

Al Salone Franchising Milano protagonista l'imprenditoria femminile

Il Franchising può essere una risposta all'esigenza di inserire più donne nel mondo dell'imprenditoria e far emergere nuovi talenti. L'impresa in franchising è donna: lo dicono i dati, ma soprattutto lo dicono le imprenditrici che oggi hanno dato la loro testimonianza a **Salone Franchising Milano**, l'evento dedicato al franchising e al retail in programma fino a domani **all'Allianz-Mico**. Secondo l'Ufficio Studi Confesercenti il totale nazionale delle imprese a giugno 2023 su giugno 2022 ha subito una lieve flessione, senza distinzione tra femminili e maschili: erano 5.996.675 a livello nazionale al 30 giugno 2023 e 6.070.620 al 30 giugno 2022. Le imprese femminili seguono lo stesso andamento: 1.332.119 al 30 giugno 2023 rispetto alle 1.344.993 unità dello stesso periodo dell'anno precedente. Per quanto riguarda il tasso di femminilizzazione nel 2022 le imprese a titolarità femminile sono il 27% (erano il 26% nel 2011). Rispetto a questo scenario, il franchising cambia passo, almeno per quanto riguarda il rapporto tra numero di franchisee donne e uomini. Secondo il Rapporto Assofranchising Italia 2023 Strutture, Tendenze e Scenari curato dal Centro Studi di Nomisma, infatti, se nel 2022 i franchisee continuano ad essere in maggioranza figure maschili, è anche vero che è aumentata di 1 punto percentuale la quota rosa, che oggi arriva ben al 43%. Ma cosa si intende per impresa femminile? La definizione di impresa femminile si riferisce a società cooperative o società di persone con almeno il 60% di donne socie; a società di capitali le cui quote e componenti degli organi di amministrazione siano per almeno i due terzi donne; alle imprese individuali con titolare donna; alle lavoratrici autonome. Durante l'incontro al Salone è emerso che è ancora necessario confrontarsi sul tema dell'imprenditorialità femminile. Sono per fortuna lontani i temi in cui le donne, per confrontarsi con la maggioranza di imprenditori maschi dovevano indossare tailleur e pantaloni, ma è ancora difficile per le imprenditrici raccontare il proprio mondo ed essere credibili davanti a una cultura che ancora è a maggioranza maschile. Chiave di volta per emergere senza senso di inferiorità è la formazione e l'informazione, che permettono alle donne di entrare in contatto con nuove opportunità e mettere a disposizione il loro talento per farsi strada. Il merito è l'altra grande variabile che permette alle donne di distinguersi. Più il contesto è meritocratico, maggiore è l'opportunità per le imprenditrici di crescere e superare in molti contesti, sia per quantità che per qualità. Molte sono le iniziative che stanno nascendo per incoraggiare l'imprenditorialità femminile, dal PNRR a bandi specificamente finalizzati a questo settore, che vanno regolarmente esauriti, a testimonianza della grande partecipazione delle donne alle opportunità che possono favorirle. Al Salone si sono confrontate: Barbara Quaresmini, Licence Partner Engel&Völkers e Presidente, Impresa Donna; Magdalena Neuman, Field Service Director Regione Nord, McDonalds Italia; Rana Edwards, Co-Founder & VP, I Love Pokè; Maria Luisa Castiglioni, Comitato Direttivo, UBRI. Horecanews.it informa ogni giorno i propri lettori su notizie, indagini e ricerche legate alla ristorazione, piatti tipici, ingredienti, ricette, consigli e iniziative degli chef e barman, eventi Horeca e Foodservice, con il coinvolgimento e la collaborazione delle aziende e dei protagonisti che fanno parte dei settori pasticceria, gelateria, pizzeria, caffè, ospitalità, food e beverage, mixology e cocktail, food delivery, offerte di lavoro, marketing, premi e riconoscimenti, distribuzione Horeca, Catering, retail e tanto altro!

