante.

RAPPORTO IDOS «Immigrazione ed imprenditoria 2024»
Imprese condotte da imprenditrici nate in Italia e all'estero

Numero delle imprese	2020	2024	VAR.% 2024-2020
Condotte da donne nate all'estero	151.968	164.509	+8,3
Condotte da donne nate in Italia	1.184.259	1.142.607	-3,5
Totale imprese condotte da donne	1.336.227	1.307.116	-2,2

Fonte: dati Centro Studi e Ricerche IDOS

TEMA 01

Aspetti dell'imprenditoria femminile immigrata:  dimensione di genere
 appartenenza etnica

L'imprenditoria femminile immigrata si colloca all'interno di una trasformazione che sta affrontando l'Italia attraversata da  calo della natalità
 invecchiamento della popolazione
 difficoltà ricambio generazionale nei settori
produttivi





CAMBIO DI PARADIGMA: il riconoscimento delle donne immigrate come soggetti economici a pieno titolo **significa riconsiderare i fondamenti teorici dell'imprenditorialità**, valorizzando i percorsi che intrecciano mobilità, cura, resilienza e *agency* femminile. In questo senso, **l'imprenditoria delle donne migranti non è solo una strategia individuale di inserimento socioeconomico**, ma un fenomeno strutturale che contribuisce alla riconfigurazione dei mercati locali, delle identità produttive e dei rapporti di genere.



TEMA 02

Il riconoscimento dell'imprenditoria immigrata femminile **mette in discussione l'idea maschile di imprenditoria.**

Il **genere** non è inteso solo come una differenza statistica, ma come una **dimensione che permea e modella l'intera esperienza imprenditoriale.**

PROCEDURA DI IDENTIFICAZIONE: è **essenziale per** qualsiasi ricerca sulle caratteristiche dell'imprenditoria femminile e la loro misurazione (Hausman, 2008); è **indispensabile per** stabilire se l'imprenditoria femminile sia un concetto individuale o collettivo e se abbia una derivazione sociale o naturale (Parker, 2018)





Le prime ricerche sull'imprenditoria femminile, condotte **negli anni '70 e '80**, si concentravano sulle **disuguaglianze di genere che ostacolavano l'accesso delle donne al mondo imprenditoriale**. In particolare, concordando sul fatto che **l'imprenditoria è un fenomeno di genere (Jennings e Brush, 2013)**, si è diffusa acriticamente l'idea che le donne costituiscono un gruppo a sé stante, distinto dagli imprenditori tradizionalmente intesi (ossia gli uomini). Questa prospettiva ha spesso condotto a comparazioni tra le prestazioni delle imprese femminili e maschili, con un'attenzione eccessiva alle differenze e alle presunte carenze delle prime. **Tale approccio ha contribuito a definire le donne imprenditrici in termini di "deficit" rispetto agli uomini (Ahl e Marlow, 2012).**



Teoria del «gender as a variable»: le motivazioni e gli obiettivi che spingono uomini e donne a intraprendere un'attività imprenditoriale, con le donne tendenzialmente più orientate verso la flessibilità lavorativa e il bilanciamento vita-lavoro, spesso a causa del cosiddetto “maternal wall” (Gatrell, 2006), e invece gli uomini più focalizzati sulla crescita e il profitto.

Variabili contestuali che influenzano la nascita di imprese immigrate:

- **l'accesso al capitale**, in merito al quale emergono significative disparità tra i due generi. Le donne imprenditrici, infatti, incontrano maggiori ostacoli nell'ottenere finanziamenti, spesso a causa di pregiudizi di genere (Aldrich, 1989).
- **il settore di attivazione imprenditoriale.** Le donne tendono a concentrarsi su settori specifici, come i servizi e il commercio al dettaglio, mentre gli uomini sono maggiormente rappresentati in settori come la tecnologia e la produzione. Ulteriore oggetto di approfondimento sono, poi, le differenze negli stili di gestione e nelle strategie imprenditoriali.

Teorie femministe: offrono interpretazioni e proposte d'azione differenti rispetto al tema dell'imprenditoria femminile e delle disuguaglianze di genere.

Teoria femminista socialista: ha sottolineato l'importanza di considerare non solo il genere, ma anche la classe sociale nelle dinamiche imprenditoriali. Secondo questa prospettiva, le esperienze delle donne imprenditrici non possono essere comprese appieno senza riconoscere le intersezioni tra oppressione di genere e disuguaglianze economiche (Ahl, 2006). **Le femministe socialiste sostengono che il capitalismo e la divisione sessuale del lavoro siano alla base del gender gap**, per superare il quale è necessaria una trasformazione radicale dei rapporti di produzione e una ridistribuzione delle risorse, verso la costituzione di una società più equa e solidale.

Teoria femminista radicale: ha posto l'accento su **come le strutture patriarcali influenzino le aspettative sociali e culturali riguardanti il ruolo delle donne**, limitandone l'accesso alle risorse e alle opportunità imprenditoriali. Le femministe radicali sostengono che le donne siano sistematicamente oppresse e subordinate agli uomini, e che l'imprenditoria femminile sia spesso limitata da stereotipi di genere e da una cultura organizzativa maschile.

Teoria femminista post-strutturalista: che **mette in discussione le categorie binarie (uomo/donna) e le identità fisse, sostenendo che il genere sia una costruzione sociale e culturale** e sottolineando come il linguaggio e i discorsi influenzino la percezione e la costruzione dell'identità imprenditoriale delle donne. La divisione tradizionale dei ruoli, che associa agli uomini tratti più "agentic" – assertività, indipendenza, competitività – mentre alle donne attribuisce caratteristiche più "communal" – empatia, cura, collaborazione –, non è, difatti, una peculiarità del genere ma il prodotto di una costruzione sociale stereotipata che si è fortemente radicata nel tempo. Questi stereotipi, interiorizzati e socialmente rinforzati, plasmano l'identità delle donne e influenzano le aspettative legate al loro ruolo di imprenditrici

Teoria femminista post-moderna: offrono una prospettiva più articolata e sfumata su questa dinamica. Esse mettono in discussione l'idea che le donne siano semplicemente "vittime" di norme maschili, **sottolineando invece la varietà e la complessità delle esperienze femminili nell'imprenditoria.**

Le **quattro "femminilità imprenditoriali" identificate da Lewis (2014)** ci mostrano come le donne possano interpretare il ruolo di imprenditrice in modi diversi, sfidando gli stereotipi binari. **La femminilità individualizzata** è tipica di quella figura che si concentra sullo sviluppo personale e sulla realizzazione di sé attraverso l'impresa. **Si tratta di un'imprenditrice autonoma, che valorizza l'indipendenza e l'autodeterminazione, spesso motivata da una passione per un particolare settore o da un desiderio di creare qualcosa di la femminilità materna** caratterizza la lavoratrice che vive un forte senso di responsabilità e una profonda connessione con gli altri.

La femminilità relazionale, invece, è propria di chi costruisce la sua realtà aziendale sulla base di una rete di relazioni forti e durature, valorizzando la collaborazione, la cooperazione e il sostegno reciproco. La femminilità eccessiva, infine, è attribuita all'imprenditrice che combatte attivamente gli stereotipi di genere e le norme sociali, spesso vista come provocatoria, ambiziosa e determinata a raggiungere il successo a tutti i costi. Può essere percepita come eccessiva o aggressiva, ma rappresenta un modello alternativo per le donne che desiderano sfidare i limiti tradizionali. Tuttavia, è da sottolineare che le imprenditrici possono incarnare più di una di queste femminilità contemporaneamente, o passare da una all'altra nel corso della loro carriera, e che, in ogni caso, queste diverse espressioni di femminilità non sono valutate allo stesso modo: alcune sono più valorizzate e legittimate di altre. **La femminilità individualizzata, per esempio, è spesso maggiormente apprezzata nel mondo imprenditoriale rispetto alla femminilità materna o relazionale.**

Teoria dell'intersezionalità: sviluppata da Kimberlé Crenshaw (1989), i cui principi, benché fortemente radicati nel femminismo, hanno ampliato questa prospettiva, sottolineando come le identità sociali siano complesse e intersechino le diverse dimensioni di potere, quali la razza, la classe sociale, la sessualità, l'abilità e l'orientamento sessuale. Questa teoria ha fornito un quadro analitico potente per comprendere come le diverse forme di oppressione e privilegio (genere, razza, classe ecc.) possano essere interdipendenti e influenzare l'esperienza imprenditoriale delle donne (Fielden e Davidson, 2012; Dy e Agwunobi, 2019). Per esempio, le donne di minoranze etniche sono solitamente soggette a sfide uniche connesse alla discriminazione razziale, oltre a quelle legate al genere.

Le diverse prospettive dell'imprenditoria femminile:

- **imprenditoria sociale** è una delle aree che ha ricevuto maggiore attenzione, in quanto le donne sono spesso protagoniste di imprese con un forte impatto sociale e ambientale (Mair e Marti, 2006). Sono imprese “sociali” quelle che non mirano solamente al profitto ma anche alla soluzione di problemi sociali e ambientali con l'obiettivo di contribuire alla sostenibilità e alla coesione sociale.
- **imprenditoria inclusiva** e all'**imprenditoria sostenibile**. La prima indaga, tra gli altri aspetti, come le donne imprenditrici possano contribuire all'inclusione sociale e alla riduzione delle disuguaglianze all'interno delle comunità emarginate (Kearins e Schaefer, 2017). L'imprenditoria sostenibile, invece, esamina le pratiche commerciali;
- **imprenditoria digitale** studia se e come le tecnologie digitali aiutino ad abbattere le barriere geografiche, temporali e strutturali, permettendo di accedere a nuovi mercati (Kraus *et al.*, 2019). Nel contesto dell'imprenditoria femminile è stato rilevato che le tecnologie digitali fungono da strumenti di “emancipazione” che offrono alle donne imprenditrici nuove opportunità per creare e gestire imprese in modo flessibile, superando le limitazioni imposte dalla mancanza di capitale iniziale e dalle responsabilità familiari (Martinez Dy *et al.*, 2018; McAdam *et al.*, 2020).

La nascita di un'impresa **rende la donna più libera, autonoma e meno vulnerabile a ricatti o violenze di natura economica**. Investire nell'imprenditoria femminile diventa quindi una **strategia di prevenzione della violenza di genere, promuovendo l'empowerment economico e rimuovendo le disparità**.

L'autoimprenditorialità femminile immigrata può essere intesa come una forma di empowerment trasformativo, capace di agire sui determinanti strutturali della violenza di genere: diseguaglianze economiche, asimmetrie di potere, marginalità sociale e invisibilità istituzionale.

In tal senso, l'impatto sociale dell'imprenditorialità migrante non si esaurisce nella creazione di reddito, ma si estende alla produzione di sicurezza, autonomia e diritti.

TEMA 03

La normativa nazionale sull'impresa femminile.

Legge quadro per l'artigianato 8 agosto 1985, n. 433: ha favorito l'iniziativa imprenditoriale femminile prestandosi, di fatto, ad accogliere nel suo ambito di regolamentazione anche le esperienze imprenditoriali «tipiche» delle donne immigrate.

In Italia, infatti, è considerata impresa femminile, **a norma di legge 215/92**, la società cooperativa e la società di persone, costituita in misura non inferiore al 60% da donne e la società di capitali le cui quote di partecipazione spettino in misura non inferiore ai 2/3 a donne e i cui organi di amministrazione siano costituiti per almeno i 2/3 da donne.





Tra i più recenti interventi normativi ricordiamo **l’emanazione del PNRR** (in attuazione del Regolamento europeo del 12 febbraio 2021, n. 241) che nella definizione del terzo asse strategico relativo all’inclusione sociale ha messo a punto il **Fondo Impresa Donna** a sostegno dell’imprenditoria femminile



TEMA 04

Fisionomia impresa femminile immigrata: doppia connotazione → femminile
→ straniera

Il tipo di attività imprenditoriale avviata è spesso dipendente da una serie di fattori che normalmente relazionano **l'elemento della etnicità** a quello, complesso che riguarda l'«**ambiente**» **sociale, politico ed economico** in cui l'impresa si colloca. Molte imprenditrici hanno avviato il loro progetto di impresa all'interno del contesto familiare e/o svolgendo l'attività a beneficio delle comunità di appartenenza, facendo emergere una forte connessione tra la struttura sociale e i valori religiosi propri della etnia di origine.



Per i prodotti e i servizi non tipicamente etnici, ma comunque riguardanti le relazioni tra connazionali, si sono sviluppate le cosiddette **imprese «intermediarie»**, ovvero agenzie di viaggio, attività legali, finanziarie, di comunicazione, mediche o di consulenza svolte da professionisti immigrati per una clientela di connazionali. Le **imprese «esotiche»**, invece, sono quelle imprese che **offrono ad un pubblico eterogeneo prodotti considerati tradizionali del paese di origine** e quindi particolarmente attive nei settori della ristorazione, dell'alimentazione e dello spettacolo. **Imprese «aperte»**, attive in settori labour intensive (pulizie, trasporti, servizi, edilizia) e che si collocano su mercati concorrenziali; **imprese «rifugio»**, identificate dall'attività di commercio ambulante abusivo.



TEMA 05

Conclusioni

L'imprenditoria femminile, dunque, si configura come un **elemento essenziale per il progresso economico e sociale**, favorendo un ambiente più inclusivo e dinamico. La **promozione e il supporto all'imprenditoria femminile** diventano quindi cruciali per garantire uno sviluppo equilibrato e per valorizzare pienamente il potenziale delle donne in questo campo.



POLITICHE «DI SISTEMA» capaci di:

- cogliere i bisogni specifici degli addetti di origine straniera;
- insistere sulla riduzione dell'impatto di problematiche strutturali;
- investire sulla diffusione e l'accessibilità di specifici programmi di formazione e accompagnamento, quanto sulla semplificazione burocratica;
- ampliare gli strumenti di finanziamento e garanzia (per colmare il divario di capitalizzazione iniziale);
- ridurre l'impatto di sistemi di produzione e di fornitura di beni e servizi.



L'imprenditorialità femminile immigrata rappresenta una valenza socioeconomica cruciale se si considera la persistente penalizzazione delle donne migranti nel mercato del lavoro dipendente, dove esse risultano sovrarappresentate nel lavoro domestico e di cura e scarsamente valorizzate rispetto alle competenze possedute. **L'imprenditorialità diviene così non solo una strategia di sopravvivenza economica, ma un dispositivo di mobilità sociale, di riconoscimento professionale e di autonomia, capace di scardinare — seppur gradualmente — segmentazioni occupazionali di lunga durata.**

La crescita delle imprese immigrate al femminile non rappresenta una semplice variazione quantitativa, ma **un indicatore avanzato di trasformazione sociale** che interroga le politiche di inclusione, di sostegno all'imprenditoria e di valorizzazione del capitale umano, **suggerendo che il futuro dello sviluppo italiano passa anche — e sempre più — attraverso il protagonismo economico delle donne migranti, forza silenziosa e inattesa di sviluppo del Paese.**



GRAZIE PER L'ATTENZIONE



www.inapp.gov.it