



Comunicato stampa

## **Covid: le donne d'impresa europee chiedono formazione sul digitale, sostegno mirato, attenzione all'occupazione femminile, adeguamento duraturo del business**

### **7 imprenditrici su 10 impreparate al digitale**

*Unioncamere oggi all'incontro di Eurochambres Women Network*

Roma, 4 marzo 2021 – In Italia come nel resto di Europa, le donne imprenditrici chiedono soprattutto quattro tipologie di intervento: formazione e sostegno per cogliere la sfida del digitale; misure di supporto mirate alle loro esigenze; maggiore attenzione all'occupazione femminile; adozione di misure che non rendano vani gli sforzi compiuti durante la pandemia ma assicurino una trasformazione duratura del business.

E' quanto emerge dal sondaggio effettuato da **Eurochambres Women Network** (il coordinamento permanente presso l'associazione delle Camere di commercio europee dedicato all'imprenditoria femminile), realizzato in 20 Paesi del Vecchio Continente. Un sondaggio al quale ha contribuito anche **Unioncamere** con il supporto della rete dei Comitati per l'imprenditorialità femminile delle Camere di commercio, presente oggi a "*Women entrepreneurship and the pandemic: challenges and solutions 1 year on*", l'incontro in corso oggi e promosso in vista della Giornata internazionale della donna.

I risultati del sondaggio, al quale hanno risposto oltre 500 imprenditrici europee, mostrano che per la metà del campione la pandemia ha avuto un impatto da forte a pesante sull'equilibrio vita/lavoro. Le donne, inoltre, si sentono impreparate al digitale e per questo vorrebbero poter accrescere le proprie competenze. Oltre il 70% delle imprese che ha risposto al questionario non aveva alcuna presenza online per la vendita di prodotti o servizi prima dell'emergenza sanitaria e il 46% si è affacciato alla "rete" proprio a causa della pandemia. Sette imprenditrici su 10 segnalano peraltro che l'emergenza ha avuto un forte impatto sulla gestione ordinaria della propria attività ma non ha inciso particolarmente sull'accesso al credito, che continua a rimanere un problema importante per le donne di impresa.

Quello che è cambiato (e sta cambiando) veramente, secondo le imprenditrici, è il modello di business, che due terzi delle imprenditrici dichiara di aver adattato alle nuove esigenze, o trasferendo online i propri affari (l'ha fatto un quarto del campione), o riorganizzando i canali di vendita (19%), oppure puntando su nuovi prodotti e servizi (20%), o ancora cercando di acquisire nuovi clienti (13%).

Salvo una quota del 16% delle imprenditrici che sostiene di non aver avuto necessità durante la pandemia di modificare il proprio modello di business puntando sul digitale e un ulteriore 23% che ha affrontato questa sfida avendo le competenze adatte a superarla,

la stragrande maggioranza si è trovata impreparata di fronte a questa evoluzione, dichiarando esplicitamente di aver intrapreso questa trasformazione con poca (52%) o addirittura nessuna (25%) competenza specifica. Cosa che ha fatto rilevare a gran voce alle imprenditrici (la segnala il 75% delle risposte) la necessità di una ulteriore formazione sulle nuove tecnologie.

Per i due terzi delle donne di impresa, l'epidemia ha determinato un cambiamento anche di visione del fare affari. Un cambiamento che non sarà temporaneo, sostengono quasi 9 imprenditrici su 10, ma che è destinato a portare alcuni mutamenti (66%) o addirittura a modificare integralmente la propria visione di business (22%).

Circa il 60% delle donne infine ha beneficiato delle misure di supporto messe a disposizione dai Governi europei, ritenute più o meno adeguate però solo nel 37% dei casi.