



ECONOMIA MARCHE Journal of Applied Economics

Vol. XXXVII, No. 1, June 2018

Rapporto sull'imprenditorialità nelle Marche: Anno 2017

D. Iacobucci, *Università Politecnica delle Marche*

A. Micozzi, *Università Politecnica delle Marche*

F. Micozzi, *Università Politecnica delle Marche*

Classificazione JEL: *L25; L60*

Parole Chiave: *Performance d'impresa; Studi di settore; Regione Marche.*

Affiliazione e ringraziamenti

Donato Iacobucci (corresponding author), Dipartimento di Ingegneria dell'informazione, Università Politecnica delle Marche, Via Breccie Bianche – Monte Dago, 60131 Ancona. Tel.: +39 071 220 4482, e-mail: iacobucci@univpm.it. Alessandra Micozzi, Dipartimento di Ingegneria dell'informazione, Università Politecnica delle Marche, Ancona. E-mail: a.micozzi@univpm.it. Francesca Micozzi, Dipartimento di Ingegneria dell'informazione, Università Politecnica delle Marche, Ancona. E-mail: f.micozzi@univpm.it.

Citazione dell'articolo

Iacobucci D., Micozzi A. e Micozzi F. (2018), Rapporto sull'imprenditorialità nelle Marche: Anno 2017, *ECONOMIA MARCHE Journal of Applied Economics*, XXXVII(1): pp. 64-97.

1. Introduzione

Il presente Rapporto sull'imprenditorialità nelle Marche è frutto della collaborazione fra la Fondazione Aristide Merloni e il Centro per l'Innovazione e l'imprenditorialità dell'Università Politecnica delle Marche. La collaborazione è finalizzata all'analisi del fenomeno dell'imprenditorialità nella regione Marche, in particolare la formazione di nuove imprese. Specifica attenzione è dedicata alle start-up che si attivano nei settori high-tech o che basano la loro offerta su prodotti e servizi ad alto contenuto di conoscenza; fra queste le start-up innovative e gli spin-off universitari. L'attenzione a questo specifico segmento delle nuove imprese è giustificato dal fatto che da queste imprese può attendersi un significativo contributo alla diversificazione delle specializzazioni produttive della regione, ancora largamente basate su produzioni a bassa e media tecnologia. Inoltre, queste imprese possono costituire un'importante fonte di innovazione anche per le imprese esistenti, tenuto conto della rilevanza delle tecnologie trasversali per l'innovazione nelle imprese e della crescente diffusione di modelli di open innovation. Nei due precedenti rapporti l'attenzione era stata posta sull'analisi delle iniziative pubbliche e private volte a promuovere l'attivazione di nuove imprese e a sostenerne lo sviluppo. Il rapporto dello scorso anno aveva posto l'attenzione sul tema della formazione all'imprenditorialità. Il focus del rapporto di quest'anno è l'imprenditorialità femminile. La propensione imprenditoriale da parte delle donne è significativamente più bassa di quella che si osserva negli uomini. Nel caso italiano il gap è elevato. Di fatto, una parte consistente del basso tasso di attivazione imprenditoriale in Italia è spiegato dalla componente femminile. Non è una particolarità italiana; in tutti i paesi avanzati si osserva un elevato gap di genere nella propensione imprenditoriale.

Il Rapporto fornisce alcuni spunti di riflessione in questo ambito e propone all'attenzione l'analisi di alcune iniziative sviluppate nel contesto nazionale e regionale. Il Rapporto è organizzato nel modo seguente. La sezione 2 presenta un'analisi dell'avvio di nuove imprese nelle Marche in confronto con gli andamenti medi nazionali. L'attenzione è dedicata sia al totale delle nuove imprese sia a quelle operanti in specifici ambiti: manifatturiero e settori high-tech. Per le Marche viene svolta un'analisi maggiormente dettagliata che abbraccia il periodo 2010-2017; essa è volta ad indagare gli aspetti relativi all'articolazione settoriale e territoriale delle nuove iniziative. Queste analisi sono basate sui dati forniti dal Registro Imprese riguardo all'avvio di nuove imprese, in Italia e nelle Marche. La sezione 3 focalizza l'attenzione sulle nuove imprese a più alto contenuto di conoscenza. In particolare, è esaminata la presenza nella regione Marche delle start-up innovative come definite dal DL 179/2012 (Decreto Legge Crescita 2.0) e degli spin-off universitari. L'analisi riguarda il numero, le caratteristiche e la performance di crescita di queste imprese. Infine la sezione 4 affronta il tema del gap di genere nell'attività imprenditoriale. Dopo un'analisi della letteratura sull'argomento sono discussi i dati relativi al caso italiano e sono esaminate alcune misure messe in campo per affrontare tale gap.

La redazione del presente rapporto è stata coordinata da Donato Iacobucci. Hanno collaborato alla sua redazione Alessandra Micozzi e Francesca Micozzi.

2. La nascita di nuove imprese

L'imprenditorialità, intesa come capacità di creare nuove organizzazioni e nuove attività, è unanimamente riconosciuta come uno dei principali motori dello sviluppo di un territorio. L'avvio

di nuove imprese ne costituisce il principale aspetto, seppure non l'unico. L'imprenditorialità si esprime anche all'interno di imprese già avviate attraverso l'avvio di nuove iniziative o la gemmazione di nuove imprese. Inoltre, possono considerarsi parte dell'attività imprenditoriale anche le iniziative messe in atto da imprese e individui propedeutiche all'avvio di nuove imprese.¹ L'attenzione per la nascita di nuove imprese deriva da due elementi: da una parte la rilevanza di tale aspetto all'interno della più complessa dinamica imprenditoriale; dall'altro la difficoltà di rilevare e quantificare gli altri aspetti della dinamica imprenditoriale. In Italia, al pari di altri paesi europei, l'avvio di un'impresa richiede l'adempimento di alcuni obblighi amministrativi fra i quali l'acquisizione di una partita IVA e l'iscrizione al Registro delle Imprese. La disponibilità di tali informazioni amministrative consente di esaminare la dinamica di attivazione delle nuove imprese e di indagarne alcuni aspetti, quali la distribuzione settoriale e territoriale. In particolare, in questa sezione è esaminato l'andamento dell'attivazione di nuove imprese attraverso le informazioni rese disponibili nel database Movimprese. Quest'ultimo fornisce, con disaggregazione provinciale e settoriale, lo stock delle imprese (registrate e attive), le nuove iscrizioni, le cancellazioni e le variazioni. Il principale vantaggio di Movimprese è che esso offre una copertura completa della demografia d'impresa, dal momento che il nuovo Registro tiene conto dell'intero spettro della fenomenologia dell'impresa in tutte le sue forme ed in tutti i settori di attività.²

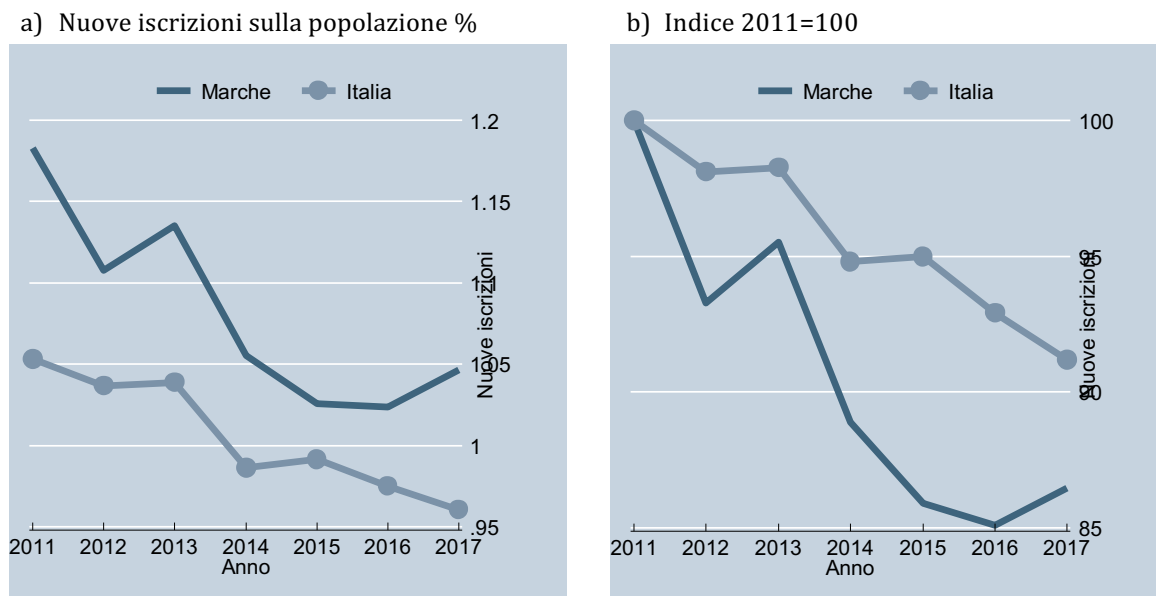
Gli indicatori di natalità imprenditoriale riferiti ad un territorio sono di diverso tipo, ma tutti prevedono che le nuove imprese siano rapportate ad una variabile di dimensione del territorio considerato: stock delle imprese esistenti, popolazione, forze di lavoro. La notevole diversità di dimensione fra imprese nuove nate (tendenzialmente molto piccole) e quelle già presenti sul mercato, ha indotto gli studiosi a scartare la prima variabile.³ L'utilizzo delle forze di lavoro è giustificato dal fatto che esse escludono coloro i quali hanno dichiarato di non essere interessati (o di essere impossibilitati) a svolgere un'attività lavorativa. Utilizzando le forze di lavoro come denominatore per il calcolo dei tassi di natalità imprenditoriale verrebbero, però, occultate le differenze territoriali derivanti dalla carenza di opportunità di impiego (autonomo o dipendente), le quali costituiscono una delle cause di spiegazione dei divari nei tassi di imprenditorialità. Per le ragioni sopra esposte, nel prosieguo dell'analisi gli indicatori di natalità imprenditoriale saranno riferiti alla popolazione adulta (18-64 anni) che appare il denominatore più appropriato, e più largamente utilizzato, nella costruzione degli indicatori di "vivacità" imprenditoriale di un territorio.⁴

¹ Una definizione comprensiva dell'attività imprenditoriale è quella fornita dal GEM (Global Entrepreneurship Monitor), utilizzata nella rilevazione dell'attività imprenditoriale nella popolazione adulta (Muffatto e altri, 2015). GEM utilizza come indicatore di nuova imprenditorialità il TEA, Total Early Stage Entrepreneurial Activity, definito considerando l'incidenza dell'imprenditorialità nascente e delle nuove imprese (fino a tre anni e mezzo dall'inizio dell'attività) all'interno della popolazione adulta. Il TEA di un paese rappresenta la percentuale di popolazione in età lavorativa coinvolta nelle attività che precedono la nascita di una nuova attività (nascent entrepreneurs) o nei primi 42 mesi di attività di nuove imprese (owner-managers).

² Uno dei problemi è costituito dalla presenza di nascite "spurie", relative cioè ad iscrizioni cui non corrisponde una 'nuova' impresa, come ad esempio il trasferimento dell'impresa da altra provincia o la trasformazione della forma giuridica. Si tratta di fenomeni marginali rispetto alla totalità delle nuove imprese. Inoltre, pur non trattandosi di iniziative del tutto nuove, questi casi possono comunque considerarsi parte della vivacità imprenditoriale in un territorio.

³ Inoltre i tassi di natalità riferiti allo stock delle imprese esistenti risulterebbero elevati nelle aree che presentano un tessuto economico relativamente povero e, per tale ragione, un ridotto numero di imprese.

⁴ Tra l'altro, la popolazione adulta costituisce il denominatore del TEA (Total Entrepreneurial Activity) utilizzato nelle indagini GEM per le comparazioni a livello interazionale.

Figura 1: Nuove iscrizioni al registro delle imprese in Italia e nelle Marche

Fonte: Elaborazioni su dati Movimprese

2.1. La dinamica imprenditoriale in Italia e nelle Marche

Le Marche si sono caratterizzate negli ultimi decenni per una vivacità imprenditoriale superiore alla media italiana. Fra il 2010 e il 2015 il calo dei tassi di natalità imprenditoriale era risultato più accentuato nella regione per cui il differenziale positivo con la media nazionale si era andato attenuando (vedi Figura 1). A partire dal 2016 il dato relativo alle Marche è tornato a divergere positivamente rispetto alla media nazionale. L'inversione di tendenza è risultata particolarmente significativa nell'ultimo anno (2017), nel quale le Marche hanno segnato un significativo incremento nel numero di nuove imprese mentre per l'Italia è proseguita la tendenza negativa (vedi Figura 1).

L'incremento non è stato uniforme sul territorio regionale: sono incrementate in modo significativo le iscrizioni di nuove imprese nelle province di Macerata e Ascoli Piceno mentre hanno continuato a mostrare un trend negativo, seppure contenuto, quelle di Pesaro, Ancona e Fermo.

La gran parte delle nuove imprese si attiva nel commercio al dettaglio e nei servizi alla persona. Si tratta in molti casi di fenomeni di autoimpiego, spesso indotto dall'assenza di valide alternative occupazionali. Per tale ragione i tassi di attivazione imprenditoriale che considerano il totale delle nuove imprese sono meno adatti a cogliere il legame fra attivazione imprenditoriale e sviluppo di un territorio. Questo legame è più evidente quando si considera la 'qualità' oltre che la quantità delle nuove iniziative. Per tale ragione è interessante focalizzare l'attenzione su specifici ambiti settoriali piuttosto che sul fenomeno complessivo.⁵ La qualità

⁵ Anche in termini di politiche per l'attivazione imprenditoriale è largamente condivisa la convinzione che quelle destinate a favorire la nascita di nuove imprese 'tout court', in qualunque settore di attività, siano poco efficaci in termini di incremento occupazionale e di reddito. Le imprese che nascono in settori di attività a domanda prevalentemente locale (come le attività commerciali o di servizi alla persona) non fanno altro che spiazzare attività già esistenti (Fritsch e Mueller, 2007a).

delle nuove iniziative è funzione delle risorse (umane e materiali) mobilitate e della complessità gestionale e tecnologica necessaria per avviare le nuove iniziative. In assenza di informazioni individuali relative al capitale umano impiegato o ad altri aspetti dell'attività delle nuove imprese, un modo per individuare le iniziative che

prevedono un maggiore contenuto di conoscenza è quello di considerare la loro appartenenza settoriale. Per questo saranno esaminati i tassi di attivazione imprenditoriale nelle attività manifatturiere e in quelle ad alta tecnologia.⁶ A tale riguardo sono esaminati due aggregati: il manifatturiero e i settori high-tech.⁷

Il settore manifatturiero costituisce un settore strategico per le prospettive di sviluppo di un territorio per diverse ragioni. Il settore manifatturiero è, in tutti i paesi avanzati, il settore preponderante nell'interscambio commerciale. Essendo il settore maggiormente esposto alla concorrenza internazionale è anche quello nel quale vi è la maggiore pressione all'efficienza e all'innovazione; pressione che viene ribaltata verso tutti gli altri comparti dell'economia, in particolare nel settore dei servizi alla produzione. L'entrata di nuove imprese nei settori manifatturieri è soggetta a barriere maggiori rispetto a quelle di altri settori. Ciò sia in relazione alle maggiori esigenze di capitale sia per le specifiche competenze necessarie all'avvio di un'attività di trasformazione. Per queste ragioni la presenza di elevati tassi di attivazione imprenditoriale nei settori manifatturieri costituisce un importante segnale della capacità di un territorio di riprodurre specifiche conoscenze produttive e di sostenere gli investimenti materiali e immateriali necessari a metterle in atto. La situazione di crisi del sistema manifatturiero italiano e regionale ha determinato negli anni passati una continua riduzione nell'avvio di nuove imprese manifatturiere. Tuttavia, nel 2017 si è assistito nella regione ad una inversione di tendenza (vedi Figura 2b). Tale inversione è tanto più rilevante se si considera che a livello nazionale è continuata la flessione nell'avvio di nuove imprese nei settori manifatturieri.

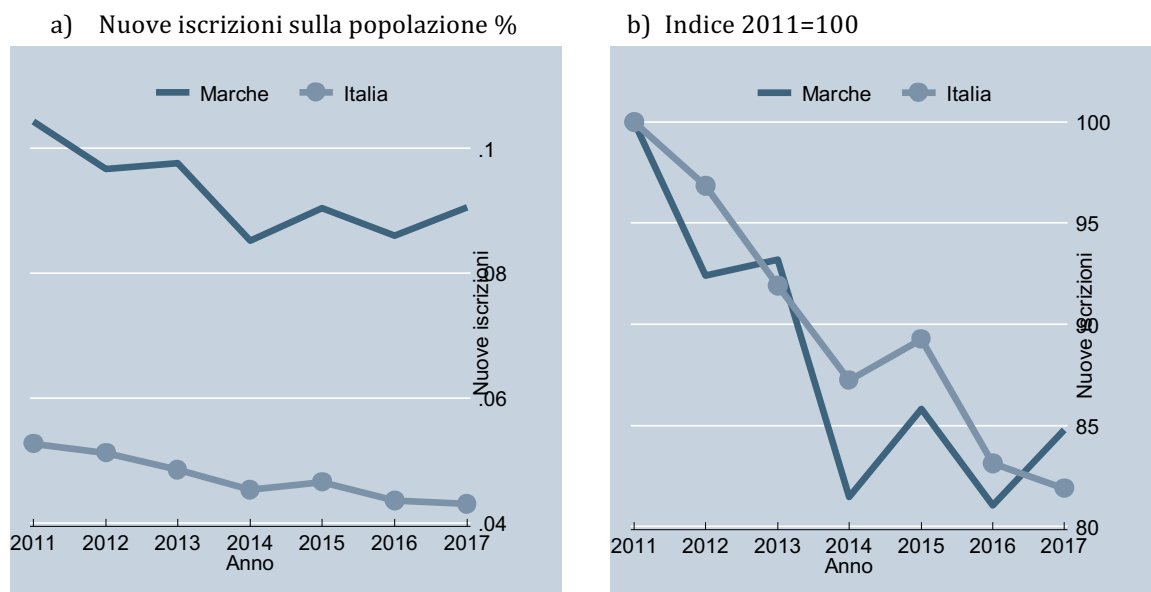
Prescindendo dall'andamento congiunturale, l'aspetto maggiormente rilevante è costituito dal fatto che le Marche rimangono una regione con tassi di attivazione imprenditoriale nel manifatturiero doppi rispetto alla media nazionale (vedi Figura 2a). Ciò conferma la vocazione manifatturiera della regione e la capacità di mantenere tale vocazione attraverso un continuo flusso di entrata di nuove imprese.

E' interessante notare, a tale riguardo, che i tassi di attivazione imprenditoriale osservati in un territorio presentano un'elevata persistenza nel tempo. Ciò è ancor più vero nel caso dei settori manifatturieri per i quali la presenza di un tessuto produttivo già ricco di tali attività è condizione indispensabile per alimentare un elevato flusso di nuove imprese (Andersson e Koster, 2011; Fritsch e Mueller, 2007b).

Al pari di quanto osservato per i tassi di attivazione totali, anche nel caso di quelli nei settori high-tech l'andamento osservato nella regione nel 2017 è stato divergente in senso positivo rispetto alla media nazionale. Nelle Marche vi è stata un'impennata delle nuove imprese nei

⁶ Diversi studi hanno messo in evidenza come sia sempre più difficile associare le imprese ad alto contenuto di conoscenza a specifici settori, data la notevole diversità delle imprese all'interno dello stesso settore. Vi possono essere imprese appartenenti a settori 'tradizionali' ma che esprimono un'elevata capacità di innovazione per effetto dell'applicazione di conoscenze tecnologiche e organizzative avanzate. Al contrario vi possono essere imprese classificate nell'ambito dei settori 'high-tech' ma che svolgono attività standardizzate le quali richiedono bassi livelli di conoscenza e qualificazione del capitale umano (Baldwin e Gellatly, 1998). Pur con tali limiti, l'appartenenza settoriale mantiene una significativa relazione con il contenuto di conoscenza tecnologica e organizzativa necessaria all'avvio di nuove imprese.

⁷ Per l'individuazione dei settori high-tech ci serviremo della classificazione proposta dall'OECD e adattata dall'ISTAT alla classificazione delle attività economiche ATECO. L'elenco dei codici ATECO compresi nelle attività high-tech è fornito nell'Appendice A.

Figura 2: *Iscrizioni di nuove imprese nel manifatturiero*

Fonte: Elaborazioni su dati Movimprese

settori high-tech nell'ultimo biennio e ciò ha consentito di recuperare completamente la flessione osservata nel 2014 e nel 2015 (vedi Figura 3).

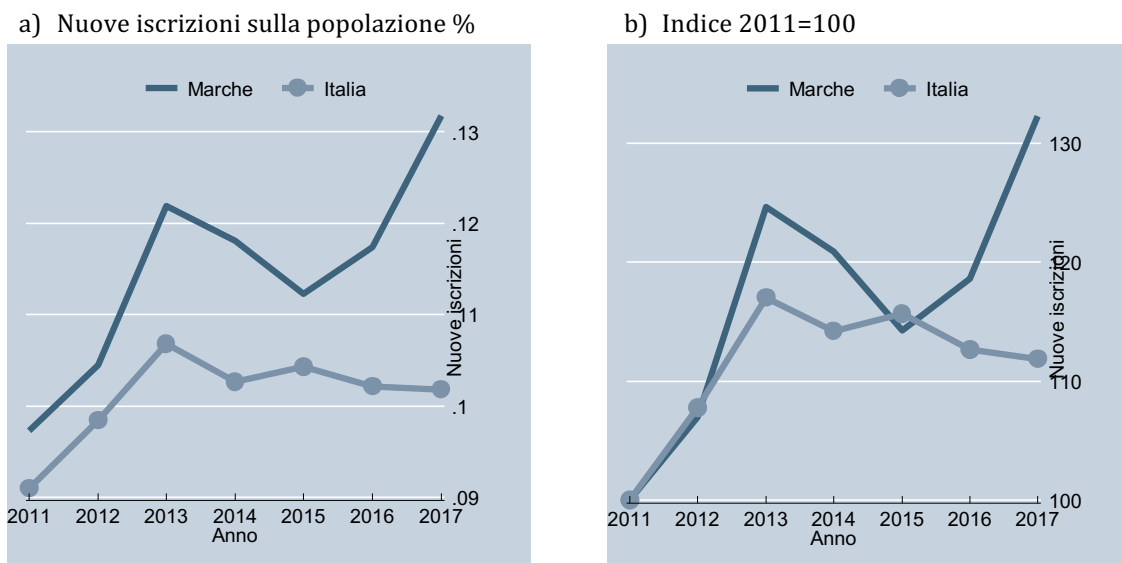
Anche nel caso delle imprese ad alta tecnologia è rilevante osservare che i tassi di attivazione imprenditoriale nelle Marche sono superiori a quanto osservato nella media nazionale. Il divario in favore della regione è meno elevato di quello osservato nel manifatturiero ma è cresciuto in misura sensibile nell'ultimo biennio (vedi Figura 3). Va anche notato che il trend positivo osservato dall'inizio del decennio per le nuove imprese ad alta tecnologia è molto diverso da quello negativo registrato per il totale delle imprese e per il manifatturiero. Si tratta di un segnale positivo poiché indica una modifica nella composizione delle nuove iniziative verso quelle a maggiore contenuto di conoscenza; ciò vale sia per la regione sia per la media nazionale.

2.2. L'articolazione settoriale delle nuove imprese

Ulteriori informazioni sulla natalità d'impresa nella regione sono stati ottenuti esaminando i dati individuali relativi alle nuove iscrizioni al registro delle imprese.⁸

L'articolazione settoriale delle nuove iscrizioni conferma il quadro precedentemente commentato. A differenza di quanto osservato negli anni scorsi, nel 2017 vi è una netta prevalenza di variazioni positive che ha riguardato con poche eccezioni tutti i settori (vedi Tabella 1). Particolarmente significativa è la variazione positiva nelle *attività professionali, scientifiche e tecniche* che conferma l'ottima performance già precedentemente notata per le attività a più alto contenuto di conoscenza. E' interessante notare che nel 2017 è tornato positivo anche

⁸ A differenza dei dati Movimprese, che forniscono aggregati statistici a livello provinciale, le elaborazioni contenute in questa sezione sono basate sugli elenchi completi delle nuove imprese iscritte nelle camere di commercio della regione Marche. Per ragioni legate alle procedure amministrative di rilevazione delle iscrizioni al registro imprese, i dati ottenuti dalle iscrizioni individuali non hanno una coincidenza perfetta con quelli di Movimprese. Ciò determina piccole discrepanze nei valori relativi ai tassi di crescita.

Figura 3: Iscrizioni di nuove imprese nei settori high-tech – Indice 2011=100

Fonte: Elaborazioni su dati Movimprese

il dato relativo alle nuove imprese nel settore delle *costruzioni*, settore che è stato fra i più colpiti dalla prolungata fase di stagnazione del mercato interno seguita alla crisi internazionale iniziata nell'autunno del 2008. E' significativa in questo ambito anche la continua crescita nell'avvio di nuove imprese nelle *attività immobiliari*.

Tabella 1: Variazione delle nuove iscrizioni sull'anno precedente e peso sul totale (valori %)

Settore	2015	2016	2017	% su tot 2016	%su tot 2017
Commercio	0,6	-9,8	6,5	31,1	30,1
Costruzioni	-8,4	-11,8	22,0	12,9	14,3
Industria manifatturiera	7,6	-6,8	3,9	14,1	13,3
Servizi di alloggio e ristorazione	-3,7	-7,5	4,5	10,6	10,0
Attività professionali, scientifiche e tecniche	-3,1	3,2	33,0	5,7	6,9
Noleggio, agenzie di viaggio, ecc.	5,0	-16,6	21,7	4,9	5,4
Altre attività di servizi	1,3	-9,3	-5,7	5,2	4,5
Servizi di informazione e comunicazione	-6,5	16,8	3,0	3,5	3,3
Attività immobiliari	11,8	16,8	28,2	2,6	3,0
Attività finanziarie e assicurative	-6,7	-16,9	6,1	2,9	2,8

Fonte: Registro imprese

Per quanto concerne la forma giuridica utilizzata nell'avvio delle nuove imprese, nel 2017 si è avuto un incremento per quasi tutte le principali forme, con la sola eccezione delle società cooperative e delle società semplici. Entrambe rappresentano una quota marginale del totale delle nuove imprese. Le società semplici, in particolare, sono presenti quasi esclusivamente nelle attività agricole. Quasi i due terzi delle nuove imprese è riconducibile alla forma dell'impresa individuale, a conferma del fatto che gran parte delle nuove imprese si attiva in settori con

basse barriere all'entrata e in iniziative orientate al mercato locale. Anche nel 2017 si conferma la buona dinamica della *SRL semplificata*, forma introdotta dal legislatore proprio per favorire l'avvio di iniziative da parte di team imprenditoriali costituiti da giovani.⁹

Tabella 2: *Variazione delle nuove iscrizioni sull'anno precedente per forma giuridica e peso sul totale (valori %)*

Forma giuridica	2016	2017	% sul totale 2016	% sul totale 2017
Impresa Individuale	-10,5	7,9	60,2	60,5
SRL	-3,2	7,8	14,1	14,2
SRL Semplificata	5,3	14,1	13,4	14,2
SNC	-11,4	2,8	4,3	4,1
SAS	-12,1	8,9	3,0	3,0
Società Semplice	161,7	-29,2	2,6	1,7
Società Cooperativa	-11,6	-7,0	1,4	1,2

Fonte: Registro imprese

3. Start-up innovative e spin-off

La maggiore vivacità delle Marche nell'avvio di nuove imprese nei settori a più alto contenuto di conoscenza è confermata dai dati riferiti alle start-up innovative e agli spin-off universitari. Le start-up innovative (introdotte dal DL 2012 n. 179) sono individuate sulla base di alcuni criteri che ne definiscono la natura di start-up e le caratteristiche di innovatività. Per la natura di start-up i requisiti sono: un'età dalla costituzione non superiore a 5 anni; un valore della produzione non superiore a 5 milioni di euro dopo il secondo anno di attività; non essere stata costituita da una fusione o scissione societaria; non distribuire utili. Per i requisiti di innovatività è richiesto che l'oggetto sociale, esclusivo o prevalente, sia lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto contenuto tecnologico. Tale previsione deve essere corroborata dal superamento di almeno uno dei seguenti parametri quantitativi: una percentuale di spesa in ricerca e sviluppo pari ad almeno il 15% del valore della produzione; la presenza di dipendenti con titolo di dottore di ricerca o laurea magistrale; l'essere titolare, depositaria o licenziataria di un titolo di proprietà intellettuale.¹⁰

⁹ Con l'emanazione dell'art. 44 del D. L. 22 giugno 2012, n. 83 (Misure urgenti per la crescita del Paese) il legislatore aveva introdotto la società a responsabilità limitata a capitale ridotto (S.r.l.c.r.), che si andava ad affiancare alla società a responsabilità limitata semplificata, già inserita nel nostro ordinamento dalla L. 24 marzo 2012, n. 27. Con l'art. 1 della L. 9 agosto 2013, n. 99 il legislatore ha eliminato dal nostro ordinamento la s.r.l.c.r. L'abrogazione è connessa alle modifiche apportate alla disciplina della s.r.l.s. che può essere ora costituita da qualsiasi persona fisica, a prescindere dal requisito dell'età anagrafica (prima fissato in un'età non superiore a 35 anni). Data la sostanziale equiparazione tra i due modelli il legislatore ha ritenuto opportuno procedere all'eliminazione del modello della s.r.l.c.r. La società a responsabilità limitata semplificata ha di fatto inglobato anche la s.r.l. a socio unico.

¹⁰ Per un maggiore dettaglio dei requisiti necessari all'iscrizione all'albo delle start-up innovative si veda il sito: <http://startup.registroimprese.it>.

3.1. Le start-up innovative nelle Marche

A fine 2017 risultavano iscritte come start-up innovative nelle Marche 334 imprese, pari al 4,2% del totale nazionale. Si tratta di una percentuale superiore al peso della regione sul totale nazionale e che segnala la maggiore vivacità delle Marche nell'avvio di questa tipologia d'impresa. Le province che mostrano la maggiore vivacità sono Ascoli Piceno e Ancona, seguite da Macerata, Pesaro e Fermo (vedi Tabella 3). La maggiore vivacità della regione è ancor più evidente quando si considera il numero di start-up innovative in relazione alla popolazione; tale tasso è superiore alla media nazionale per tutte le province marchigiane (vedi Figura 4). Esso assume valori elevati in particolare nelle province di Ancona e Macerata. La maggiore vivacità delle Marche rispetto alla media nazionale si conferma anche quando si prendono in considerazione le nuove iscrizioni relative solo al 2017 (Figura 4b).

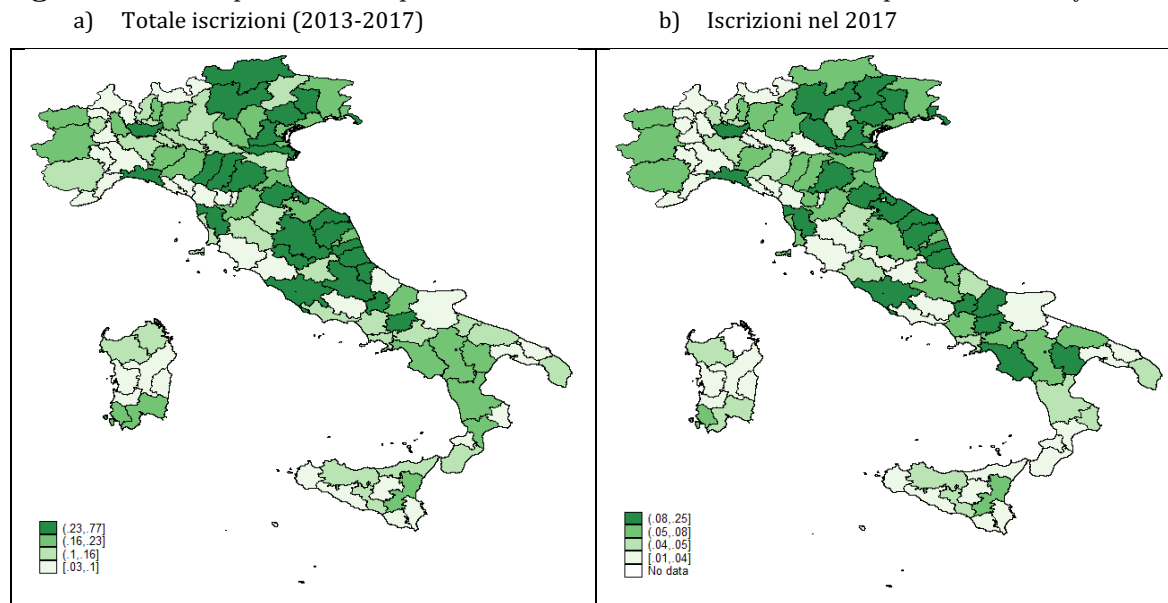
Tabella 3: *Iscrizioni al registro delle start-up innovative*

	2013	2014	2015	2016	2017	Totale
Ancona	9	5	23	28	28	93
Ascoli Piceno	3	11	22	29	32	97
Fermo	3	5	8	8	24	
Macerata	4	7	19	18	21	69
Pesaro e Urbino	1	5	10	14	21	51
Marche	17	31	79	97	110	334
Italia	385	1.075	1.705	2.014	2.864	8.043

Fonte: Registro imprese

Il confronto dei settori di attività delle start-up innovative fra Marche e Italia evidenzia una sostanziale similarità nella gerarchia delle stesse (con la netta prevalenza dell'informatica e dei servizi di ricerca e sviluppo) ma anche alcune differenze significative, fra le quali una minore concentrazione settoriale nelle Marche ed una maggiore presenza di attività manifatturiere (Tabelle 4 e 5). Quest'ultimo va senz'altro interpretato come segnale positivo, della capacità delle nuove iniziative di sfruttare le competenze presenti nel diversificato sistema manifatturiero regionale.

Al pari di quanto osservato per le imprese high-tech in generale, anche il numero delle iscrizioni al registro delle start-up innovative è cresciuto in modo sensibile fra il 2016 e il 2017. Per definizione le start-up innovative attualmente iscritte al registro delle imprese hanno un'età inferiore ai 5 anni. Infatti, l'età media è di poco superiore ai 2 anni. Trattandosi di società molto giovani la grande maggioranza ha un volume di ricavi molto contenuto. Per quelle con meno di un anno di attività quasi il 50% non ha depositato il bilancio e una percentuale simile ha un volume di ricavi inferiore ai 100.000 Euro. Più interessante è osservare la progressione dei ricavi in funzione dell'età. Per le imprese costituite da più di tre anni la percentuale di quelle che non ha depositato il bilancio scende al di sotto del 10%. Rimane sostanzialmente invariata, intorno al 50%, nelle diverse classi di età la quota di imprese che presenta un volume di ricavi fino a 100.000 euro. Salgono invece in modo continuo le imprese con ricavi superiori a 100.000 Euro (Figura 5). In particolare, risulta significativa la quota di imprese con oltre un milione di Euro di ricavi (6,8%).

Figura 4: *Start-up innovative per 1000 residenti adulti totale start-up innovative a fine 2017*

Fonte: Registro imprese e ISTAT

Tabella 4: *Distribuzione delle start-up innovative a fine 2017 in Italia e nelle Marche*

	Italia		Marche	
	Numero	%	Numero	%
Agricoltura/pesca	53	0,7	3	0,9
Commercio	353	4,4	4	1,2
Industria/artigianato	1.507	18,8	98	29,3
Servizi	6.051	75,5	227	68,0
Turismo	79	1,0	2	0,6
Totale	8.019	100,0	334	100,0

Fonte: Registro imprese

Rispetto alla media complessiva delle nuove imprese la performance delle start-up innovative è decisamente superiore, sia se si considerano i tassi di sopravvivenza nel corso del tempo sia se si considera la progressione di crescita. Ciò può attribuirsi sia alle agevolazioni di cui godono queste imprese sia al maggiore livello qualitativo del capitale umano alla partenza. Permane come elemento peculiare di questa tipologia di imprese l'elevata quota di quelle che continuano ad operare anche in presenza di un limitato volume di attività, con ricavi nulli o inferiori ai 100.000 Euro.¹¹

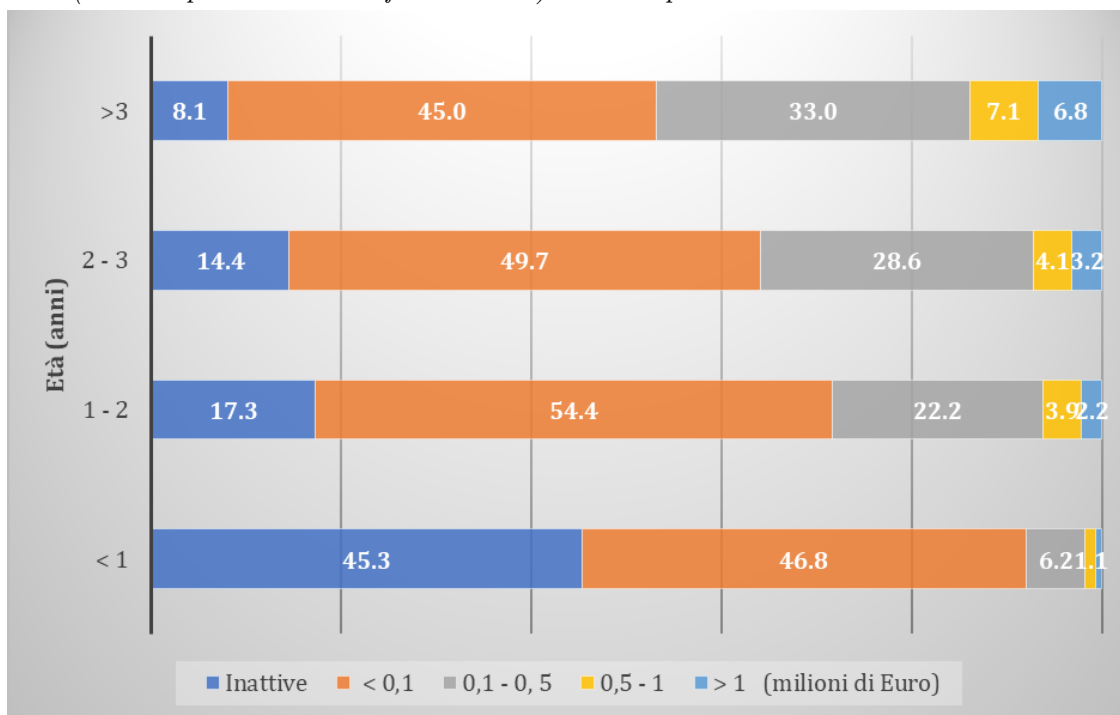
Vi sono due possibili spiegazioni per questo fenomeno. La prima fa riferimento alla tipologia di attività delle start-up innovative. In molti casi esse sono costituite con l'obiettivo di sviluppare un prodotto o un servizio che è ancora nella fase embrionale e che può richiedere diversi anni prima di poter essere immesso sul mercato e generare ricavi. La seconda spiegazione è che i soci

¹¹ Un fenomeno simile si osserva anche per gli spin-off universitari.

Tabella 5: *Distribuzione delle start-up innovative al settembre 2016 in Italia e nelle Marche*

	Italia		Marche	
	Numero	%	Numero	%
Produzione di software, consulenza informatica	2.544	31,7	69	20,7
Ricerca scientifica e sviluppo	1.086	13,5	54	16,2
Attività dei servizi d'informazione e altri servizi	734	9,2	26	7,8
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature	288	3,6	13	3,9
Altre attività professionali, scientifiche e tecniche	286	3,6	13	3,9
Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica	259	3,2	11	3,3
Attività di direzione aziendale e di consulenza	233	2,9	13	3,9
Attività degli studi di architettura e d'ingegneria	218	2,7	19	5,7
Commercio	179	2,2		
Attività editoriali	162	2,0		
Fabbricazione di apparecchiature elettriche			13	3,9
Altre industrie manifatturiere			8	2,4
Primi 10 settori	5.989	74,7	239	71,6
Totale	8.019		334	

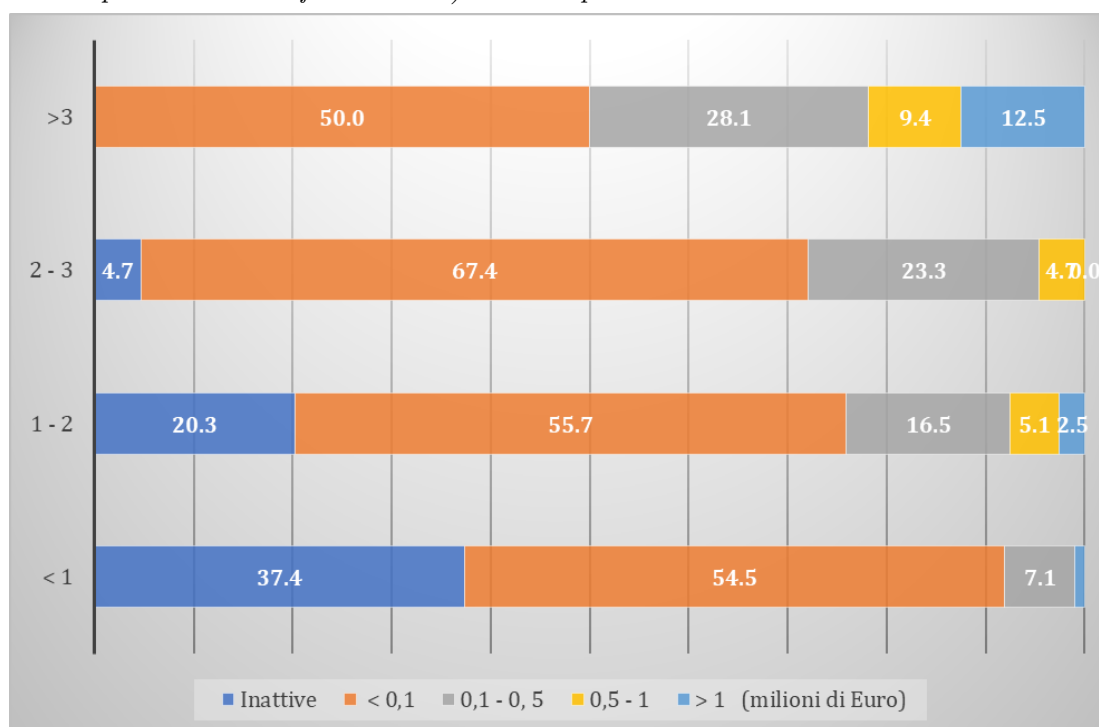
Fonte: Registro imprese

Figura 5: *Distribuzione delle imprese innovative italiane per età e classe di ricavi al 31/12/2016 (5953 imprese costituite fino al 2016) – valori percentuali*

Fonte: Registro imprese

promotori di queste imprese mantengono altre occupazioni da cui traggono reddito; ciò consente

Figura 6: Distribuzione delle start-up marchigiane per età e per classi di ricavi al 31/12/2016 (253 imprese costituite fino al 2016) – valori percentuali



Fonte: Registro imprese

loro di mantenere in vita la società anche in presenza di ricavi modesti. Le due spiegazioni non sono alternative poiché le fonti di reddito esterne per i promotori possono rendersi necessarie proprio nei casi di un lungo periodo di messa a punto del prodotto/servizio, in assenza di fonti di finanziamento esterne. La performance di crescita delle start-up innovative marchigiane presenta caratteri simili a quelli osservati a livello nazionale ma anche alcune differenze. In particolare è maggiore la percentuale di imprese con più di tre anni che presentano valori dei ricavi superiori al milione di Euro (Figura 6).

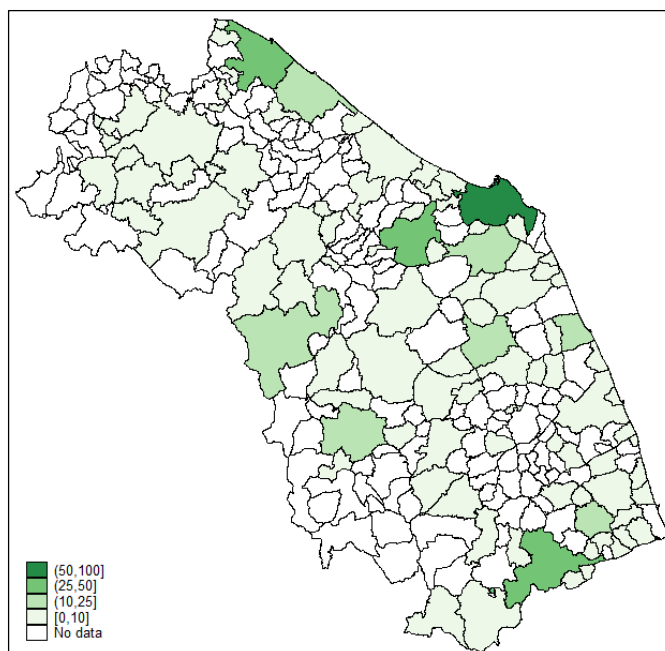
La Tabella 7 elenca le start-up innovative delle Marche che nel 2016 hanno conseguito un valore della produzione superiore a 1 milione di Euro. Al 31.12.2016 superavano questa soglia 12 imprese molte delle quali non più presenti nel registro delle start-up innovative poiché hanno superato i limiti di età o i limiti dimensionali previsti per tale tipologia d'impresa. Un'unica impresa supera i 5 milioni di Euro di ricavi; si tratta in questo caso di un'impresa che fa capo ad un gruppo già affermato (il gruppo Filippetti di Falconara). Quasi tutte queste start-up hanno conseguito performance di crescita considerevoli fra il 2015 e il 2016, decisamente superiori alla media dei rispettivi settori.

La distribuzione nel territorio delle start-up innovative è molto più concentrata rispetto a quella osservata per il totale delle nuove imprese. Ciò dipende dal fatto che il contesto territoriale è particolarmente rilevante per questo tipo di imprese: le start-up innovative tendono a localizzarsi nei maggiori centri urbani e a ridosso degli atenei dai quali originano la gran parte dei team imprenditoriali. Nel caso delle Marche la maggiore presenza di start-up innovative è rilevata nei comuni di Ancona, Ascoli Piceno, Pesaro e Jesi (Figura 7). Seguono comuni contigui a queste aree (come Fano e Osimo) o caratterizzati dalla presenza di atenei

Tabella 6: *Start-up innovative delle Marche con oltre 1 milione di Euro di ricavi nel 2016*

Pos. 2016	Pos. 2015	Ragione sociale	Ricavi 2016 (migliaia Euro)	Ricavi 2015 (migliaia Euro)	Δ ricavi 2016/2015 %
1	5	EVOLVEA SRL*	6,896,544	1,549,992	344.9
2	1	CIVITANAVI SYSTEMS SRL*	4,893,561	3,950,749	23.9
3	3	TRIRIDE SRL	3,194,504	2,896,454	10.3
4	2	COLOR SYSTEM SRL*	2,582,733	3,748,921	-31.1
5		E-SED SOCIETA' COOPERATIVA	2,576,637		
6	7	MECHATRONICS AUTOMATION SRL RESEARCH TECHNOLOGIES	2,291,614	1,219,418	87.9
7	6	MORONI PARTNERS VERIFICHE SRL*	2,114,184	1,469,922	43.8
8	8	SYNBIOFOOD SRL	1,733,704	1,138,108	52.3
9	4	LMD GROUP SRL*61,623,591	1,659,206	-2.1	
10	9	HYPERLEAN SRL*	1,617,405	832,537	94.3
11	10	MC2 SRL*	1,224,770	786,387	55.7
12	11	SANITAS IMPRESA SOCIALE SRL*	1,017,884	266,906	281.4

Nota: Non più comprese nel registro delle start-up innovative per superamento dei limiti di età. La Evolvea è una società controllata dal Gruppo Filippetti di Falconara.

Figura 7: *Start-up innovative costituite per comune fino al dicembre 2017*

Fonte: Registro imprese

(Macerata, Camerino).

La maggiore concentrazione territoriale delle imprese ad alto contenuto di conoscenza pone un rilevante problema di policy poiché le misure tendenti a sostenere l'avvio di queste imprese,

necessarie al fine di favorire i processi di diversificazione e crescita del sistema produttivo, confliggono di fatto con quelle volte a favorire equità e coesione dal punto di vista territoriale. La riflessione sugli ecosistemi imprenditoriali è concentrata sui sistemi urbani mentre rimane aperto il tema degli strumenti più efficaci per favorire l'imprenditorialità, in particolare quella innovativa, nelle aree periferiche.

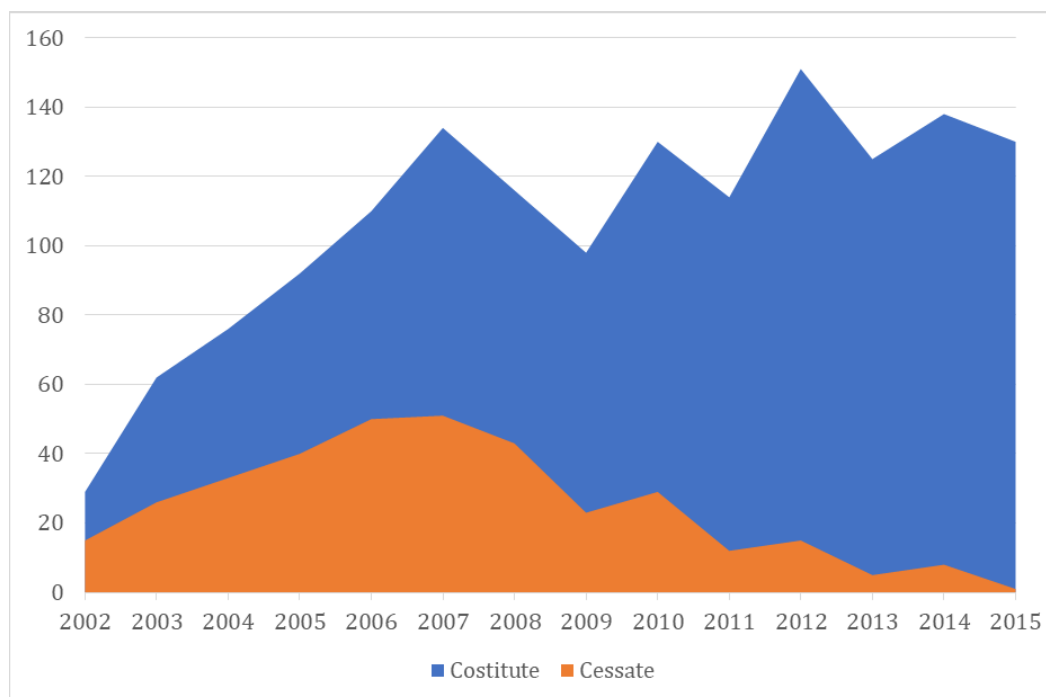
3.2. Gli spin-off universitari nelle Marche

Gli spin-off universitari sono imprese costituite con il coinvolgimento di personale delle università e degli enti pubblici di ricerca, finalizzate alla valorizzazione commerciale dei risultati dell'attività di ricerca. La possibilità per il personale universitario e degli enti di ricerca di partecipare attivamente all'avvio e alla gestione di tali società è stata introdotta da una norma del 1999; tale norma consente una deroga temporanea (tre anni) alla legislazione vigente di inquadramento del personale degli atenei e degli enti di ricerca che impedirebbe il coinvolgimento in attività commerciali. Passati i tre anni il personale può mantenere le proprie quote di proprietà nello spin-off ma deve abbandonare ruoli di gestione. Anche per questa ragione, nella costituzione degli spin-off sono coinvolti studenti, dottorandi o giovani ricercatori cui spetta il compito di proseguire l'attività imprenditoriale. Negli anni immediatamente successivi all'introduzione della nuova normativa il numero di spin-off nelle università italiane è cresciuto costantemente fino a toccare un primo massimo di 130 nuove imprese nel 2007. Successivamente il numero ha subito continue oscillazioni mantenendosi intorno alle 130 unità negli ultimi anni (vedi Figura 8)

Come è normale per imprese che nascono su progetti fortemente innovativi il tasso di "fallimento" è relativamente elevato. Nel caso delle imprese nate prima del 2007, con oltre 10 anni di età, quelle cessate solo oltre il 40% del totale. La cessazione dell'impresa ratifica l'impossibilità o la mancanza di volontà da parte dei promotori di proseguire nel progetto imprenditoriale avviato. Tuttavia essa non implica una completa dispersione degli effetti positivi associati all'avvio di nuove imprese. Fra questi effetti vi è l'esperienza maturata dai promotori, che potrà essere utilmente sfruttata in successive iniziative. La letteratura empirica ha infatti dimostrato che chi ha avviato un'impresa ha una probabilità molto più elevata della media di avviare una nuova impresa (Iacobucci e altri, 2003).

Anche nel caso degli spin-off le Marche risultano fra le regioni italiane con la maggiore vivacità, superiore a quanto ci si sarebbe aspettato in relazione alla popolazione di ricercatori e studenti. Hanno contato, a tale riguardo, il contesto imprenditoriale favorevole e l'attivismo degli atenei regionali in questo ambito. Nella Tabella 7 è riepilogato il numero degli spin-off universitari costituiti dal 2001 nella regione per ateneo di provenienza. Le differenze fra gli atenei sono spiegate non tanto dalla loro dimensione in termini di personale di ricerca quanto dalla presenza di ambiti disciplinari più o meno favorevoli a questa modalità di trasferimento tecnologico.

La percentuale di spin-off cessati nel periodo è simile a quella osservata a livello nazionale, così come lo sono le motivazioni. Anche la distribuzione per ambito di attività è simile nelle Marche a quanto osservato a livello nazionale; fa eccezione la maggiore presenza in regione di spin-off attivi nei settori dell'energia e dell'ambiente, associata ad una minore presenza nell'elettronica e nelle nanotecnologie (vedi Figura 9). Circa un quarto degli spin-off è attivo in servizi per l'innovazione, destinati ad altre imprese. Questa tipologia di spin-off è particolarmente rilevante per il nostro paese, e per le Marche in particolare, caratterizzato dalla presenza di imprese di piccola e media dimensione. Queste imprese trovano difficoltà a relazionarsi con atenei e centri

Figura 8: Numero di spin-off universitari costituiti nelle università e negli enti di ricerca in Italia

Fonte: Registro imprese

di ricerca pubblica nell'avvio di progetti di ricerca e sviluppo. Gli spin-off universitari possono costituire un interessante strumento di trasferimento tecnologico dell'attività di ricerca degli atenei anche attraverso i servizi di ricerca e sviluppo prestati verso il sistema produttivo.

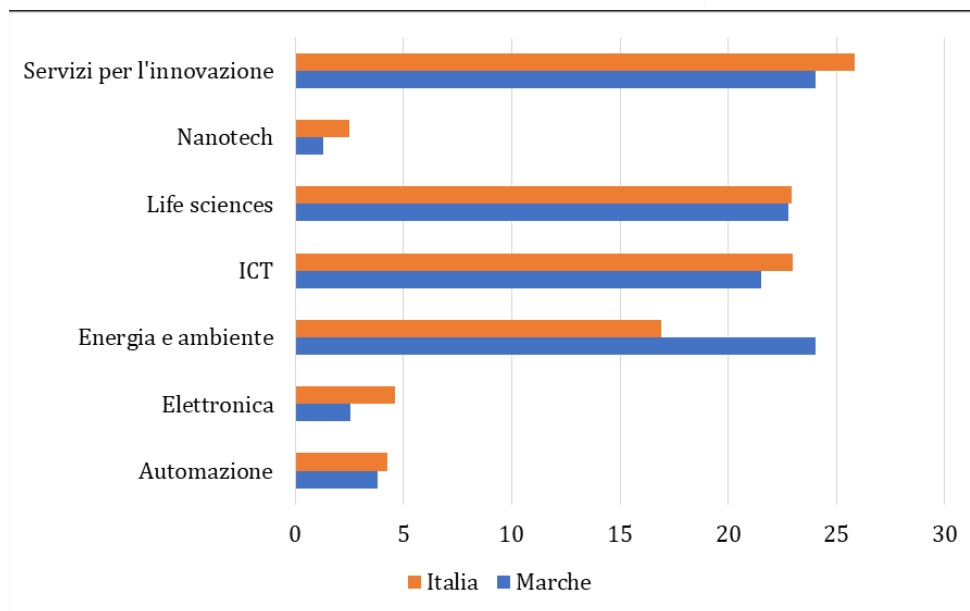
Nella Tabella 8 sono elencati gli spin-off originati dagli atenei marchigiani che nel 2016 (ultimo bilancio disponibile) avevano un valore della produzione superiore a 100 mila Euro. Nel complesso gli spin-off attivi hanno sviluppato un valore della produzione nel 2016 di poco superiore ai 14,5 milioni di Euro, con un significativo incremento rispetto al 2015.

Nel valutare l'impatto di queste imprese per il territorio regionale vanno tenute presenti alcune considerazioni. La prima è che per il tipo di attività svolto il valore della produzione corrisponde in buona misura al valore aggiunto prodotto, e quest'ultimo è costituito pressoché totalmente dalle remunerazioni del personale. Si tratta, quindi, di imprese che contribuiscono in modo significativo a sostenere occupazione di qualità per il territorio. La seconda considerazione è che l'impatto sul sistema imprenditoriale e dell'innovazione di queste imprese è decisamente superiore rispetto alla loro consistenza quantitativa. E' stato ricordato in precedenza il ruolo delle imprese spin-off come catalizzatori dei processi di innovazione delle imprese esistenti e di raccordo fra queste e il sistema della ricerca. Un contributo allo sviluppo degli spin-off e delle start-up innovative potrebbe venire da un più sistematico interesse verso queste imprese da parte di quelle già consolidate; la partnership con le start-up, secondo i modelli di *open innovation*, può contribuire in modo significativo alla capacità innovativa delle medie e grandi imprese. Ciò è valido sia per le imprese operanti in settori a più alto contenuto di conoscenza, sia per le imprese (maggioritarie nella regione) operanti nei settori tradizionali o a più basso contenuto di conoscenza. L'innovazione in questi settori è, infatti, sempre più dipendente dalla capacità di assorbire conoscenze e competenze provenienti da ambiti tecnologici anche

Tabella 7: Spin-off costituiti nelle Marche per anno e ateneo di provenienza

Anno di costituzione	Ateneo				Totale	Cessati
	UniCAM	UniMC	UniURB	UnivPM		
2001				1	1	
2002			2		2	1
2003	1			4	5	3
2004	1			1	2	
2005			1	2	3	1
2006	1			2	3	3
2007	2		1	5	8	
2008				7	7	4
2009				1	1	
2010				1	4	3
2011			1	6	7	2
2012	1		1	5	7	
2013	4		1	3	8	2
2014		2	1	5	7	
2015	4	1		2	7	
2016	3		1	1	5	
2017	3		1	4	8	
Totale	23	3	10	50	86	21

Fonte: database spin-off (www.spinoffitalia.it)

Figura 9: Distribuzione degli spin-off per settore di attività (valori percentuali sul totale)

Fonte: database spin-off (www.spinoffitalia.it)

Tabella 8 - Spin-off universitari marchigiani per valore della produzione

Pos. 2016	Pos. 2015	Ragione Sociale	Ateneo	Ricavi 2016 (migliaia di Euro)	Ricavi 2015 (migliaia di Euro)	Variazione 2016/2015 %
1	1	Nautes Spa	UnivPM	2.612	2.093	24,8
2	2	Erydel Spa	UniURB	2.467	1.832	34,6
3	6	Hyperlean Srl	UnivPM	1.199	810	48,1
4	5	Smart Space Solutions Srl	UnivPM	1.067	870	22,6
5	3	e-Lios Srl	UnicAM	952	1.160	-17,9
6	7	L.I.V.E. Srl	UnivPM	692	803	-13,9
7	9	SI2G Srl	UnivPM	632	445	42,3
8	4	Diatheva Srl	UniURB	495	1.110	-55,4
9	8	IDEA Soc. Coop.	UnivPM	404	550	-26,4
10	11	Progetto Costruzione Qualità Srl	UnivPM	394	374	5,4
11	14	Lingua Ideale Srl	UniURB	372	271	37,3
12	10	EcoTechSystems Srl	UnivPM	334	423	-21,0
13	23	EVE - Enjoy Visual Experiences Srl	UnivPM	292	56	422,5
14	18	SeiTec Seismotechnologies Srl	UnivPM	282	170	65,4
15	17	H.O.R.T. Soc. Coop.	UnivPM	252	174	45,0
16	19	Synbiotec Srl	UnicAM	250	170	47,1
17	16	Ecoman - Ecological Management Srl	UniURB	221	178	23,9
18	12	S.TRA.TE.G.I.E. Srl	UnivPM	219	363	-39,6
19	13	ArieLab Srl	UnivPM	216	288	-24,8
20	15	G.E.S. Srl	UnivPM	155	200	-22,4
21	22	Ecoreach Srl	UnivPM	127	85	49,2
22	20	Duepuntozero Srl	UnivPM	115	166	-31,0
23	21	S.I.B.E. Srl	UnivPM	104	148	-29,4
24	24	META Srl	UnivPM	102	46	122,0
			UnivPM	9.501	8.585	10,7
			UniURB	3.615	3.403	6,2
			UnicAM	1.367	1.435	-4,8
			UniMC	95	83	14,6
			Totale*	14.578	13.506	7,9

Fonte: Fondazione Aristide Merloni - Osservatorio sull'imprenditorialità nelle Marche) *Nota:* Il totale per Ateneo comprende anche il valore dei ricavi degli spin-off con meno di 100 mila Euro di valore della produzione.

lontani dalle filiere di appartenenza. Allo stesso tempo, la partnership con imprese già avviate può costituire un importante elemento di sostegno allo sviluppo di queste nuove imprese, sia in termini di apporto finanziario sia in ambito commerciale e gestionale. Non è un caso che alcuni degli spin-off di maggiore successo della regione (come Nautes e Hyperlean) sono nati in partnership con imprese già affermate (iGuzzini Illuminazione e Biesse rispettivamente). Con riferimento all'impatto degli spin-off sul territorio, va anche notato che la compagine sociale di queste imprese è significativamente diversa da quella media delle nuove imprese: il numero medio di soci all'avvio è di circa 5 unità mentre per la media delle nuove imprese eccede di poco l'unità. Ciò implica che l'avvio di uno spin-off, qualunque il suo esito successivo, deve considerarsi come una palestra di imprenditorialità per un numero rilevante di ricercatori e giovani laureati; nel caso delle Marche oltre 400 persone. L'evidenza empirica dimostra che chi ha avuto esperienza imprenditoriale, anche se conclusa con la chiusura dell'impresa, ha una probabilità molto elevata di continuare nella carriera imprenditoriale attraverso l'avvio di ulteriori imprese.

Gli spin-off universitari (al pari delle start-up innovative) presentano, inoltre, problematiche gestionali e di sviluppo molto più complesse di quelle normalmente presenti in una nuova impresa. Ad esempio per la gestione della proprietà intellettuale, l'interazione con ambiti di ricerca nazionali e internazionali, il reperimento di risorse finanziarie adeguate a sostenerne lo sviluppo. Per tale ragione questa tipologia di imprese esprime una domanda di servizi avanzati che è fondamentale per la crescita di un ecosistema imprenditoriale adatto a favorire l'avvio e lo sviluppo di imprese ad alta tecnologia (Iacobucci e Micozzi, 2015). Le analisi comparative condotte a livello nazionale e internazionale segnalano che nelle Marche nell'ultimo decennio l'ecosistema imprenditoriale si è sviluppato in modo significativo, sia in relazione alla numerosità degli operatori presenti nelle diverse fasi di avvio e sostegno delle nuove imprese, sia per la qualità degli stessi.¹² A questo sviluppo ha senz'altro contribuito la vivacità imprenditoriale che si è espressa negli atenei regionali e il ruolo degli stessi nella formazione imprenditoriale e nel sostegno all'avvio degli spin-off.

4. L'imprenditorialità femminile

4.1. Il dibattito sul divario di genere nell'attivazione imprenditoriale

L'imprenditorialità femminile è un fenomeno in crescita in tutto il mondo. Le donne con le loro imprese stanno contribuendo all'innovazione, all'occupazione e alla crescita del benessere in tutte le economie. Nonostante questo, continuano a rimanere un rilevante gap di genere quando si parla di imprenditorialità, soprattutto nei paesi avanzati. Uno dei primi elementi da prendere in considerazione per spiegare il gap di genere è la motivazione ad intraprendere. Alcuni autori sostengono che le motivazioni che spingono un uomo e una donna ad avviare una impresa siano le stesse (per esempio la necessità di conquistare un risultato importante (Entrialgo e altri, 2000) o la necessità di ottenere una certa indipendenza (Hup e Richardson, 1997). Altri autori sottolineano il contrario: le donne sarebbero spinte dalla ricerca dell'indipendenza e dalla necessità di controllare il proprio futuro (Watkins e Watkins, 1986; Carter e Allen, 1997) o dalla ricerca di maggiore flessibilità per riconciliare al meglio vita lavorativa e vita familiare (Brush, 1990; Hup e Richardson, 1997). Grande importanza è anche attribuita dalle donne all'esistenza del cosiddetto "glass ceiling" o cielo di cristallo (Ezzedeen e Zikic, 2012) o alla necessità di ottenere un riconoscimento sociale e di realizzazione professionale.

Un altro aspetto da sottolineare è il settore di attivazione prevalente delle donne: tendenzialmente sono iniziative low-tech e concentrate nei servizi. Questo si traduce in aziende che spesso rimangono poco performanti in termini di fatturato e capacità di assumere personale (Gatewood e altri, 2009; Carter e altri, 2007; Harada, 2003; Verheul e altri, 2006; Carter e Allen, 1997). Nei pochi casi in cui una donna attivi un'impresa high-tech, comunque il settore prevalente rimane quello dei servizi e non il manifatturiero (Kelley e altri, 2017). Un'altra caratteristica legata al fenomeno dell'imprenditorialità femminile è la scarsa capacità delle donne di reperire finanziamenti (Greene e altri, 2001; Rosa e Hamilton, 1994).

¹² Alcuni aspetti dell'ecosistema imprenditoriale sono stati oggetti di analisi nei precedenti rapporti. In particolare sono stati esaminati gli aspetti relativi all'avvio delle nuove imprese (Rapporto 2013), al finanziamento delle start-up (Rapporto 2014) e alla formazione imprenditoriale (Rapporto 2016). Un'analisi sistematica dell'ecosistema imprenditoriale della regione è stata condotta nell'ambito del progetto iEER (Boosting innovative Entrepreneurship ecosystem in regions for growth and job creation), progetto Interreg Europe che coinvolge regioni europee particolarmente attive in questo ambito e di cui la Regione Marche è partner (<https://www.interregeurope.eu/ieer/>).

Questo può essere legato a diversi aspetti: la non sufficiente esperienza manageriale nell'ottenere capitali da investitori esterni (Coleman, 2007) o il fatto che la possibile interruzione della vita lavorativa, per esempio dopo la nascita di un figlio, fa sì che le donne siano meno in grado di accumulare risparmi personali (Colombo e Grilli, 2005) o alla minore predisposizione delle donne ad indebitarsi dovuta ad una maggiore avversione al rischio, scarsa fiducia nelle banche o paura del fallimento (Micozzi e Lucarelli, 2016). In generale, le donne preferiscono o sono costrette a finanziarsi con capitale proprio o con l'aiuto della famiglia. Gli aspetti analizzati sono alcuni dei motivi alla base delle differenze che permangono tra uomini e donne nell'intraprendere una nuova attività.

4.2. Il divario di genere dall'indagine GEM

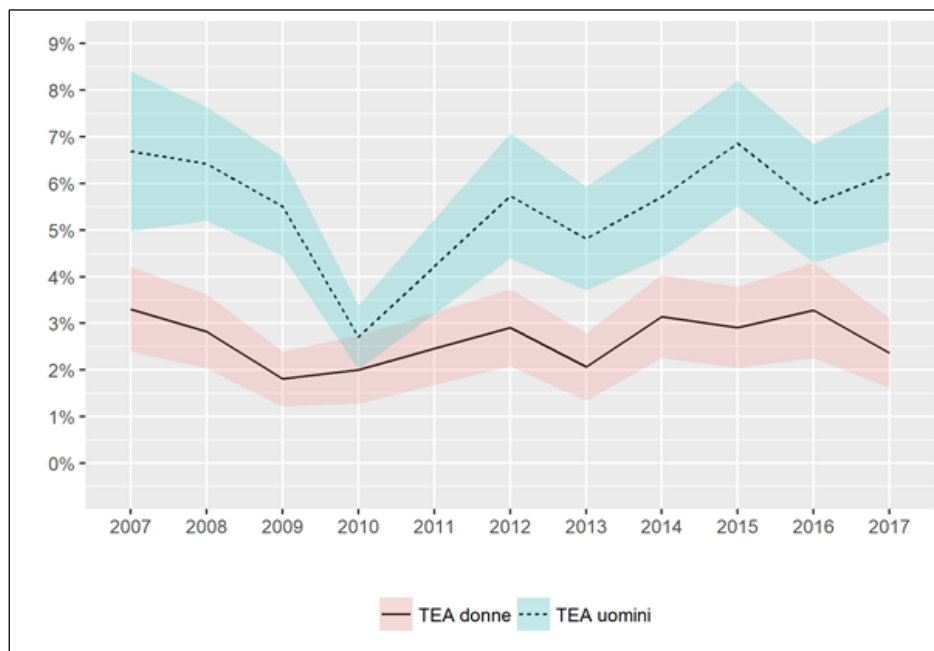
Nell'ultimo Women's Entrepreneurship Report 2016/2017 del GEM (Kelley e altri, 2017) si evidenzia come siano 163 milioni le donne che stanno avviando un nuovo business nei 74 paesi presi in considerazione dal rapporto e 111 milioni le donne che conducono imprese avviate. Il programma di ricerca internazionale GEM è la più rilevante indagine sull'imprenditorialità realizzata a livello mondiale e ripetuta annualmente dal 1999, con l'obiettivo di monitorare in modo sistematico e completo l'evoluzione della nuova imprenditorialità in diversi Paesi. I dati sono raccolti con due diverse metodologie: una survey su un campione rappresentativo di almeno 2000 adulti, di età compresa tra i 18 e i 64 anni, e in una serie di interviste ad un panel di esperti sui principali fattori capaci di influenzare la crescita del tasso di imprenditorialità. Il TEA (Total early-stage Entrepreneurship Activity) è il principale indicatore di attivazione imprenditoriale considerato dall'indagine GEM e misura il livello di attività imprenditoriale nella popolazione adulta considerando l'imprenditorialità nascente e le imprese costituite da meno di 42 mesi.

Considerando i 63 paesi analizzati negli ultimi due Women's entrepreneurship report (2016/2017 e 2013/2014), il TEA femminile è cresciuto del 10% e il gender gap si è ridotto del 5%. Questo dato conferma il trend positivo registrato anche tra il 2010/2011 e il 2013/2014. I 74 paesi analizzati mostrano differenze sostanziali nel TEA femminile, con paesi come l'Italia, la Germania e la Francia che registrano un TEA del 3% a paesi come il Senegal con TEA del 37%. Solo in 5 paesi (Indonesia, Filippine, Vietnam, Brasile e Messico), la percentuale di donne e uomini che si attivano a livello imprenditoriale è la stessa. E nessuno di questi paesi appartiene alla categoria dei paesi avanzati,¹³ dove in media il TEA femminile è il 60% di quello maschile. Nei paesi avanzati, di cui fa parte anche l'Italia, la probabilità che le donne si attivino per opportunità è più elevata rispetto alla probabilità che lo facciano per necessità.¹⁴

E sempre nei paesi avanzati più della metà delle donne imprenditrici si attiva nei settori della salute, formazione e servizi sociali. Un'altra evidenza è quella relativa alla formazione che non sembra influenzare la probabilità di attivare una nuova impresa. Leggendo i dati del rapporto, possiamo affermare di essere di fronte ad alcuni paradossi: all'aumentare del livello di sviluppo economico diminuisce la probabilità di attivazione imprenditoriale da parte delle

¹³ La distinzione in paesi factor-driven, efficiency-driven e innovation-driven deriva da una classificazione delle economie per stadio di sviluppo stilata dal World Economic Forum (fare riferimento e.g. al Global Competitiveness Report)

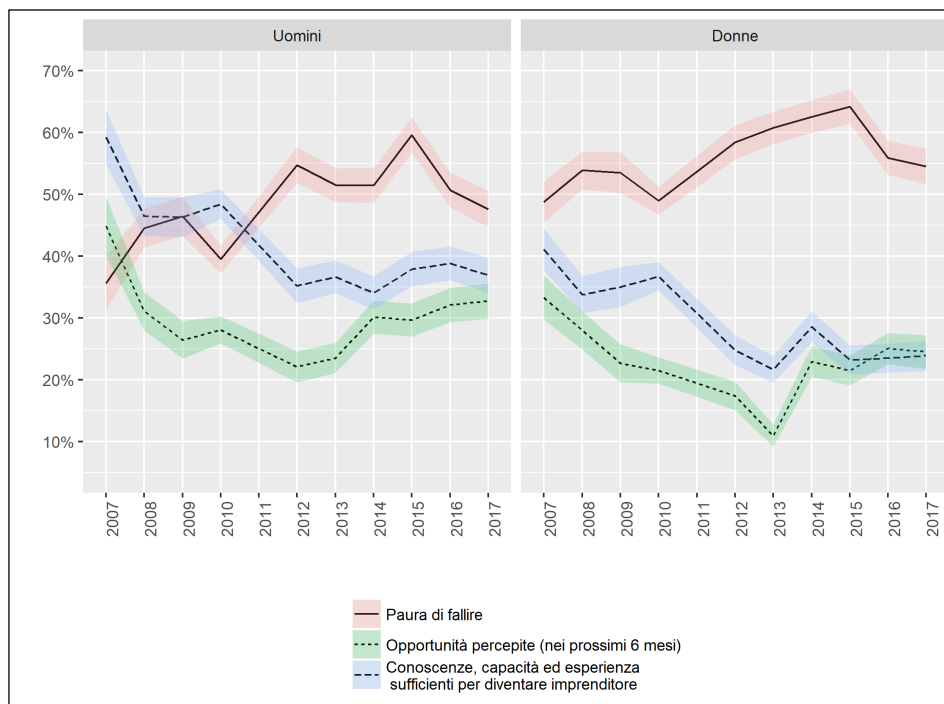
¹⁴ Nella rilevazione dell'attività imprenditoriale il GEM opera una distinzione fra l'imprenditorialità per necessità, quando l'attivazione imprenditoriale è indotta dall'assenza di alternative occupazionali, e l'imprenditorialità per opportunità, quando l'attivazione imprenditoriale è associata all'incremento o mantenimento del proprio reddito o ad un desiderio di indipendenza.

Figura 10: *Andamento del TEA in Italia*

Fonte: GEM Italia 2017

donne, così come la percezione delle proprie capacità, che come abbiamo visto nel paragrafo precedente è uno dei fattori che spiega la propensione imprenditoriale. La stessa evidenza si osserva con la formazione che non sembra essere rilevante per sviluppare la fiducia in se stessi necessaria per attivare una nuova impresa. Inoltre le donne hanno in generale una minore aspettativa di crescita e registrano un maggiore tasso di uscita. I fattori di contesto come il sostegno politico, la religione e la cultura influenzano moltissimo le scelte e i comportamenti imprenditoriali delle donne, contribuendo a mantenere il gender gap elevato. Analizzando i dati del Global Entrepreneurship monitor per l'Italia, si nota come, ad eccezione del 2010, anno nel quale si è assistito ad un crollo della propensione imprenditoriale, nella media del periodo i tassi di attivazione imprenditoriale delle donne sono meno della metà di quelli osservati per gli uomini. Il divario è risultato particolarmente accentuato nel 2017, con il TEA della popolazione maschile oltre il 6% mentre quello della popolazione femminile non ha raggiunto il 2,5%. Dal 2007 il TEA cala dal 3,3% al 2,8% nel 2008 al 1,8% nel 2009 e risale al 2,0 nel 2010. Dopo il recupero del 2012 (2,91%) torna ai livelli del 2010. Nel 2014 la TEA femminile è al 3,15%. La situazione peggiora negli anni successivi ad eccezione di un leggero aumento tra 2015 e 2016.

Esaminando i tre indicatori di percezione individuale, si nota come le donne abbiano la percezione delle opportunità inferiore a quella degli uomini (nel 2013 la stessa arriva ad un punto di minimo del 20%, mentre per gli uomini questo indicatore non scende mai al di sotto del 30%) ed un incremento della paura di fallire che nel 2015 per le donne arriva ad un livello del 65% (vedi Figura 11). Relativamente alla percezione della capacità individuale, nonostante le donne siano mediamente più istruite e in molti casi abbiano frequentato corsi sull'imprenditorialità, questo indicatore presenta valori decisamente inferiori rispetto a quelli degli uomini attestandosi negli ultimi tre anni ad una percentuale inferiore al 25%. In questo senso, per ridurre sempre più il gap di genere è sicuramente importante investire anche in

Figura 11: *Opportunità, capacità e paura di fallire: le percezioni individuali per genere*

Fonte: GEM Italia 2017

termini sulla formazione imprenditoriale con programmi specifici dedicati alle donne che siano in grado di infondere maggiore fiducia sulle proprie capacità e competenze. La formazione imprenditoriale dovrebbe essere inserita a tutti i livelli formativi e dovrebbe prevedere la presenza di programmi di mentorship e lo sviluppo di reti di conoscenza, grazie alle quali le giovani imprenditrici possano entrare in contatto con altri attori (istituzioni, finanziatori, centri di ricerca), esperienze e progetti.

Ruolo della formazione è anche quello di promuovere il miglioramento della percezione della valenza economica e sociale dell'imprenditorialità.

Relativamente alle problematiche che le donne si trovano ad affrontare dopo aver costituito l'azienda, come la minore aspettativa di crescita del business ed una maggiore mortalità delle imprese femminili, occorre investire in un cambiamento nel sostegno dell'imprenditorialità femminile. Sicuramente va migliorato l'accesso al credito e ad altre risorse immateriali come il capitale umano altamente formato. In questo senso un cambio di paradigma deve avvenire anche dal lato dell'offerta di capitali; occorre indagare se e in quale misura gli stereotipi o i pregiudizi sono applicati nelle decisioni di finanziamento da parte di banchieri e investitori o se le policy di accesso al credito (come i requisiti di garanzia) svantaggiano le donne ingiustamente.

Un dato confortante viene dal Kauffman Index (Startup Activity 2017),¹⁵ secondo il quale le donne sarebbero più adatte a individuare i bisogni del mercato e a coglierne le opportunità. Un'altra evidenza importante è quella che proviene dal CS Gender 3000

del Credit Suisse Research Institute (Dawson e altri, 2016), per cui più alta è la percentuale di donne nel top management delle aziende, maggiori sono i ritorni per gli azionisti. In questo

¹⁵ <https://www.kauffman.org/kauffman-index/reporting/startup-activity>.

senso, come già confermato dal sopracitato studio condotto da (Brighetti e Lucarelli, 2013), il problema legato al gender gap sembra essere più di tipo sociale e culturale che biologico, con un non trascurabile impatto economico.

Le poche donne imprenditrici sembrano esprimere delle attitudini importanti per lo sviluppo di un'impresa ma soprattutto la diversità di genere nelle organizzazioni può contribuire a creare aziende più competitive. Un team multidisciplinare in grado di mettere assieme diverse abilità e di valorizzare le differenze sembra essere un fattore vincente soprattutto per le start-up innovative. In questo senso, anche la diversità di genere diventa un fattore di successo importantissimo per lo sviluppo del potenziale di innovazione e crescita di un'impresa e questo è indipendente da un discorso più legato all'etica e al rispetto delle pari opportunità. Per concludere, si può affermare che nonostante il gender gap nell'imprenditorialità permanga, le donne imprenditrici contribuiscono in maniera significativa al reddito delle loro famiglie, all'occupazione delle comunità in cui vivono e all'ampliamento dell'offerta di prodotti e servizio che portano nuovo valore nel contesto circostante in cui le stesse si trovano ad operare.

La strada quindi, dovrebbe essere proprio quella di incoraggiare un cambio di paradigma culturale e sociale offrendo *role model* diversi, che possano invece creare maggiore consapevolezza nella scelta delle proprie passioni e inclinazioni evitando in questo modo perdite di opportunità e disparità di genere.

4.3. Donne e imprenditorialità nelle Marche

Ai sensi della Legge n. 215/92 (art. 2, comma 1, lettera a), è considerata impresa femminile l'impresa che ha uno delle seguenti caratteristiche nella base sociale e nella conduzione:

- ditta individuale: il titolare deve essere una donna;
- società di persone e cooperative: deve esserci almeno il 60% dei soci donne;
- società di capitali: almeno 2/3 delle quote devono essere in possesso di donne e l'amministrazione deve essere composta almeno da 1/3 di donne.

A fine 2017 sono quasi 10mila in più le imprese femminili iscritte al Registro delle Camere di commercio rispetto all'anno precedente, quasi 30mila in più rispetto al 2014. Alla data del 31 dicembre 2017, sulla base dei dati resi disponibili dall'Osservatorio sull'imprenditoria femminile di Unioncamere – Infocamere, le imprese femminili in Italia sono 1.331.367, rappresentanti il 21,8% del totale delle imprese iscritte, mentre a livello regionale si registrano 39.305 imprese femminili che rappresentano il 22,8% del totale.

Le Marche si posizionano, a livello nazionale, alla decima posizione per presenza assoluta di imprese e alla stessa posizione per imprese femminili. Nel 2017, rispetto ai dati del 2016 (39.421) si osserva una leggera flessione.

Come osservato in precedenza, il divario di genere è particolarmente rilevante nel caso delle imprese che si attivano nei settori ad alta tecnologia. Se consideriamo la tipologia delle start-up innovative, nella media italiana la percentuale di imprese nelle quali la presenza femminile è maggioritaria è pari al 15,3% (vedi Tabella 10). Nelle Marche la percentuale è significativamente più elevata ma comunque largamente inferiore al 50%; valore che ci si sarebbe atteso in assenza di bias di genere nella composizione dei team imprenditoriali.

La presenza femminile è maggiore nelle imprese di servizi e nel turismo mentre tende ad essere inferiore alla media nelle attività manifatturiere. Ciò risulta valido sia a livello nazionale

Tabella 9 – Quota delle imprese femminili per regione

	Imprese totali	Imprese femminili	Saldo imprese femminili 2017-2016	Tasso di femminilizzazione 2017
Abruzzo	148.298	38.366	104	25,87%
Basilicata	60.284	16.163	137	26,81%
Calabria	186.005	43.721	507	23,51%
Campania	586.821	134.840	1.990	22,98%
Emilia-Romagna	456.929	94.060	92	20,59%
Friuli-Venezia Giulia	103.107	23.030	-71	22,34%
Lazio	650.755	143.258	2.255	22,01%
Liguria	162.949	36.036	126	22,11%
Lombardia	960.186	178.019	1.268	18,54%
Marche	172.205	39.305	-116	22,82%
Molise	35.400	9.949	-46	28,10%
Piemonte	436.043	97.578	-370	22,38%
Puglia	380.553	87.796	327	23,07%
Sardegna	169.294	38.614	481	22,81%
Sicilia	462.625	112.470	2.522	24,31%
Toscana	414.353	95.528	62	23,05%
Trentino - Alto Adige	109.414	19.392	37	17,72%
Umbria	94.527	23.500	-231	24,86%
Valle d'Aosta	12.507	2.907	-45	23,24%
Veneto	488.226	96.835	476	19,83%
Totale	6.090.481	1.331.367	9.505	21,86%

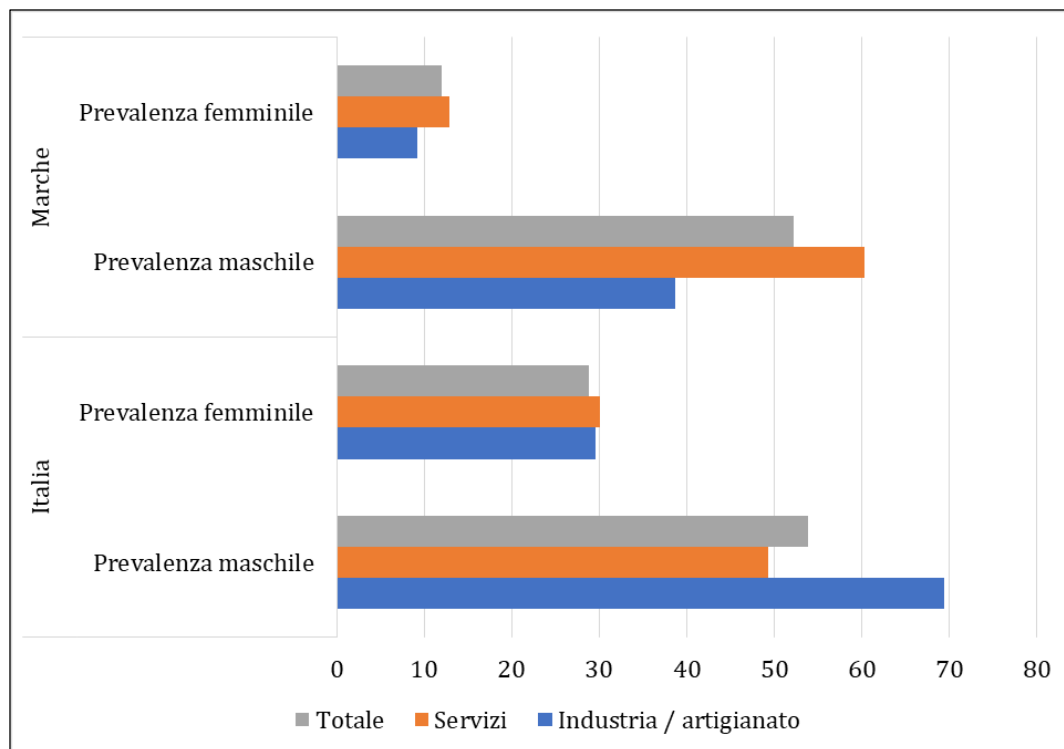
Fonte: Osservatorio per l'imprenditoria femminile, Unioncamere-infocamere

Tabella 10: Percentuale di start-up innovative con prevalenza femminile

	Italia		Marche	
	N. imprese	Imprese con maggior. femminile	N. imprese	Imprese con maggior. femminile
Agricoltura/pesca	53	20,8	3	66,7
Commercio	353	19,0	4	0,0
Industria/artigianato	1.495	13,8	98	16,3
Servizi	6039	15,3	226	20,4
Turismo	79	24,1	2	0,0
Totale	8.019	15,3	333	19,2

Fonte: Registro imprese

sia a livello regionale (in quest'ultimo caso il limitato numero di imprese nel turismo, nel commercio e in agricoltura rende poco significativo il dato di questi settori). Il maggiore tasso di presenza femminile nella regione rimane evidente sia nei servizi sia nelle attività manifatturiere. Un aspetto rilevante del divario di genere è costituito dalla minore disponibilità iniziale di capitale. Come notato in precedenza, ciò potrebbe derivare sia dal minore accumulo individuale di risorse finanziarie sia dalla maggiore difficoltà nel mobilitare risorse da soggetti esterni (famiglia, finanziatori, ecc.). Questo dato emerge con evidenza osservando la diversa dotazione di capitale sociale fra le start-up innovative con prevalenza maschile rispetto a quelle

Figura 12: Valore medio del capitale delle start-up innovative (valori in migliaia di Euro)

Fonte: Registro imprese

con prevalenza femminile (vedi Figura 12). Nella media nazionale, i valori del capitale sociale delle imprese con prevalenza femminile sono circa la metà di quelli osservati nelle imprese con prevalenza maschile.

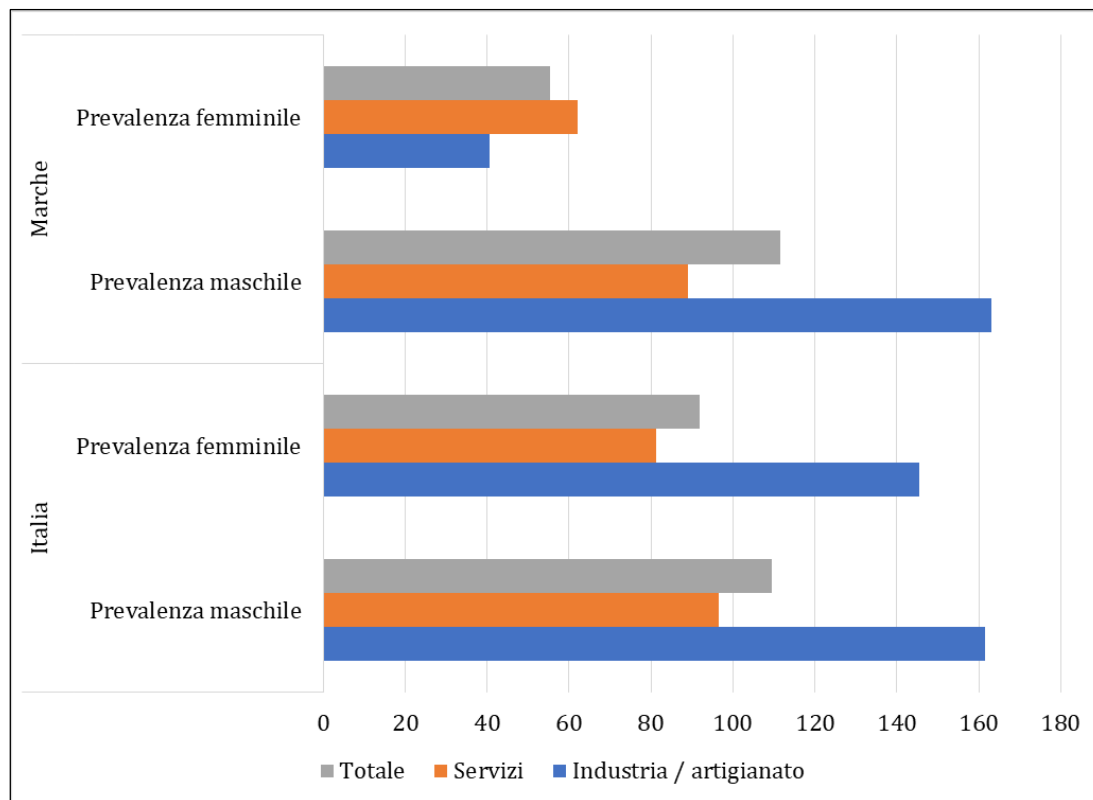
Questa differenza appare decisamente più accentuata nel caso delle Marche. Per il complesso delle imprese, la media del capitale sociale delle imprese a prevalenza femminile è pari ad un quarto di quello a prevalenza maschile. Questa rilevante debolezza nella dotazione iniziale di capitale può contribuire a spiegare la differenza che si osserva nella performance delle imprese a maggioranza femminile nelle Marche rispetto alla media italiana (vedi Figura 13).

E' interessante notare che a livello nazionale, al contrario di quanto avviene nelle Marche, non vi è una significativa differenza nella performance di crescita fra imprese a prevalenza maschile e imprese a prevalenza femminile, malgrado queste ultime partano con dotazioni di capitale significativamente inferiori.¹⁶

4.4. Le iniziative a supporto dell'imprenditorialità femminile

A livello nazionale sono diversi gli attori e gli strumenti agevolativi per favorire l'imprenditorialità femminile. Fra questi si segnalano:

¹⁶ L'assenza di differenza nella performance di crescita fra imprese a prevalenza maschile e imprese a prevalenza femminile è confermata anche quando si controlla per altre variabili riferite all'impresa e al suo contesto.

Figura 13: Valore della produzione delle start-up innovative (valori in migliaia di Euro)

Fonte: Registro imprese

- Ministero del Lavoro e Comitato Nazionale pari Opportunità che, ai sensi del Decreto Legislativo n. 198/2006 gestisce incentivi per la realizzazione di azioni positive sui luoghi di lavoro;
- Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento Pari Opportunità, che ha istituito e finanzia un'apposita sezione dedicata del Fondo Garanzia per le PMI (Femminili);
- Invitalia Spa che gestisce uno strumento agevolativo specifico per l'imprenditoria femminile (e giovanile) denominato "Nuove imprese a tasso zero".

A livello nazionale e poi a cascata a livello territoriale, Unioncamere e il sistema camerale sono impegnati da anni per promuovere l'imprenditoria femminile, quale componente fondamentale del tessuto imprenditoriale del Paese. Nel 1999, poi rinnovato nel 2003, è stato firmato il primo protocollo di intesa tra l'Unioncamere ed il Ministero dello Sviluppo Economico per l'istituzione dei Comitati per l'imprenditoria femminile presso tutte le Camere di commercio del territorio nazionale. I Comitati, in cui siedono imprenditrici individuate dalle Associazioni imprenditoriali di categoria e dalle Organizzazioni sindacali impegnate nella promozione dell'imprenditoria femminile, sono in rete e comunicano attraverso uno strumento informativo che ha l'obiettivo di raccogliere tutto quello che è connesso alla promozione dell'imprenditoria femminile: iniziative, seminari, progetti dal territorio, nonché approfondimenti, studi e ricerche. I Comitati hanno il compito di:

1. proporre suggerimenti nell'ambito della programmazione delle attività camerali, che riguardino lo sviluppo e la qualificazione della presenza delle donne nel mondo dell'imprenditoria;
2. partecipare alle attività della Camera concernenti la presenza delle donne allo sviluppo imprenditoriale della Provincia;
3. promuovere indagini conoscitive per determinare i problemi che ostacolano l'accesso delle donne nel mondo del lavoro e dell'imprenditoria in particolare;
4. promuovere iniziative per lo sviluppo dell'imprenditoria femminile, anche tramite specifiche attività di formazione imprenditoriale e professionale a favore delle donne imprenditrici ed aspiranti imprenditrici;
5. facilitare l'accesso al credito e l'inserimento nei vari settori economici delle relative imprese;
6. favorire la qualificazione imprenditoriale femminile;
7. individuare gli strumenti idonei per attivare un sistema di collaborazioni sinergiche con gli enti pubblici e privati che sul territorio svolgono attività di promozione e sostegno all'imprenditoria femminile in generale.

Il Dipartimento per le pari opportunità della Presidenza del Consiglio dei Ministri ha istituito anche un portale dedicato all'imprenditoria femminile denominato "Imprenditrici Oggi" che offre informazioni sui nuovi strumenti dedicati a imprenditrici, lavoratrici autonome e professioniste. Il portale contiene informazioni relative in particolare alle garanzie pubbliche per l'accesso al credito di donne imprenditrici, libere professioniste o imprese a prevalente composizione femminile. Nello specifico possiamo individuare alcuni strumenti a supporto dell'imprenditorialità femminile quali:

- Premio europeo per le donne innovatrici

La Commissione europea ha lanciato per il 2018 la 5 edizione del Premio europeo per le donne innovatrici (EU Prize for Women Innovators 2018). Il concorso mira a premiare le imprenditrici che si sono distinte nel portare con successo una innovazione sul mercato. Il premio dell'edizione 2018 è aperto a imprenditrici di qualsiasi nazionalità residenti in un paese europeo che abbiano fondato o co-fondato un'impresa prima del 1 gennaio 2016. Per essere eleggibile, il concorrente o l'impresa devono aver beneficiato di un finanziamento pubblico o privato per la ricerca e l'innovazione. Nell'edizione 2018 è stata introdotta una categoria particolare (Rising Innovator prize) dedicata alle imprenditrici under 30, al fine di premiare anche le generazioni di imprenditrici più giovani. Una giuria internazionale ha valutato le candidature ed i premi (1 premio 100.000 euro, 2 premio 50.000 euro, 3 premio 30.000 euro, premio Rising Innovator 20.000 euro) sono stati consegnati durante l'International Women's Day (8 marzo 2018).

- Nuove imprese a Tasso Zero

E' uno strumento che ha come obiettivo il sostegno allo start up di micro e piccole imprese a prevalente partecipazione giovanile e/o femminile. Le agevolazioni sono rivolte alle imprese composte in prevalenza da giovani tra i 18 e i 35 anni o da donne di tutte le età, su tutto il territorio nazionale e prevedono il finanziamento a tasso zero di progetti d'impresa con spese fino a 1,5 milioni di euro che può coprire fino al 75% delle spese totali ammissibili.

- Azioni positive per le pari opportunità (Ministero del Lavoro)

Le azioni positive, consistenti in misure volte alla rimozione degli ostacoli che di fatto impediscono la realizzazione di pari opportunità, nell'ambito della competenza statale, sono dirette a favorire l'occupazione femminile e realizzate l'uguaglianza sostanziale tra uomini e donne nel lavoro. Tra i vari obiettivi vi è quello di favorire l'accesso al lavoro autonomo e alla formazione imprenditoriale e la qualificazione professionale delle lavoratrici autonome e delle imprenditrici.

- Microcredito Donna (Ente Nazionale Microcredito)

Il microcredito è uno strumento di sviluppo economico che permette l'accesso ai servizi finanziari alle persone in condizioni di povertà ed emarginazione. Il microcredito viene definito come "credito di piccolo ammontare finalizzato all'avvio di un'attività imprenditoriale o per far fronte a spese d'emergenza, nei confronti di soggetti vulnerabili dal punto di vista sociale ed economico, che generalmente sono esclusi dal settore finanziario formale". L'Ente Nazionale per il Microcredito ha avviato il programma Microcredito Donna, finalizzato a supportare le donne nella creazione di una propria impresa, anche organizzando iniziative divulgative e di formazione mirate al target sugli strumenti finanziari disponibili e fornendo servizi ausiliari relativi sia nella fase "pre-erogazione" sia in quella "post-erogazione" del finanziamento. Il microcredito mira a risolvere il problema dell'accesso al credito che da sempre penalizza le donne più degli uomini: tassi d'interesse maggiori, importi accordati inferiori e soprattutto maggiore richiesta di garanzie.

Il Dipartimento per le pari opportunità, a partire dal 2013, ha intrapreso una rilevante attività di incentivazione e promozione dell'imprenditoria femminile attraverso strumenti innovativi che incidono sulla principale difficoltà delle donne a intraprendere l'attività di impresa: la difficoltà di accesso al credito. In particolare, per agevolare l'accesso ai finanziamenti destinati all'attività d'impresa o professionale in modo da permettere alle donne di entrare nel mercato del lavoro, nonché di consolidare o sviluppare la propria attività d'impresa o professionale contando sul sostegno dello Stato, sono stati attivati due strumenti:

- Fondo di garanzia (sezione speciale Presidenza Consiglio dei Ministri, Dipartimento Pari Opportunità)

La Sezione Speciale, istituita con convenzione del 14 marzo 2013 tra Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per le Pari Opportunità, Ministero dello Sviluppo Economico e Ministero dell'Economia e delle Finanze, prevede risorse dedicate alla compartecipazione della copertura del rischio sulle operazioni di garanzia concesse a favore delle imprese femminili e delle professioniste. Si tratta di uno strumento di incentivazione dell'imprenditoria femminile che mira a facilitare l'accesso al credito delle donne mediante la concessione di una garanzia pubblica. Infatti, l'impresa femminile che si rivolge alla Sezione speciale non ottiene un contributo in denaro, ma ha la possibilità di ottenere finanziamenti senza garanzie aggiuntive sugli importi garantiti dal Fondo. La donna che vuole fare impresa può contare, pertanto, su questa dote potenziale nel momento in cui richiede un sostegno finanziario. La dotazione di partenza della Sezione speciale, pari a 10 milioni di euro messi a disposizione dal Dipartimento per le pari opportunità, è stata incrementata di ulteriori 20 milioni di euro dal decreto-legge n.145/2013, convertito, con modificazioni, dalla legge n. 9/2014 (c.d. "Piano Destinazione Italia"). In data 23 settembre 2016, il Dipartimento per le pari opportunità ha effettuato un versamento di 4 milioni di euro (di fondi propri) sulla Sezione speciale e inoltre, in data 15 dicembre

2017, un ulteriore versamento di 4 milioni di euro (sempre di fondi propri). Per effetto di tali versamenti la dotazione complessiva della Sezione speciale risulta pari a 38 milioni di euro. Una quota pari al 50% della dotazione della Sezione speciale è riservata alle imprese femminili start up.

- Protocollo d'intesa per lo sviluppo e la crescita dell'imprenditorialità e dell'auto-impiego femminili

Il protocollo d'impresa prevede un piano a sostegno dell'accesso al credito concordato con l'Associazione Bancaria Italiana (ABI) e altre associazioni di categoria. Il Protocollo, sottoscritto in data 4 giugno 2014, prevede un piano di interventi a sostegno dell'accesso al credito per le oltre 1.400.000 imprese a prevalente partecipazione femminile e per le lavoratrici autonome. In data 16 febbraio 2016 si è concluso l'iter per la firma dell'Atto di proroga del Protocollo che ha esteso per ulteriori due anni, ossia fino 31 dicembre 2017, la validità del Protocollo. Il Protocollo ha registrato l'adesione di numerose banche e intermediari finanziari che, conseguentemente, assumeranno una serie di impegni per favorire l'accesso al credito delle imprese femminili.

Anche, a livello regionale la Commissione Pari Opportunità della Regione Marche ha un portale specifico contenente tutta la normativa UE, nazionale e regionale in materia, nonché segnalazione di bandi di finanziamento. Le Camere di Commercio a livello regionale si sono attivate con strumenti ad hoc per il supporto dell'imprenditorialità femminile. Da evidenziare il "Bando Impronta d'Impresa Innovativa" attivo dal 2004 promosso dalla Camera di Commercio di Ancona. Il concorso premia le imprese femminili che si sono distinte per aver sviluppato progetti aziendali innovativi con l'erogazione di premi in denaro. Il premio si differenzia tra Premio "Turismo, Cultura e Sostenibilità" (innovatività dal punto di vista del contributo offerto allo sviluppo e promozione del turismo, alla valorizzazione del patrimonio culturale ed ambientale e allo sviluppo sostenibile dell'economia e del territorio) e Premio "Impresa Digitale" (innovatività rispetto all'uso di strumenti digitali e/o di tecnologie abilitanti Impresa 4.0).

Allargando i confini regionali, la Camera di Commercio di Ancona fa parte e partecipa attivamente al Congresso e del Forum delle imprese femminili dell'Adriatico e dello Ionio, che ha lo scopo di promuovere e sviluppare l'imprenditoria femminile, la costituzione di una rete istituzionale delle associazioni e delle imprese femminili, la mappatura del territorio attraverso un'analisi quantitativa del fenomeno imprenditoriale femminile e la diffusione di buone prassi.

La camera di commercio di Macerata organizza il "Premio Impresa Donna" con l'obiettivo di diffondere la cultura di impresa tra le donne, riconoscere e valorizzare le potenzialità delle imprese femminili del territorio maceratese. La 17esima edizione del premio si concluderà a Settembre 2018. La Camera di Commercio di Pesaro Urbino da 11 anni organizza il "Premio Valore Donna International", riconoscimento che viene attribuito alle imprenditrici che si sono distinte per la loro attività nei mercati internazionali. E' un premio di visibilità e promozione, anche attraverso un video, dell'impresa e dei risultati raggiunti. La camera di commercio di Fermo e il Comitato per l'imprenditorialità femminile nel 2017 ha bandito un concorso a premio sul tema "Madre Terra Bio", per premiare la sensibilità delle donne imprenditrici della sostenibilità ambientale nel settore agricolo. Il comitato per l'imprenditorialità femminile della Camera di Commercio di Ascoli Piceno da circa 2 anni non si è più riunito e quindi al momento non ci sono iniziative a supporto dell'imprenditorialità femminile.

Un'altra iniziativa da evidenziare a livello regionale è il "Corso di formazione per donne imprenditrici e libere professioniste in attività o potenziali" che si svolgerà da maggio a luglio

2018. Un corso completamente gratuito che nasce dalla collaborazione tra la Commissione Pari Opportunità della Regione Marche, l'Istao e le Camere di Commercio Marchigiane al fine di creare o migliorare i modelli di lavoro, coniugando la vita lavorativa con quella familiare. Il corso mira a fornire alle donne imprenditrici o aspiranti tali, le competenze necessarie per iniziare o riqualificare la loro attività creando modelli di business innovativi ad alto valore aggiunto.

4.5. Alcune riflessioni conclusive

Il ruolo delle donne nell'economia di un paese è diventato un tema di grande interesse per studiosi e policy maker, in quanto è considerato una delle leve per dare un sostegno allo sviluppo economico, e renderlo più equo e sostenibile. Sostenere le donne nell'avviare e far crescere un'impresa, rappresenta, in questo momento storico, un ambito strategico di intervento per diminuire la disoccupazione, promuovere la coesione sociale e incentivare la competitività del sistema produttivo.

Il rafforzamento del fenomeno dell'imprenditorialità femminile passa attraverso un deciso investimento in tre ambiti di intervento: l'istruzione e la formazione imprenditoriale; la creazione di un ecosistema imprenditoriale favorevole nei confronti delle donne (a esempio per l'accesso ai finanziamenti); la promozione di una visione più equa, inclusiva e socialmente utile della cultura d'impresa. Dall'analisi degli strumenti a supporto dell'imprenditorialità femminile si evince come questi fanno riferimento a due principali ambiti: da un lato, quelli diretti all'incentivazione e al sostegno della nascita ed dello sviluppo d'impresa; dall'altro quelli finalizzati a favorire la "conciliazione vita-lavoro" che condiziona fortemente la capacità delle donne di avviare un'impresa.

A livello nazionale si osserva una maggiore sistematicità nella programmazione di questi strumenti, mentre a livello regionale non vi è una programmazione di interventi integrata e sistematica. A livello regionale sono più diffusi e strutturati gli interventi formativi o di *empowerment* finalizzati a trasferire le competenze e le conoscenze necessarie ad avviare un'impresa o a consolidarla sul mercato. Sono carenti gli interventi di accompagnamento e di tutoraggio che hanno l'obiettivo di affiancare le donne imprenditrici nello sviluppo e nel consolidamento imprenditoriale.

C'è l'esigenza a livello regionale di dare sistematicità alla promozione di interventi e di programmi per lo sviluppo dell'imprenditoria femminile in modo da facilitare il passaggio delle informazioni e dare maggiore efficacia alle azioni promosse sul territorio. E' importante, tuttavia, che l'attività di coordinamento non si riduca ad una distribuzione di compiti, ma consenta anche di proporre nuovi interventi, misure coordinate e complementari.

In questa ottica, è essenziale innanzi tutto avviare una più estesa attività di ricerca con l'obiettivo di comprendere e a approfondire il fenomeno dell'imprenditoria femminile, analizzare le cause di successo e di fallimento delle imprese femminili, valutarne l'andamento nel tempo, analizzare le caratteristiche e le specificità. Una migliore conoscenza di questi aspetti è fondamentale al fine di prevedere strumenti di sostegno efficaci e misure specifiche per incentivare la creazione di nuove imprese da parte delle donne.

Tra questi strumenti e misure ci possono essere le azioni di orientamento che mirano a analizzare le condizioni di partenza di un percorso di impresa, fino ad arrivare all'analisi tecnica dell'idea e del progetto imprenditoriale. L'attività di orientamento, in questo senso, individua gli elementi di debolezza e di forza del progetto imprenditoriale e da suggerimenti utili per proseguire nella scelta di avviare una nuova impresa. Un'altra forma di sostegno può riguardare

interventi formativi o di *empowerment* delle donne finalizzati a trasferire le competenze e le conoscenze necessarie ad avviare un'impresa o a farla crescere sul mercato. Tendenzialmente questi interventi formativi dovrebbero essere non solo teorici ma anche pratici. Affinché un programma di supporto all'imprenditorialità funzioni, è indispensabile prevedere forme agevolate di accesso al credito. Ciò è possibile per esempio mettendo a disposizione fondi a tasso agevolato o a fondo perduto per l'avvio di impresa, ma anche rendendo semplice l'accesso a servizi bancari quali finanziamenti, anticipi su crediti commerciali, garanzia per prestiti, mutui a tassi agevolati, leasing per acquisire macchinari nel momento di avvio di attività, etc. Nell'ambito dei programmi di sostegno all'imprenditorialità femminile è importante prevedere misure tese a facilitare la conciliazione lavoro/famiglia come il potenziamento di servizi di cura familiare (infanzia, anziani, ecc.).

Da ultimo, ma non di minore importanza, andrebbe migliorata la percezione del ruolo sociale dell'impresa, in particolare dell'impresa femminile. Ciò può essere attuato attraverso programmi orientati a promuovere una cultura imprenditoriale positiva e inclusiva; organizzando momenti formativi presso le scuole superiori o le università dove vengano invitate a parlare donne imprenditrici, o la realizzazione di seminari di confronto e di sensibilizzazione sulle tematiche relative alla promozione di impresa e alle difficoltà che incontrano le donne nell'avviare una impresa, ma anche le opportunità che una tale scelta può riservare.

Riferimenti bibliografici

- Andersson M.; Koster S. (2011). Sources of persistence in regional start-up rates– evidence from sweden. *Journal of Economic Geography*, **11**, 179–201.
- Baldwin J. R.; Gellatly G. (1998). Are there high-tech industries or only high-tech firms? evidence from new technology-based firms. *statistics Canada Working Paper*, **120**.
- Brighetti G.; Lucarelli C. (2013). Does gender influence risk attitude and ambiguity aversion? when psycho –physiological measurements contradict social beliefs. Reshaping research on Innovation and gender issues: Is innovation gendered?, Grenoble.
- Brush C. (1990). Women and enterprise creation: Barriers and opportunities. In Gould, S. and Parzen, J. (eds) *Enterprising Women: Local Initiatives for Job Creation*, Paris, OECD.
- Carter N. M.; Allen K. R. (1997). Size determinants of women-owned businesses: Choice or barriers to resources? *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, **9**, 211–220.
- Carter S.; Shaw E.; Lam W.; Wilson F. (2007). Gender, entrepreneurship, and bank lending: The criteria and processes used by bank loan officers in assessing applications'. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, **31**, 95–102.
- Coleman S. (2007). The role of human and financial capital in the profitability and growth of women-owned small firms. *Journal of Small Business Management*, **45**, 303–319.
- Colombo M. G.; Grilli L. (2005). Founders' human capital and the growth of new technology-based firms: A competence-based view. *Research Policy*, **34**, 795–816.
- Dawson J.; Kersley R.; Natella S. (2016). The cs gender 3000: The reward for change. Credit Suisse Research Institute.
- Entrialgo M.; Fernandez E.; Vazquez C. (2000). Characteristics of managers as determinants of entrepreneurial orientation: Some spanish evidence. *Enterprise and Innovation Management Studies*, **1**, 187–205.
- Ezzedeen S. R.; Zikic J. (2012). Entrepreneurial experiences of women in canadian high technology. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, **4**(3).
- Fritsch M.; Mueller P. (2007a). The effect of new business formation on regional development over time: The case of germany. *Small Business Economics*, **30**, 15–29.
- Fritsch M.; Mueller P. (2007b). The persistence of regional new business formation-activity over time – assessing the potential of policy promotion programs. *Journal of Evolutionary Economics*, **17**, 299–315.
- Gatewood E.; Brush C. G.; Carter N. M.; Greene P. G.; Hart M. M. (2009). Diana: A symbol of women entrepreneurs' hunt for knowledge, money, and the rewards of entrepreneurship'. *Small Business Economics*, **32**, 129–144.
- Greene P.; Brush C.; Hart M.; Saporito P. (2001). Patterns of venture capital funding: Is gender a factor? *Venture Capital*, **3**, 63–83.

- Harada N. (2003). Who succeeds as an entrepreneur? an analysis of the post-entry performance of new firms in japan. *Japan and the World Economy*, **15**, 211–222.
- Hup A.; Richardson P. (1997). Business ownership as an economic option for middleincome educated urban women in bangladesh. In *Frontiers of Entrepreneurship, Research*, Wellesley, MA, Babson College.
- Iacobucci D.; Micozzi A. (2015). How to evaluate the impact of academic spin-offs on local development: An empirical analysis of the italian case. *Journal of technology transfer*, **40**, 434–452.
- Iacobucci D.; Micozzi A.; Micucci G. (2003). Gli spin-off universitari in italia: Un quadro del fenomeno e un'analisi della governance e della performance. *L'industria. Rivista di economia e politica industriale*, **34**, 761–784.
- Kelley D. J.; Baumer B. S.; Brush C.; Greene P. G.; Mahdavi M.; Majbouri M.; Cole M.; Dean M.; Heavlow R. (2017). Women's entrepreneurship 2016/2017 report. Global Entrepreneurship Monitor .
- Micozzi A.; Lucarelli C. (2016). Heterogeneity in entrepreneurial intent: The role of gender across countries'. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, **8**.
- Muffatto M.; Garengo P.; Iacobucci D.; A. M.; Sheriff M.; Saaed S. (2015). Global entrepreneurship monitor italia 2014. Global Entrepreneurship Monitor.
- Rosa P.; Hamilton D. (1994). Gender and ownership in uk small firms. *Entrepreneurship theory and practice*, **18**, 11–27.
- Verheul I.; Stel A. V.; Thurik R. (2006). Explaining female and male entrepreneurship at the country level. *Entrepreneurship Regional Development*, **18**, 151–183.
- Watkins J. M.; Watkins D. S. (1986). The female entrepreneur: Her background and determinants of business chaos; some british data In *The Survival of the Small Firm Vol. 1: The Economics of Survival and Entrepreneurship*. A cura di Curran, J. S. J., Watkins D. Aldershot, Gower Publishing.

A. Appendice

Settori Ateco compresi nel manifatturiero high e medium-tech e nei servizi ad alto contenuto di conoscenza

Ateco 2007	Descrizione
20	Fabbricazione di prodotti chimici
21	Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici
26	Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e di orologi
27	Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche
28	Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca
29	Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi
30	Fabbricazione di altri mezzi di trasporto
50	Trasporto marittimo e per vie d'acqua
51	Trasporto aereo
58	Attività editoriali
59	Produzione cinematografica, programmi televisivi, registrazioni musicali e sonore
60	Attività di programmazione e trasmissione
61	Telecomunicazioni
62	Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse
63	Attività dei servizi d'informazione e altri servizi informatici
64	Attività di servizi finanziari (escluse le assicurazioni e i fondi pensione)
65	Assicurazioni, riassicurazioni e fondi pensione
66	Attività ausiliarie dei servizi finanziari e delle attività assicurative
69	Attività legali e contabilità
70	Attività di direzione aziendale e di consulenza gestionale
71	Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi ed analisi tecniche
72	Ricerca scientifica e sviluppo
73	Pubblicità e ricerche di mercato
74	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche
75	Servizi veterinari
78	Attività di ricerca, selezione, fornitura di personale
80	Servizi di vigilanza e investigazione
82	Attività di supporto per le funzioni d'ufficio e altri servizi di supporto alle imprese
85	Istruzione
86	Assistenza sanitaria
87	Servizi di assistenza sociale residenziale
88	Assistenza sociale non residenziale
90	Attività creative, artistiche e di intrattenimento
91	Attività di biblioteche, archivi, musei ed altre attività culturali
92	Attività riguardanti le lotterie, le scommesse, le case da gioco
93	Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento

Rapporto sull'imprenditorialità nelle Marche: Anno 2017

D. Iacobucci, Università Politecnica delle Marche
A. Micozzi, Università Politecnica delle Marche
F. Micozzi, Università Politecnica delle Marche

Abstract

JEL Classification: *L25; L60*

Keywords: *Firm performance; Industry studies; Marche region (Italy).*