

STARTUP INNOVATIVE AL FEMMINILE: L'OPPORTUNITÀ PER UNA NUOVA DEFINIZIONE DI LEADERSHIP.

DOI: 10.7413/18281567264

di Alessandro Maria Buzzi

Università degli Studi dell'Insubria, Varese e Como

Women-led innovative startups: the opportunity for a new definition of leadership.

Abstract

Innovative startups are an integral part of the global entrepreneurship. Male and female entrepreneurs who decide to start a business project, realizing their ideas in innovative and uncertain contexts, are driven by similar motivation and incentives, but they show differences in the ambitions, personal characteristics and in the management of power. This article builds a theoretical framework, in order to analyze, first of all, on a social and psychological level, which gender affinities and divergences are connected to the launch and development of an innovative startup. The article aims to overcome the vision of leadership focused exclusively on the contrast between men and women, in order to achieve a new perspective of leadership, constituted by value and intersubjectivity as a precondition of male and female identities, in order to build social and professional contexts characterized by participation and cooperation, in a fruitful and constructive dialogue between men and women.

Keywords: Imprenditorialità femminile, startup innovative, leadership, parità di genere, incentivi.

Introduzione

Fare impresa è un'arte complessa, per di più se inserita nella geopolitica odierna. Fare impresa al femminile, è ancora più complesso.

L'imprenditoria femminile fa ancora molta fatica ad emergere. Il Financial Times (2019) riporta che il 98% dei finanziamenti del venture capital sono destinati a realtà esclusivamente maschili. Il portale specializzato Venturebeat.com registra dati molto negativi, con solo il 15% di donne fondatrici di startup innovative nel mondo. La situazione europea registra una percentuale bassissima, del 12.6%, posizionandosi al penultimo posto della classifica di Venturebeat. La situazione italiana mostra che le imprese guidate da donne sono solo una su 5 (il 22.2%) e che le startup innovative con una fondatrice donna sono poco più di una su 10 (il 12.6%)¹.

Il sogno di molte persone è quello di raggiungere il successo attraverso un'attività propria, nonché di trasformare un'idea di business astratta in un prodotto o un servizio che abbia un impatto sul mercato. Chi decide di intraprendere un percorso imprenditoriale deve essere consapevole della serie di sfide e responsabilità che può incontrare sul suo cammino, oltre al grande numero di opportunità e di incentivi per sostenere il suo sogno. Il rischio, e l'incertezza che ne consegue, non sono elementi completamente negativi quando si opera in un contesto innovativo. Lo stesso Eric Ries, autore di *The Lean Startup*² un libro molto apprezzato dagli imprenditori e dalle imprenditrici del mondo di oggi, definisce la "startup":

Un'organizzazione dedicata alla creazione di un prodotto o di un servizio, in condizioni di estrema incertezza³.

L'incertezza guida il desiderio di creare qualcosa che ancora non esiste: un nuovo prodotto, un nuovo modello di business, un nuovo mercato, oppure, l'innovazione di un settore già esistente. In questa situazione le *soft skills* sono indispensabili per trasformare l'idea in qualcosa di concreto, nonostante la mancanza di un contesto sicuro e stabile.

Gli stereotipi e i condizionamenti dettati da culture e società, portano a pensare che, in una situazione di incertezza, uomini e donne reagiscano in maniera completamente opposta. Sono stati condotti studi

¹ Quinto Rapporto nazionale sull'imprenditoria femminile, Unioncamere in collaborazione con Centro Studi Tagliacarne e SiCamera, disponibile su https://www.tagliacarne.it/files/220727/imprenditoria_femminile_report_sintesi.pdf.

² E. Ries, *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*, Crown Currency, Hoofddorp 2011.

³ *Ibidem*.

a riguardo,⁴ dimostrando che le donne sono molto avverse al rischio rispetto agli uomini. La tesi che sostiene quest'affermazione è riconducibile alle imprese fondate da donne, che prediligono una crescita lenta e stabile e difficilmente trovano appetibile, l'idea di fondare un business in condizione di incertezza o competizione. L'uomo, al contrario, investe in progetti innovativi in condizioni di rischio, predilige la crescita rapida, con la possibilità di raggiungere elevato successo.

Il punto di partenza dell'elaborato riguarda il confronto tra imprenditori e imprenditrici per comprendere se le loro ambizioni e motivazioni differiscano in base al genere. L'analisi è utile a trasmettere al lettore l'immediata consapevolezza che quello che sminuisce l'imprenditorialità femminile, riducendo nelle donne l'ambizione della leadership, è la serie di aspettative e ruoli di genere dettati dalla società. La rimozione di stereotipi e credenze socialmente condivise è il primo passo per una leadership costruita sui valori umani, indipendente dal sesso di appartenenza, che renda appetibile, agli occhi degli investitori, un progetto di business innovativo a prescindere dal sesso del fondatore, e allo stesso tempo, consenta ai membri di un'azienda di vivere una cultura aziendale armoniosa e collaborativa. L'elaborato include un paragrafo dedicato agli incentivi statali attualmente disponibili sul territorio italiano e le conseguenze percepibili sul piano della formazione delle discipline STEM una volta rimossi i pregiudizi di genere.

Startup e Startup Innovativa

Startup Geeks (2024), uno dei più famosi incubatori d'Italia, definisce la startup:

Un'impresa ad alto tasso innovativo che vuole risolvere un problema che prima non aveva soluzione⁵.

⁴ Cfr. Eckel, Catherine C. & Grossman, Philip J., 2008. "[Men, Women and Risk Aversion: Experimental Evidence](#)," [Handbook of Experimental Economics Results](#), in: Charles R. Plott & Vernon L. Smith (ed.), [Handbook of Experimental Economics Results](#), edition 1, volume 1, chapter 113, pages 1061-1073, Elsevier.

⁵ Startup Geeks, 2004 <https://www.startupgeeks.it/startup/>

Steve Blank⁶, imprenditore e docente di imprenditorialità presso l'Università di Stanford, distingue con chiarezza le differenze esistenti tra startup e un'impresa:

La startup è un'organizzazione temporanea, e, proprio perchè crea qualcosa di nuovo, deve trovare un business model scalabile, ovvero, la struttura complessiva di un business che permetta la crescita e l'espansione sul mercato. Deve inoltre essere ripetibile, cioè, applicabile a diversi mercati e prodotti⁷.

Dal contributo di Steve Blank è possibile individuare le caratteristiche che una startup deve necessariamente possedere per essere definita tale:

1. Innovazione: le startup nascono per portare innovazione a un prodotto, un servizio, un settore intero o un mercato. Sono imprese che desiderano soddisfare un bisogno non ancora soddisfatto o non ancora evidente, in modo innovativo e rivoluzionario;
2. Scalabilità: le startup hanno un business model scalabile, ovvero, in grado di svilupparsi in modo esponenziale, mediante l'utilizzo di un basso e limitato numero di risorse;
3. Replicabilità del business model: il modello di business è estremamente importante nella nascita e nello sviluppo di una startup, difatti, deve essere flessibile, tale da poter adattarsi ai cambiamenti nel tempo e nei diversi territori geografici.

Oltre a queste caratteristiche, è importante che l'imprenditore o l'imprenditrice comprenda in anticipo se l'idea che ha in mente abbia o no le potenzialità per raggiungere, conquistare e scalare il mercato. Il Decreto Legge n.179 del 2012, ha introdotto la definizione di Startup Innovativa, definendola un'impresa giovane, ad alto contenuto tecnologico e dotata di forti potenzialità di crescita.

Seguendo la normativa, è possibile individuare i requisiti oggettivi di una startup di questa tipologia:

1. È un'impresa nuova, o comunque, costituita da non più di cinque anni;

⁶ S. Blank, What's a startup? First Principles, 2010, tratto da Steve Blank: <http://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>.

⁷ *Ibidem*.

2. È un'impresa situata in Italia o in un altro paese dello spazio economico europeo, ma la sede produttiva, o filiale, deve essere in Italia;
3. Ha un fatturato annuo inferiore a 5 milioni di euro;
4. Non è quotata in un mercato regolamentato o in una piattaforma multilaterale di negoziazione;
5. Non distribuisce e non ha distribuito utili;
6. Ha come oggetto sociale esclusivo o prevalente lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di un prodotto o servizio ad alto valore tecnologico;
7. Non è risultato di fusione, scissione o cessione di ramo d'azienda.

Al fine di essere considerata innovativa, la startup deve obbligatoriamente rispettare almeno uno dei seguenti requisiti soggettivi:

- Il sostegno di spese in Ricerca e Sviluppo, pari, almeno, al 15% del maggiore valore tra costo e valore totale della produzione;
- La presenza di un personale altamente qualificato, con almeno 1/3 di dottori di ricerca, o dottorandi o ricercatori, oppure almeno 2/3 di dipendenti in possesso di laurea magistrale;
- Il requisito di impresa come titolare, depositaria o licenziataria di almeno un brevetto registrato oppure titolare di un software registrato.

Imprenditori e imprenditrici a confronto: motivazione e drivers per l'avvio di una startup innovativa

Secondo il Report di WISER⁸, acronimo di Women in India's Startup Ecosystem Report, la motivazione e le ambizioni per la creazione e lo sviluppo di un progetto di business innovativo non esercita differenze tra imprenditori e imprenditrici. Nello specifico, le ambizioni più comuni, ricavate nell'ultimo Report, sono:

- Una crescita rapida nell'avanzamento di carriera (pari al 62% per gli uomini e al 61% per le donne);

⁸ WISER, *Women in India's Startup Ecosystem Report, India's first and largest collaborative report on women in startups*, 2023, consultabile in https://ifmrlead.org/wp-content/uploads/2023/10/Women-in-India-s-Startup-Ecosystem-Report-WISER_October_2023.pdf

- L'apprendimento accelerato (AL-Accelerated Learning), che si basa sull'idea che la conoscenza non sia qualcosa che deve essere assorbito dallo studente, ma, al contrario, qualcosa che lo studente deve attivamente creare e costruire. (Pari al 55% per gli uomini e al 50% per le donne);
- Il senso di proprietà (pari al 34% per entrambi i sessi);
- L'innovazione (pari al 34% per le donne e al 26% per gli uomini);
- La creazione di benessere economico (pari al 24% per gli uomini e al 23% per le donne).

Trattandosi di una tematica molto discussa nella realtà odierna, non mancano le antitesi che capovolgono l'idea che le motivazioni e le ambizioni alla base di un progetto di business innovativo coincidano per uomini e donne.

Nel 2018, è stato svolto uno studio molto interessante e approfondito sulle ragioni – i cosiddetti *drivers* – che orientano uomini e donne alla creazione e allo sviluppo di una startup. La ricerca di Carranza, Dhakal e Love⁹ ha categorizzato le differenze in quattro settori specifici:

1. La motivazione alla base della carriera da leader: Nel mondo imprenditoriale, gli uomini sono motivati dal raggiungimento del successo, dall'amore per la competizione e per la vittoria, dall'appagamento sul piano del benessere economico, personale e sociale. Le donne, invece, percepiscono il desiderio di crescita in attività significative e sono stimolate dall'acquisizione di maggiore autonomia e indipendenza. Baxter (2012) sostiene che solo le donne altamente qualificate hanno raggiunto esiti soddisfacenti nella crescita di carriera, svolgendo le professioni più ambite e distruggendo il “glass ceiling” (il soffitto di vetro) costruito dalla società.
2. Obiettivi e aspirazioni di crescita: Le imprese femminili ambiscono al successo attraverso una crescita lenta e costante, i cui costi e benefici attesi sono minuziosamente calcolati. Esistono inoltre criteri e limiti di crescita massima per l'azienda innovativa. Diversamente, le imprese maschili, hanno come obiettivo la crescita più rapida e più espansiva¹⁰.

⁹ E. Carranza, C. Dhakal, I. Love, "[Female Entrepreneurs: How and Why are they different?](#)," in *Jobs Group Papers, Notes, and Guides* 30633575, The World Bank 2018.

¹⁰ T. S. Manolova, N. M. Carter, I. M. Manev, B. S. Gyoshev, “The Differential Effect of Men and Women Entrepreneurs in Human Capital and Networking on Growth Expectancies in Bulgaria”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2018.

3. Predisposizione o avversione al rischio: molti studi dimostrano che le donne sono più avverse al rischio rispetto agli uomini¹¹. L'avversione al rischio conduce le imprenditrici a preferire una crescita più lenta, a perseguire la sicurezza e la stabilità nella gestione di un'impresa, spesso diversificando le attività imprenditoriali. Gli uomini, invece, sono più propensi al rischio, capaci di investire in un progetto innovativo in condizioni di incertezza, il quale può volgersi in una crescita molto rapida.
4. Gestione del potere e caratteristiche personali: il potere viene gestito in maniera diversa tra gli uomini e donne. Le donne tendono a focalizzarsi maggiormente sulla costruzione del consenso e sul benessere dei dipendenti¹² mentre gli uomini tendono a usufruire del ruolo di potere, affiancando la leadership a comportamenti di gerarchia e competizione. Gli uomini ambiscono alle posizioni di potere, alla competizione, mostrandosi determinati e dominanti. Infatti, le performance degli uomini aumentano in un ambiente estremamente competitivo, mentre, per le donne, accade l'opposto¹³.

Anche la definizione di successo varia in base al genere. Per le donne, "avere successo", significa svolgere professioni soddisfacenti e garantire la costruzione di rapporti duraturi con altre persone sul piano aziendale. Per gli uomini, invece, il successo si dimostra principalmente con il raggiungimento di obiettivi professionali¹⁴. Sostanzialmente, la profittabilità (a livello finanziario) e la serie di benefici economici acquisibili dall'attività di leader, sono meno importanti per le donne.

Un tratto tipico della personalità femminile è l'importanza attribuita alle responsabilità familiari: gestire una startup innovativa è sicuramente un'attività che insegna l'autonomia e la flessibilità, ma, nel contempo, le donne attribuiscono un alto valore al tempo trascorso con i loro figli¹⁵ e, più in

¹¹ *Ibidem*.

¹² S. Cuomo, M. Raffaglio, *Essere leader al femminile. Costruire nuovi modi di fare impresa*, EGEA, Milano 2017, p. 20.

¹³ G. Uri, A. Rustichini. 2004. "Gender and Competition at a Young Age" In *American Economic Review*, 94 (2): 377-381.

¹⁴ C. Romano, "It Looks like Men are From Mars; Women are from Venus", in *Management Review*, 1994, 83 (10): 7.

¹⁵ N. Meyer, D.F. Meyer, An econometric analysis of entrepreneurial activity, economic growth and employment: The case of the BRICS countries, in *International Journal of Economic Perspectives*, 2017, Vol 11(2): 429-441.

generale, sono impegnate in responsabilità familiari di cui la società riconosce e affida la gestione esclusivamente al loro ruolo. Nello specifico, si tratta di attività che, a causa dei condizionamenti sociali, storici e culturali, difficilmente vedono protagonista l'uomo imprenditore: l'organizzazione della casa, l'educazione e la crescita dei loro figli, la cura, e il riguardo costante per la salute personale e quella dei membri familiari¹⁶.

Rispetto agli uomini, per le donne leader è più importante la costruzione di relazioni interpersonali nell'ambiente imprenditoriale: la loro realtà, spiegano Aldrich, Reese e Dubini¹⁷ è caratterizzata da esigenze di costante connessione e dialogo con i membri del team e con i clienti, al fine di costruire forti relazioni sul piano lavorativo e creare legami tra la famiglia, il lavoro e la comunità sociale¹⁸.

Imprenditoria femminile, un modello di business innovativo e la comunicazione efficiente per il vantaggio competitivo e l'accesso a nuovi mercati

Il modello di business delle startup innovative necessita di rinnovamento costante al fine di orientare l'attività al successo. Si tratta di uno strumento concettuale, che una giovane azienda utilizza per definire e comunicare il modo in cui crea, distribuisce e raccoglie valore. Oltre alle risorse finanziarie, è indispensabile collegare tra loro le idee di ogni membro del team e trasformarle in linee guida per la proposta di valore. L'inclusività e la diversità sono due aspetti fondamentali per includere valore nel modello di business.

Ines Santos Silva, cofondatrice di Women in Tech, afferma:

Nel contesto innovativo delle startup, specie quelle dell'industria tecnologica, la diversità dei membri di un team, e la forte inclusività del gruppo, sono valori che

¹⁶ *Ibidem*.

¹⁷ A. Howard, P.R. Reese, P. Dubini, "Women on the verge of a breakthrough: networking among entrepreneurs in the United States and Italy", *Entrepreneurship & Regional Development*, 1989.

¹⁸ C. Gilligan, "Psychological Theory and Women's Development" In a *Different Voice*, 1982.

conducono inevitabilmente a grandi ritorni di business. Gli investitori sono molto attratti da questa novità¹⁹.

Secondo Demartini e Marchegiani²⁰ la forte attenzione alle relazioni personali e la capacità di fare networking sono tipiche qualità femminili che possono trasformarsi in valore aggiunto al modello di business della startup. In questo modo, il modello di business può diventare lo strumento per consentire alle imprenditrici l'accesso ai mercati e curare il fenomeno dell'allontanamento alla professione di leader, causato prevalentemente da condizionamenti sociali.

Whitney Wolfe Herd (Forbes, 2023) è un'imprenditrice di successo, una figura preziosa per le aspiranti leader. La co-fondatrice di Tinder, ha avviato, nel 2014, la sua nuova applicazione di dating e networking, Bumble.

Nel Novembre del 2023, Herd ha deciso di lasciare il posto da leader a una sua dipendente, considerando l'attuazione di un piano di successione all'interno della propria azienda. Il suo successo dipende fortemente dall'organizzazione con cui ha realizzato le sue idee di business, per poi passare allo svolgimento di qualcosa di nuovo, per contribuire in nuove posizioni imprenditoriali.

Herd spiega che il piano di successione richiede un'efficiente capacità comunicativa e tanta trasparenza, due elementi che consentono di rivolgersi ai dipendenti con professionalità e comprensione, e di costruire tempistiche chiare e piani di flusso di lavoro efficienti.

Un cambiamento di leadership può far forza sulle abilità di comunicazione, ascolto ed empatia verso i dipendenti. Sono tipicamente caratteristiche al femminile, ma un leader può trasmetterle nel proprio business indipendentemente dal suo genere di appartenenza. Una nuova leadership aziendale deve essere accolta positivamente dal team, al fine di garantire benefici interni, come la promozione dell'innovazione, l'adattabilità, la crescita sostenuta e il miglioramento del morale dei dipendenti.

A sostituire Herd è Lidiane Jones, dirigente tecnologica e CEO di Slack. Il background della nuova leader, specie per quanto riguarda lo sviluppo del prodotto e le capacità nel settore tech e nel

¹⁹ I.S. Silva, "Women in Tech", SUPERNOVAS, *The landscape of women founded scaleups and investors in Europe*, EIT Community, 2023, Funded by The European Union https://www.eitfood.eu/files/Supernovas_Dealroom_Report.pdf.

²⁰ P. Demartini, *Innovative Female-Led Startups. Do Women in Business Underperform?* Adm. Sci, 2018, 8, 70.

marketing, sarà una risorsa molto importante per Bumble. Herd non lascerà Bumble, ma svolgerà il ruolo di presidente esecutivo della startup.

La capacità di Herd di accogliere il cambiamento, e di percepire, in quanto leader, la sicurezza necessaria per occuparsi di nuovi business in condizioni di incertezza, ribalta drasticamente la letteratura condivisa socialmente e storicamente, che vede le donne avverse al rischio e alla competizione.

La nuova visione di Leadership, l'unione del maschile e del femminile per un leader ideale

I primi studi sulla leadership sono stati introdotti nella metà del Novecento. Le ricerche erano esclusivamente focalizzate sulle qualità innate delle persone, sulla base del sesso di appartenenza. Solo in un secondo momento gli studi si sono soffermati sull'ambito relazionale e contestuale.

Negli anni Novanta, nasce un nuovo approccio per definire la leadership, superando la prima visione di leader "transazionale" (la leadership che assicura il consenso mediante meccanismi di premi e ricompense) e abbracciando una nuova leadership "trasformativa".

Secondo la definizione di Bass:

La leadership trasformativa riguarda il comportamento simbolico del leader, la comunicazione verbale e non verbale, il richiamo ai valori, nonché l'insieme di elementi che innescano la motivazione dei collaboratori, l'empowerment dei gruppi di lavoro e dei singoli dipendenti, stimolandone e rafforzandone la fiducia²¹.

Il leader trasformativo ha come obiettivo una visione condivisa, considera importante l'incremento di fiducia nei suoi confronti, ma anche verso sé stessi e verso l'organizzazione, con conseguenti effetti di rafforzamento delle relazioni tra i componenti del gruppo.

Nel corso del tempo, gli studi sulla leadership hanno approfondito le diverse modalità di gestione del potere tra imprenditori e imprenditrici, presentando una leadership maschile e una femminile.

²¹ M. Bernard, "Two decades of research and development in transformational leadership", in *European journal of work and organizational psychology* 8.1 (1999): 9-32.

Si ricava che le donne sono maggiormente disponibili all'aiuto, più comprensive rispetto agli uomini. Sono più emotive, più sensibili, e fortemente partecipative alle emozioni degli altri. Gli uomini, invece, sono individui più indipendenti, competitivi, dominanti e determinati²². Le donne sono più propense al miglioramento della dimensione sociale, alla socialità e all'inclusività, mentre agli uomini è riconosciuta la maggiore propensione al pragmatismo²³.

Gli studi riportati, sminuiscono la figura femminile, ricalcando una leader dotata di empatia e comprensione, ma meno autentica e meno determinata rispetto al leader di sesso maschile. Questo accade perché siamo completamente circondati da pregiudizi sociali: la definizione di leader socialmente condivisa, accoglie caratteristiche prettamente maschili, di conseguenza, le donne che esercitano ruoli di potere, e che quindi, mostrano atteggiamenti maschili, vengono giudicate come inadatte e meno ambiziose rispetto agli uomini.

Gli stereotipi e i pregiudizi associano il potere, la forza e l'autorità alla mascolinità. La leadership femminile, secondo il pregiudizio condiviso, è quindi meno dominante, se non inefficiente, rispetto alla leadership maschile.

Bisogna superare la visione della leadership centrata sulla contrapposizione tra uomo e donna, per raggiungere una nuova prospettiva in cui si riconoscano il valore e la necessità dell'inter-soggettività, come preconditione delle identità femminili e maschili, al fine di costruire contesti sociali (e professionali) caratterizzati da partecipazione e cooperazione, in un costante e proficuo, nonché costruttivo, dialogo tra uomini e donne²⁴.

Questa nuova visione consente di valorizzare e connettere tutte le caratteristiche chiave degli uomini e delle donne, per costruire la figura del leader ideale e, nel contempo, rimuovere gli stereotipi dal mondo imprenditoriale.

²² J.T. Spence, C. Buckner, "Instrumental and Expressive Traits, Trait Stereotypes, and Sexist Attitudes: What Do They Signify?", in *Psychology of Women Quarterly*, March 2000, 24(1):44-62

²³ A.H. Eagly, L.L. Carli, "The female leadership advantage: An evaluation of the evidence", in *The leadership quarterly* 14.6 (2003): 807-834.

²⁴ E. Frazer, N. Lacey. "The politics of community: A feminist critique of the liberalcommunitarian debate", in *Cambridge Law Journal* 53 (1994): 619-619.

Il CEO di Microsoft, Satya Nadella nel suo libro *Hit Refresh*²⁵ indica l'empatia come la qualità fondamentale su cui dovrebbero lavorare gli uomini e le donne leader, al fine di introdurre la comprensione e la collaborazione nei progetti di business. L'empatia è indispensabile nel contesto delle startup innovative perché facilita e velocizza l'acquisizione di ogni processo di innovazione.

Se da un lato è necessario rimuovere i pregiudizi che vedono le donne che rivestono ruoli di potere come inadatte per le loro caratteristiche femminili, o per il ruolo di madre che ci si aspetta che ricoprano, dall'altro lato è importante non cadere nella trappola della stereotipizzazione di una leadership forzosamente femminilizzata, fondata sulla comunicazione, la cura e la cooperazione. Uomini e donne devono poter accedere egualmente ai ruoli di leadership, in base alle loro capacità e qualità, senza subire discriminazioni basate sul genere.

Le donne devono poter sentirsi libere di usufruire della propria intelligenza e delle proprie conoscenze per costruire stili e nuovi modelli di leadership che siano validi ed efficaci.

Ridurre le disuguaglianze di genere per formare gli imprenditori e le imprenditrici di domani: le conseguenze nelle discipline STEM

Nel 2022, solo il 16.6% delle donne ha conseguito una laurea nelle aree disciplinari scientifiche e tecnologiche STEM (Science, Technology, Engineering, Mathematics), contro il 34.6% degli uomini. Un importante divario di genere che riflette le sue conseguenze nel mondo del lavoro: le ragazze laureate nelle discipline STEM registrano un tasso di occupazione inferiore a quello maschile, posizionandosi con una differenza di dieci punti, rispettivamente 7,5 per le donne e 9,2 per gli uomini. (ISTAT, 2023).

Secondo lo studio condotto da EIGE (European Institute Gender Equality)²⁶ una presenza maggiore di donne nella formazione delle discipline STEM produce, inevitabilmente, un impatto positivo sulla crescita economica di tutta l'Europa. Ridurre le disuguaglianze di genere, e i conseguenti pregiudizi che sminuiscono le donne nelle discipline scientifiche, potrebbe aumentare l'occupazione

²⁵ S. Nadella, *Hit refresh*, ROI Edizioni, Milano 2018.

²⁶ EIGE, *Vantaggi economici dell'uguaglianza di genere*, 2017, consultabile in:

https://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/vantaggi_economici_delluguaglianza_di_genere_nellue_in_che_modo_luguaglianza_di_genere_nellistruzione_delle_discipline_stem_favorisce_la_crescita_economica.pdf

complessiva europea da 85.0000 a 120.000 posti di lavoro entro il 2050. L'incremento della partecipazione delle donne agli studi STEM genera un forte impatto positivo sul PIL europeo, con un aumento del PIL pro capite dell'Unione Europea dello 0,7-0,9% nel 2030. Questo risultato comporta un ulteriore miglioramento del PIL di 610-820 miliardi di euro nel 2050.

Lavorare sulla produttività nelle professioni STEM è il modo migliore per colmare anche il divario retributivo tra uomini e donne: un bacino più ampio di forza lavoro nei settori STEM garantisce un livello di retribuzione più elevato (Parlamento Europeo, 2015), permettendo alle donne di raggiungere in parte le retribuzioni dei colleghi uomini entro il 2050. Il miglioramento in ambito occupazionale stimola nelle lavoratrici l'ambizione per alti livelli di carriera e contribuisce nella riduzione del fenomeno della segregazione professionale.

A giustificare un limitato numero di donne laureate in discipline STEM è la quantità di stereotipi presenti nell'istruzione, nella scelta dei percorsi di formazione e nella mancanza di modelli di ruolo e di riferimenti per il pubblico femminile.

Incentivi statali per le Startup al femminile

Gli incentivi statali per sostenere la nascita, lo sviluppo e il consolidamento delle imprese guidate donne sono molteplici. Tra le principali misure attuate dal governo per sostenere l'occupazione e l'imprenditorialità femminile, si riconoscono:

1. Il fondo impresa femminile

Il Fondo Impresa Femminile è uno strumento che sostiene le imprese femminili italiane, di qualsiasi dimensione, attraverso contributi a fondo perduto e finanziamenti agevolati. L'incentivo, introdotto dal Ministero, si rivolge a quattro tipologie di imprese femminili:

- cooperative o società di persone con almeno il 60% di donne socie;
- società di capitale con quote e componenti degli organi di amministrazione per almeno i due terzi di donne;
- imprese individuali;
- lavoratrici autonome con partita IVA.

La misura dispone di una dotazione finanziaria pari a circa 290 milioni di euro, di cui 250 milioni di euro di risorse PNRR e 40 milioni di euro stanziati dalla legge di bilancio 2021. Tra le iniziative

proposte dal fondo, è prevista l'apertura di sportelli online e l'attivazione di pratiche azioni per l'accompagnamento, la formazione e la valorizzazione della cultura imprenditoriale delle donne.

L'agevolazione mette a disposizione un contributo a fondo perduto che varia in base alla dimensione del progetto: per progetti fino a 100 mila euro, lo strumento copre fino all'80% delle spese (o fino al 90% per donne disoccupate) entro un tetto massimo di 50 mila euro; mentre, per progetti fino a 250 mila euro, l'agevolazione copre il 50% delle spese, fino a un massimo di 125 mila euro. Al momento, a seguito dell'esaurimento delle risorse disponibili per i fondi, è stata disposta la chiusura dello sportello il 7 giugno 2022.

2. Smart&Start

È lo strumento che sostiene le startup innovative sul territorio nazionale (costituite da non più di sessanta mesi alla data di presentazione della domanda e classificabili come piccole imprese) con l'obiettivo di diffondere nuova imprenditorialità nel nostro Paese, e sostenere le politiche di trasferimento tecnologico e di valorizzazione economica. A seguito del Decreto Interministeriale del 24 Novembre 2021, sono state stanziati anche risorse del PNRR, rimodulate nel Decreto Interministeriale del 3 Ottobre 2023, pari a 10 milioni di euro destinate esclusivamente alle startup femminili.

3. Nuove imprese a tasso zero

L'incentivo ha l'obiettivo di valorizzare e sostenere la creazione e lo sviluppo di micro e piccole imprese sul territorio italiano, a prevalente, o totale, partecipazione giovanile o femminile.

La misura agevolativa si rivolge a micro e piccole imprese costituite da non più di 60 mesi alla data di presentazione della domanda di agevolazione e in cui la compagine societaria sia composta, per oltre la metà numerica dei soci e di quote di partecipazione, da soggetti di sesso femminile (e di età compresa tra i 18 e i 35 anni).

Nello specifico, le misure di sostegno assumono la forma di finanziamento agevolato a tasso zero, con durata massima di dieci anni e di contributo a fondo perduto. L'importo complessivo non deve superare il 90% della spesa ammissibile.

L'iniziativa è disciplinata nel Decreto interministeriale MiSE - MEF 4 dicembre 2020, che include la procedura di valutazione delle attività da finanziarie e ulteriori informazioni da parte del Ministero,

come, ad esempio, l'eventuale riapertura degli sportelli, o la fase di monitoraggio e la verifica del mantenimento delle agevolazioni.

Conclusioni

La disparità di genere nelle imprese innovative è ancora ostinatamente elevata. L'analisi svolta nel *paper* ha reso evidente la necessità di valorizzare la leadership al femminile, al fine di introdurre una nuova definizione di leadership, che possa tradursi in arricchimento o completamento alla figura di leader ideale, in cui il genere non venga visto come una variabile discriminatoria.

Le qualità di uomini e donne devono fondersi per consentire la visione di una sola leadership. Si tratta del primo passo per indurre gli investitori a finanziare i progetti di business innovativi senza discriminare il genere di appartenenza dell'imprenditore o dell'imprenditrice. Allo stesso tempo, la nuova visione di leadership consente di motivare le donne e stimolare le loro ambizioni, nella scelta di una carriera libera da pregiudizi e condizionamenti sociali, in cui le discipline STEM sono appetibili e accessibili senza discriminazioni di genere e facendo leva sui benefici occupazionali percepibili nel tempo.

Il documento ha messo in luce una considerazione molto importante: le caratteristiche personali individuate sul piano imprenditoriale sono sicuramente diverse tra uomini e donne, ma anche molto influenzate dal pensiero sociale e culturale, che costruisce, da sempre, una serie di ruoli e di aspettative nel comportamento e negli atteggiamenti previsti per gli uomini e per le donne.

Un'azione futura di estrema importanza è la trasmissione di consapevolezza sulle attuali misure disponibili per il sostegno delle startup innovative fondate o gestite prevalentemente dalle donne. Si richiede, inoltre, una comunicazione efficiente sugli effetti tangibili nell'occupazione femminile e nelle modalità di retribuzione salariale, a seguito di una prima riduzione degli stereotipi nell'ambito formativo e professionale. Imprenditori e imprenditrici devono poter accedere in egual misura ai ruoli e alle posizioni più alte, in base alle loro competenze, senza subire discriminazioni di genere. Le imprenditrici devono sentirsi libere di utilizzare la propria intelligenza e le proprie capacità per costruire modelli di leadership vincenti.

Limiti della ricerca

I limiti della ricerca sono perlopiù metodologici. Nello specifico, il limite riguarda un aspetto fortemente inciso nella cultura moderna: lo sradicamento dei pregiudizi cristallizzati nell'immaginario collettivo richiede un notevole impegno da parte dello Stato, delle diverse istituzioni, dall'educazione familiare e da parte della scolarizzazione. L'attuale stereotipo che limita l'accesso alle ragazze alla formazione nelle discipline STEM è diffuso nelle famiglie e nelle scuole, anche in maniera meno evidente: ad esempio, i genitori o gli insegnanti che giustificano il successo nelle materie scientifiche, attribuendolo a una qualità innata per i bambini, mentre, nelle bambine, il successo nelle discipline matematiche è giustificato con l'impegno costante e lo studio proficuo. Attualmente, è diffusa la consapevolezza sulla necessità di facilitare l'accesso femminile alle discipline STEM, per cui, sarà indispensabile svolgere nuove ricerche per analizzare gli sviluppi futuri. Dovranno essere monitorati anche gli sviluppi futuri sull'imprenditorialità femminile, soprattutto a seguito di una comunicazione efficiente degli incentivi disponibili in Italia.

Bibliografia

M. Bernard, "Two decades of research and development in transformational leadership", in *European journal of work and organizational psychology*, 8.1 (1999): 9-32.

J. Baxter, "Women of the corporation: A sociolinguistic perspective of senior women's leadership language in the U.K.", in *Journal of Sociolinguistics*, 2012, 16 (1), 81–107.

L.L. Carli, A.H. Eagly, "The female leadership advantage: An evaluation of the evidence", in *The leadership quarterly* 14.6 (2003): 807-834.

S. Cuomo, M. Raffaglio, *Essere leader al femminile. Costruire nuovi modi di fare impresa*, EGEA, Milano 2017.

P. Demartini, *Innovative Female-Led Startups. Do Women in Business Underperform?* Adm. Sci, 2018.

C. Catherine, Eckel, P.J. Grossman, "Men, women and risk aversion: Experimental evidence", in *Handbook of experimental economics results*, 2008.

E. Frazer, N. Lacey, "The politics of community: A feminist critique of the liberalcommunitarian debate", in *Cambridge Law Journal* 53, 1994.

Gazzetta Ufficiale n.21, 27 Gennaio 2021, Decreto interministeriale MiSE - MEF 4 dicembre 2020, Ridefinizione della disciplina di attuazione della misura in favore della nuova imprenditorialità giovanile e femminile di cui al titolo I, capo I, del decreto legislativo 21 aprile 2000, n. 185.

Gazzetta Ufficiale n.245, 19 Ottobre 2012, Decreto Legge n.179/2012, *Ulteriori misure urgenti per la crescita del Paese*, vigente al: 3-7-2013 Sezione IX, "Misure per la nascita e lo sviluppo di imprese start-up innovative", Art. 25.

C. Gilligan, "Psychological Theory and Women's Development" In a *Different Voice*, 1982, Cambridge, MA: Harvard University Press.

U. Gneezy, A. Rustichini, "Gender and Competition at a Young Age", in *American Economic Review*, 94, 2004.

M. Herrington, P. Kew, *Global Entrepreneurship Monitor: Global Report 2016/17*.

A. Howard, P.R. Reese, P. Dubini, "Women on the verge of a breakthrough: networking among entrepreneurs in the United States and Italy", in *Entrepreneurship & Regional Development*, 1989.

T. S.Manolova, N. M. Carter, I. M Manev, B. S. Gyoshev, "The Differential Effect of Men and Women Entrepreneurs in Human Capital and Networking on Growth Expectancies in Bulgaria", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2018.

Rimodulazione dotazione finanziaria interventi del Fondo impresa femminile e misura Smart&Start, Italia.

S. Nadella, *Hit refresh*, ROI Edizioni, Milano 2018.

Parlamento europeo, "Encouraging STEM Studies for the labour market" (Incoraggiare lo studio delle discipline STEM per il mercato del lavoro), marzo 2015.

E. Ries, *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*, Crown Currency, 2011.

C. Romano, "It Looks like Men are From Mars; Women are from Venus", in *Management Review*, 1994.

J.T. Spence, C. Buckner, "Instrumental and Expressive Traits, Trait Stereotypes, and Sexist Attitudes: What Do They Signify?", in *Psychology of Women Quarterly*, March 2000.

Sitografia

S. Blank, *What's a startup? First Principles*, 2010, tratto da Steve Blank:

<http://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>

E. Carranza, C. Dhakal, I. Love, (2018), *Female Entrepreneurs: How and Why Are They Different?*, WorldBankGroup <https://documents1.worldbank.org/curated/en/400121542883319809/pdf/Female-Entrepreneurs-How-and-Why-are-They-Different.pdf>

EIGE, Vantaggi economici dell'uguaglianza di genere, 2017

https://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/vantaggi_economici_delluguaglianza_di_genere_nellue_in_che_modo_luguaglianza_di_genere_nellistruzione_delle_discipline_stem_favorisce_la_crescita_economica.pdf

Financial Times (2019) Venture capitalists lose out by ignoring women entrepreneurs

<https://www.ft.com/content/d753fe52-289d-11e9-a5ab-ff8ef2b976c7>

Fondo impresa femminile

<https://www.mimit.gov.it/it/incentivi/fondo-a-sostegno-dell-impresafemminile>

J. Lotito, *What We Can Learn From Whitney Wolfe Herd's Bumble Transition*, Forbes, 2023,

<https://www.forbes.com/sites/jenniferlotito/2023/11/21/what-we-can-learn-from-whitney-wolfeherds-bumble-transition/>

I. S. Silva, "Women in Tech", 2023, SUPERNOVAS, *The landscape of women founded scaleups and investors in Europe*, EIT Community, Funded by The European Union

https://www.eitfood.eu/files/Supernovas_Dealroom_Report.pdf

Istat, 2023

<https://www.istat.it/it/files/2023/10/Report-livelli-di-istruzione-e-ritornioccupazionali.pdf>

Nuove imprese a tasso zero,

<https://www.mimit.gov.it/it/incentivi/misure-per-l-autoimprenditorialitanuove-imprese-a-tasso-zero>

Quinto Rapporto nazionale sull'imprenditoria femminile, Unioncamere in collaborazione con Centro Studi Tagliacarne e SiCamera)

https://www.tagliacarne.it/files/220727/imprenditoria_femminile_report_sintesi.pdf

Smart & Start. <https://www.mimit.gov.it/it/incentivi/sostegno-alle-startup-innovative-smart-start-italia>

Startup Geeks 2004 <https://www.startupgeeks.it/startup/>

Venturebeat, <https://venturebeat.com>

WISER (2023) Women in India's Startup Ecosystem Report, India's first and largest collaborative report on women in startups https://ifmrlead.org/wp-content/uploads/2023/10/Women-in-India-s-Startup-Ecosystem-Report-WISER_October_2023.pdf



Sesto San Giovanni (MI)
via Monfalcone, 17/19



**AlboVersorio
Edizioni**

& AlboVersorio Edizioni
di Ass. NonsoloSophia
nonsolosophia@gmail.com

© Metabasis.it, rivista semestrale di filosofia e comunicazione.
Autorizzazione del Tribunale di Varese n. 893 del 23/02/2006.
ISSN 1828-1567



Quest'opera è stata rilasciata sotto la licenza Creative Commons Attribuzione-NonCommerciale-NoOpereDerivate 2.5 Italy. Per leggere una copia della licenza visita il sito web <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/it/> o spedisci una lettera a Creative Commons, 559 Nathan Abbott Way, Stanford, California 94305, USA.