

IMPRESA, RISPARMIO,
INVESTIMENTI, PATRIMONIO

10 STRATEGIE PER UNA GESTIONE DI SUCCESSO AL FEMMINILE



**THE FUTURE
IS FEMALE**



LE GUIDE DI WE WEALTH.

La collana *Le Guide di We Wealth* ha l'obiettivo di rispondere ai dubbi, alle domande e alle esigenze dell'investitore finale sulle principali tendenze, problematiche e opportunità che possono emergere dalla gestione del patrimonio, privato, familiare e/o imprenditoriale.

Grazie alla profonda conoscenza del mondo del Wealth Management in tutte le sue sfaccettature – tra cui risparmio gestito, investimento in economia reale tramite start-up, venture capital o private equity, gestione del patrimonio immobiliare e artistico, ottimizzazione fiscale e passaggio generazionale – e forte di un team di giornalisti specializzati, contributors, esperti e analisti con assodate esperienze nel settore, We Wealth si propone di pubblicare una guida al mese sulle tematiche più rilevanti rivolte a tutti i potenziali investitori – neofiti, manager, imprenditori o appassionati – che cercano pareri professionali, aggiornamenti di mercato e analisi legate a rischi e opportunità del comparto in analisi. Obiettivo delle guide è offrire uno strumento sintetico a sostegno dell'investitore consapevole e informato, che gli permetta non solo di ottimizzare la propria operatività, ma anche di interagire in maniera più preparata con i diversi professionisti del settore.



SOMMARIO.

	Premessa	5
1.	Imprenditrici sul filo della diversità	7
2.	La faticosa rincorsa in "rosa" ai capitali	12
3.	Il lato gentile della legge di bilancio	17
4.	Quando c'è lei al comando, la successione è più fluida	22
5.	Dalla famiglia all'impresa. Diversità e inclusione nei family business	27
6.	Maestre nell'eludere le trappole mentali	33
7.	I vulnus della pensione <i>en rose</i>	39
8.	Il mattone conquista anche l'altra metà del cielo	45
9.	I fondi per scommettere sulla diversity	49
10.	Il conto (salato) dell'inattività femminile	55

**Il valore dell'altra
metà del cielo è stato
ulteriormente
soffocato nella
pandemia.**

Ecco da dove ripartire



PREMESSA.

Dagli incentivi per le imprenditrici ai canali preferenziali per finanziare le aziende al femminile. Dal ruolo delle donne nei family business ai benefici del passaggio generazionale "in rosa". Dall'approccio peculiare agli investimenti finanziari ai desiderata nella scelta di un immobile da acquistare. Dalle esigenze distintive sul piano previdenziale fino alla diversity come tema d'investimento. Esistono molte specificità che rendono opportuno, se non necessario, parlare di wealth management al femminile. In questa Guida dedicata alle donne – protagoniste nel business, come nella famiglia e negli investimenti - approfondiamo tutte le tematiche legate alla gestione della ricchezza, con un accento sulla diversità di genere.

**L'inclusione è un
processo che
si costruisce nel tempo
e che richiede costanza
e misure
dirompenti**





IMPRENDITRICI SUL FILO DELLA DIVERSITÀ

“Spesso l’abbandono del luogo di lavoro è legato alle esigenze di cura familiare. D’altra parte credo però che le imprenditrici abbiano anche la possibilità di scegliere che tipo di impostazione dare alla loro azienda, apportando cambiamenti che possano essere vantaggioso per sé stesse o per le donne che lavorano al loro fianco”. Claudia Tondelli, referente nazionale del gruppo Aidp inclusion e senior HR manager di Kohler

Stando agli ultimi dati raccolti da Unioncamere e InfoCamere, in Italia si contano 1,3 milioni di imprese femminili, pari al 21,98% del totale. Una percentuale lievemente in calo rispetto al 2019, ma che fotografa uno scenario ad ogni modo sconcertante. Dopo essere cresciute a un ritmo sostenuto nell'ultimo quinquennio superando addirittura la controparte maschile, il vantaggio risulta oggi praticamente azzerato. Quasi 4.000 attività sono state costrette a chiudere i battenti, di cui oltre 2.400 solo nelle regioni del Centro. E, intanto, c'è ancora una fetta di professioniste che resta fuori dal mercato del lavoro. Claudia Tondelli, referente nazionale del gruppo Aidp inclusion e senior HR manager di Kohler, spiega quali sono i pregiudizi inconsci che alimentano questo trend e cosa possono fare le imprese oggi per rendere l'ambiente di lavoro più inclusivo. Godendo anche dei relativi vantaggi.

Quali sono i principali ostacoli che le donne, in particolare le imprenditrici, incontrano lungo il loro cammino?

Le imprenditrici possono sia riscontrare delle difficoltà maggiori sia godere di facilitazioni rispetto alle donne che svolgono attività da lavoro dipendente. Quanto alle difficoltà, penso a tutte le mancanze in termini di welfare del nostro Paese. Spesso, per esempio, l'abbandono del luogo di lavoro è legato alle esigenze di cura familiare. D'altra parte credo però che le imprenditrici abbiano anche la possibilità di scegliere che tipo di impostazione dare alla loro azienda, apportando cambiamenti che possano essere vantaggiosi per sé stesse o per le donne che lavorano al loro fianco.

Quali sono i passi da compiere, le soft skill o le competenze tecniche da sviluppare per scavalcare i bias e affermarsi oggi nel mondo del lavoro?

C'è innanzitutto un tema fondamentale da affrontare: la possibilità per le bambine e le ragazze di scegliere liberamente, senza pregiudizi o retaggi culturali, ogni tipo di percorso. Oggi, infat-

1,3
milioni
 le imprese en rose

ti, registriamo una latitanza delle donne nei percorsi formativi scientifici. Credo che lavorare su questa problematica, a tutti i livelli, rappresenti un investimento imprescindibile per il futuro, perché le aiuterebbe a costruire percorsi più forti e le renderebbe meno soggette a perdite di lavoro o scarse opportunità, tanto più in momenti come quello attuale in cui moltissime ne hanno subito i contraccolpi perché presenti in settori azzerati dalla crisi. Un altro aspetto importante è la consapevolezza di sé, il fatto di non auto-sabotarsi, perché molto spesso le donne pensano di non essere all'altezza e tendono a non proporsi se non ritengono di possedere tutte le skill necessarie. Ma bisogna lavorare anche sulla cultura di riferimento, che sia l'azienda, la famiglia o la società nel suo complesso. Infine, quanto alle più giovani, credo sia importante aprire il più possibile la mente al mondo e uscire dalla propria zona di comfort. Questo aiuta a rafforzare e ad acquisire competenze non solo tecniche ma anche relazionali. E poi fare rete e individuare un buon mentore che possa supportarle.

96,3%

**La quota delle
microimprese sul totale**

Cosa può essere fatto ancora dal punto di vista normativo per sostenere la componente femminile della popolazione?

Da un punto di vista legislativo bisognerebbe lavorare innanzitutto sulla chiusura dei gap a livello retributivo, con opportunità, benefici o defiscalizzazioni per le aziende che decidono di intraprendere questo tipo di percorsi. Qualcosa che possa garantire loro dei ritorni immediati. Ma bisogna adoperarsi anche sulla parte legata alla famiglia e alla maternità, aumentando per esempio il numero di posti negli asili nido.

Cosa possono fare, invece, le imprese in termini di investimenti per rendere l'ambiente lavorativo più inclusivo?

L'inclusione non si costruisce da un giorno all'altro ma è il frutto di un processo lungo. Servono policy adeguate, come i congedi

di paternità, gli orari flessibili, lo smart working (quando è ben fatto e non tenda a marginalizzare chi ne usufruisce), ma anche riunioni strategiche fissate in orari conciliabili con il work life balance (equilibrio tra vita personale e lavoro professionale, ndr). E poi formazione, formazione, formazione. Credo che la cultura aziendale e la posizione assunta dal vertice su queste tematiche, facciano la differenza. Non dimentichiamoci che purtroppo i bias inconsci spesso portano a non vedere delle grandi opportunità. Dobbiamo lavorare per demolire gli stereotipi perché, se non lo facciamo, mancherà sempre un pezzo e il tema dell'inclusione non farà mai completamente parte della nostra cultura.

Oggi i team rischiano di avere un pensiero unico. Ma ci troviamo di fronte a delle sfide che vanno molto al di là del pensiero unico. Abbiamo bisogno di originalità, di creatività, di vedere le cose in modo diverso per poterle affrontare, per trovare soluzioni e per soddisfare anche i nostri clienti. Avere un'azienda che dia spazio alla diversità, di genere, culturale, razziale o di background, consente ai singoli individui di sentirsi più inclusi, più motivati e totalmente focalizzati sugli obiettivi che devono raggiungere. Studi specifici, infatti, rivelano che non solo le imprese ma anche i paesi che puntano sull'inclusione riportano risultati migliori. Sia in termini di turnover che di prodotto interno lordo”

L'inclusione è il frutto di un processo lungo. Servono policy adeguate, come i congedi di paternità, gli orari flessibili, lo smart working, anche riunioni strategiche fissate in orari conciliabili con il work life balance e formazione



**Il gender bias
condiziona
il modo in cui
i Venture capital
percepiscono
il valore delle startup**



2

LA FATICOSA RINCORSA IN “ROSA” AI CAPITALI

Roberta Rabellotti, docente di economia presso il dipartimento di scienze politiche e sociali dell'Università di Pavia “Possiamo trovare due spiegazioni fondamentali al fenomeno dello scarso funding alle startup femminili. La prima di carattere economico. Le imprese femminili possiedono le caratteristiche delle realtà più fragili del momento: sono piccole, poco vocate all'export e più rappresentative dei servizi colpiti dalla pandemia. La seconda motivazione è di carattere sociale: le donne sono state travolte dalle incombenze familiari, riducendo in questo modo il tempo a loro disposizione per lanciarsi in nuove realtà imprenditoriali”

A un anno dallo scoppio della crisi pandemica, il crowdfunding torna a confermarsi come l'unica forma di finanziamento nella quale le donne hanno più successo degli uomini. Ma la corsa delle imprenditrici al mercato dei capitali continua a essere irta di ostacoli. Soprattutto se si tratta di startup. Secondo Roberta Rabellotti, docente di economia presso il dipartimento di scienze politiche e sociali dell'Università di Pavia, le aziende "rosa" hanno dovuto fronteggiare negli ultimi mesi una maggiore carenza di liquidità, in termini di approvvigionamento alle forniture e di accesso al credito. Un contesto che potrebbe avere conseguenze rilevanti non solo nel brevissimo periodo, ma anche sulla crescita economica e sul prodotto interno lordo nel lungo termine. "Possiamo trovare due spiegazioni fondamentali a questo fenomeno. La prima di carattere economico. Le imprese femminili possiedono le caratteristiche delle realtà più fragili del momento. Sono tendenzialmente di piccola o micro dimensione, poco orientate alle esportazioni e maggiormente presenti nei settori più colpiti dalla crisi economica, come il turismo, i servizi alla persona e la ristorazione", spiega Rabellotti. La seconda motivazione, aggiunge, è di carattere sociale. "Le donne sono state travolte dalle incombenze familiari, riducendo in questo modo il tempo a loro disposizione per lanciarsi in nuove realtà imprenditoriali". E anche i dati relativi al venture capital lo dimostrerebbero. Secondo una recente analisi di Crunchbase, infatti, nel 2020 oltre 800 startup fondate da donne in giro per il mondo hanno raccolto 4,9 miliardi in capitale di rischio, in calo del 27% rispetto al 2019. "I motivi sono sempre gli stessi. Il venture capital finanzia nuove imprese, ma oggi si contano meno startup fondate da donne che vanno alla ricerca di capitali. Nell'ultimo anno, i settori che sono cresciuti di più sono quelli tech, tipicamente maschili. Contrariamente, come anticipato in riferimento alle imprese in generale, anche le startup femminili tendono a essere presenti

4,9

miliardi di dollari
Capitale di rischio
raccolto nel 2020 da
800 startup femminili

principalmente in settori legati al commercio o al turismo", aggiunge Rabellotti. Per non dimenticare poi una serie di problematiche strutturali, indipendenti dallo shock pandemico. In generale, spiega l'esperta, il settore della finanza è un settore prettamente maschile e i panel d'investitori di fronte ai quali le fondatrici si trovano a presentare i propri progetti sono composti quasi sempre unicamente da uomini.

"Questo genera diverse complicazioni, in primis in termini di conoscenza. Gli uomini spesso non posseggono le competenze per giudicare le prospettive di crescita di un business che non conoscono, se femminile. Inoltre, studi statunitensi mostrano come permanga anche un approccio culturale diverso". Prendendo in considerazione ancora una volta la banca dati di Crunchbase, è stata realizzata in particolare un'analisi sulla tipologia di domande che vengono sottoposte alle fondatrici e ai fondatori di startup. Per le donne, spiega l'esperta, si tratta di quesiti sulle possibili debolezze del progetto e viene richiesto loro di mostrare, con numeri alla mano, le potenzialità di crescita. Al contrario, nel caso degli uomini, viene dato per scontato che queste potenzialità esistano. "È interessante tuttavia notare che, secondo uno studio di Boston consulting group, le startup femminili sono poi quelle che rendono di più (per ogni dollaro investito si parla di 78 centesimi, contro i 36 centesimi degli uomini). Questo probabilmente perché, per riuscire a ottenere finanziamenti, devono possedere capacità in più. Nella rete, invece, passano più startup maschili, quelle buone e quelle cattive".

Certo, non tutto sembrerebbe perduto. Seppur "deboli", secondo Rabellotti stanno a iniziando a emergere alcuni tentativi di creare canali di finanziamento privilegiati per le imprese femminili. Iniziative che potrebbero essere anche maggiormente "promosse dalle banche", qualora venisse riconosciuto il ruolo delle aziende "rosa" nella crescita del sistema economico. "Si

-27%
 Il calo del funding alle
 startup femminili anno
 su anno

potrebbero immaginare forme di incentivi volte a indirizzare il risparmio verso questa categoria, in linea con il meccanismo dei piani individuali di risparmio”, propone l’esperta. Ma anche incentivare i finanziamenti pubblici, tenendo tuttavia conto a tal proposito delle attuali problematiche “burocratiche, di coordinamento e di accesso all’informazione”.

Intanto, la legge di bilancio 2021 ha istituito il Fondo a sostegno dell’impresa femminile, con una dotazione di 20 milioni di euro per il 2021 e altrettanti per il 2022, tra contributi a fondo perduto e finanziamenti a tasso zero o agevolato. E cresce l’attesa, “per il momento abbastanza disillusa” secondo Rabellotti, rispetto al Recovery plan. “Nell’ultima versione del Piano nazionale di ripresa e resilienza c’è un capitolo nel quale si parla di sostegno all’imprenditoria femminile, definito inclusione e coesione. Il problema è che il tema delle donne è considerato una questione di welfare, ma si tratta di una questione di crescita economica. È un’impostazione completamente sbagliata”, spiega l’esperta. Poi conclude: “Studi della Banca d’Italia dimostrano che la crescita dell’occupazione femminile determini una parallela crescita consistente di punti percentuali di pil. È un enorme spreco di risorse umane”.

In generale il settore della finanza è un settore prettamente maschile e i panel d’investitori di fronte ai quali le fondatrici si trovano a presentare i propri progetti sono composti quasi sempre unicamente da uomini.

**Le quote rose
non sono un atto
di galanteria, ma
uno strumento utile a
rimuovere
un'inefficienza**



3.

IL LATO GENTILE DELLA LEGGE DI BILANCIO

Dal venture capital dedicato, agli sgravi contributivi per le donne disoccupate da più di 6 mesi, fino al fondo per il sostegno della parità salariale di genere e l'assegno universale alle famiglie con figli. Ma anche estensione della paternità e l'ampliamento delle offerte di asili nido: tutte le misure per l'inclusione nella manovra 2021

La Legge di bilancio 2021 ha rivisto alcune misure introdotte nei vari decreti precedenti e ne ha inserite di nuove destinate alle imprese femminili. Le passiamo in rassegna, accennando anche alle proposte degli economisti per incentivare le startup dell'altra metà del cielo e l'inclusione della donna nella vita economica nazionale.

Venture capital (e fondo imprese) in favore delle donne

La Legge di Bilancio assegna al "Fondo di sostegno al venture capital" risorse aggiuntive pari a 3 milioni di euro per il 2021 finalizzate a sostenere investimenti nel capitale di rischio per progetti di imprenditoria femminile a elevata innovazione, che prevedono il rientro dell'investimento iniziale esclusivamente nel lungo periodo, realizzati entro i confini del territorio nazionale da società il cui capitale è detenuto in maggioranza da donne. Si demanda ad un decreto interministeriale la definizione dei criteri di selezione e di individuazione dei fondi da integrare, nonché delle modalità per l'assegnazione dei finanziamenti ai progetti imprenditoriali. È ai nastri di partenza il "Fondo a sostegno dell'impresa femminile", con una dotazione di 20 milioni di euro per ciascuno degli anni 2021 e 2022. Il fondo ha l'obiettivo di promuovere e sostenere l'avvio e il rafforzamento dell'imprenditoria femminile. Il Fondo prevede il finanziamento di iniziative imprenditoriali e di azioni di promozione dei valori dell'imprenditoria tra la popolazione femminile. Viene inoltre istituito, presso il Mise, il Comitato Impresa Donna con il compito di attualizzare le linee di indirizzo per l'utilizzo delle risorse del Fondo e formulare raccomandazioni sui temi della presenza femminile nell'impresa e nell'economia

Lavoro e donne

Sono previsti sgravi contributivi per le donne disoccupate da più di 6 mesi: al 100% per 36 mesi, per un massimo di 6.000 euro l'anno per il biennio 2021-2022. Si parla di uno stanziamento complessivo di circa 170 milioni fino al 2023. Inoltre, chi assumerà giovani sotto i 35 anni avrà i contributi integralmente pagati dallo

300
milioni di euro

**La dotazione
annua prevista per
l'ampliamento degli
asili nido**

Stato, così come per l'assunzione delle donne senza limiti di età.

Parità salariale

Nello stato di previsione del Ministero del lavoro e delle politiche sociali è istituito il fondo per il sostegno della parità salariale di genere, con una dotazione di 2 milioni di euro annui a partire dal 2022. Il fondo è destinato alla copertura finanziaria di interventi finalizzati al sostegno e al riconoscimento del valore sociale ed economico della parità salariale di genere e delle pari opportunità sui luoghi di lavoro.

Assegno universale

È stato previsto un sostegno universale fino a 2.500 euro l'anno per una famiglia con un figlio. La misura partirà il primo luglio 2021. Il sussidio è destinato a tutte quelle famiglie con figli fino a 21 anni, ed è concesso a partire dal 7° mese di gravidanza, indipendentemente dal reddito dei soggetti. L'importo varierà dai 50 ai 250 euro mensili a seconda dell'Isee familiare. La quota sarà però ripartita considerando sia la ricchezza che la presenza di figli disabili nel nucleo. Da sottolineare come l'assegno venga maggiorato per i figli successivi al secondo e con disabilità.

Paternità

Per dare un aiuto maggiore alle neo mamme, l'ultimo governo Conte ha pensato di ampliare i giorni di paternità facendoli arrivare a 10.

Asili nido

Prosegue l'ampliamento dell'offerta di strutture già cominciato con la manovra 2020 e che potrà contare sull'incremento delle risorse del fondo di solidarietà comunale con 100 milioni dal 2022 a crescere fino a 300 milioni annui a regime. Misure che mirano a liberare le donne dai lavori di cura e ad aumentare la loro presenza sul mercato del lavoro.

Questo è quanto già deliberato, ma è sufficiente? Diremmo più che si tratta di passi importanti, necessari ma non sufficienti. Per incentivare l'occupazione femminile gli economisti

2.500
euro
L'assegno annuo
per le famiglie
con un figlio

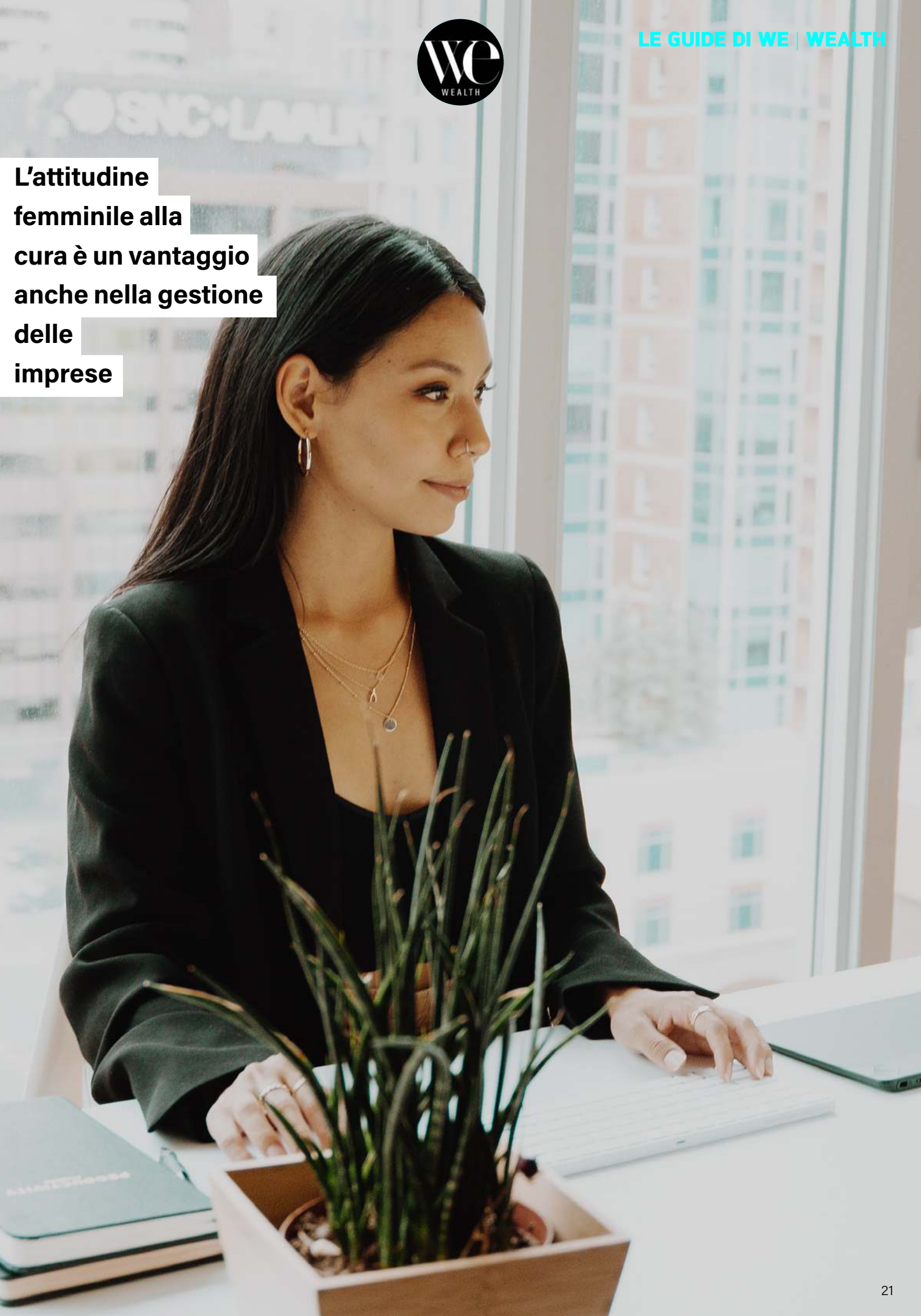
Andrea Ichino e Alberto Alesina propongono di introdurre una pressione fiscale più bassa sul lavoro delle donne. Una gender tax che può apparire controversa e di cui si parla da diversi anni: periodicamente il tema viene portato alla ribalta, ma poi non si concretizza mai. Da dove nasce la proposta? Il tutto parte dallo studio delle dinamiche tipiche che si sviluppano all'interno di una famiglia tradizionale, composta da moglie, marito e figli. Tendenzialmente la distribuzione del lavoro familiare è squilibrata. Alle donne è infatti, ancora oggi, affidato il peso maggiore legato alla gestione della casa e del nucleo domestico. Questo porta inevitabilmente a schiacciare il freno sul pedale della carriera. E da qui che i due economisti sono dunque partiti per cercare di ridisegnare il ruolo della donna nel mondo del lavoro e non solo. Un modo, per cambiare le dinamiche sarebbe quello di usare la fiscalità: la gender tax. "La tassazione basata sul genere soddisfa il criterio ottimale di Ramsey tassando meno l'offerta di lavoro femminile" si legge nell'abstract del report *Gender based taxation and the division of family chores* pubblicato dai due economisti. I vantaggi di questa proposta sono dunque racchiusi tutti in una maggiore inclusione delle donne nel mondo del lavoro. Ma attenzione perché potrebbero sorgere dei problemi di costituzionalità (art. 3 della Costituzione italiana). E questo è uno dei motivi per cui negli ultimi 15 anni più che parlarne (della gender tax) non si è fatto.

2 MLN
di euro

La dotazione del
fondo per il sostegno
della parità salariale

Secondo il report *Gender based taxation and the division of family chores* la gender tax potrebbe agevolare una inclusione delle donne nel mondo del lavoro. Ma il rischio di incostituzionalità è dietro l'angolo

**L'attitudine
femminile alla
cura è un vantaggio
anche nella gestione
delle
imprese**



4.

QUANDO C'È LEI AL COMANDO, LA SUCCESSIONE È PIÙ FLUIDA

Stando a recenti studi condotti da Cerif, Centro di Ricerca sulle Imprese di Famiglia dell'Università Cattolica di Milano, in Italia ben due aziende familiari su tre stanno attraversando o si stanno avvicinando al passaggio di testimone. Una scelta sbagliata potrebbe ripercuotersi sia sui rapporti familiari che sul futuro dell'azienda

Il passaggio generazionale rappresenta un momento di cruciale importanza nella vita di un'azienda a conduzione familiare. Stando a recenti studi condotti da Cerif, Centro di Ricerca sulle Imprese di Famiglia dell'Università Cattolica di Milano, in Italia ben due aziende familiari su tre stanno attraversando o si stanno avvicinando a questa fase. Considerando che il ruolo della donna nella continuità dell'impresa familiare è sempre meno marginale, è importante analizzare una tematica così delicata prendendo in considerazione la variabile di genere. Per dare alcuni numeri, Cerif ha evidenziato che il 63% degli eredi che prendono in mano le redini dell'azienda sono uomini, con un'età media compresa tra i 41 e i 55 anni (dati 2018-2019). Inoltre, una ricerca realizzata nel 2016 dal Centro di Ricerca sul tessuto produttivo di Monza e Brianza ha indagato sul passaggio generazionale in rosa, rilevando su un campione di 52 imprese familiari il coinvolgimento di un'erede donna in circa il 29% dei casi.

“Sono pochi i casi in cui le donne non sono state coinvolte nella gestione dell'azienda o in parti di essa. Nel 61,54% di tutte le successioni analizzate, all'interno della famiglia era presente un esponente femminile da poter inserire e al quale poter lasciare le chiavi dell'azienda. In quasi la metà dei casi ciò è avvenuto” evidenzia lo studio. Sono segnali incoraggianti, indice di un importante cambiamento in atto in un Paese che presenta ancora forti carenze sul fronte dell'imprenditoria al femminile.

Se in passato il genere rappresentava una variabile fortemente discriminante nell'ottica del passaggio generazionale “rispetto a qualche anno fa la cultura maschilista si sta via via stemperando” spiega a We Wealth Claudio Devecchi, ordinario di strategia e politica aziendale presso l'Università Cattolica di Milano, precisando che, a livello settoriale, le aziende operanti in settori tipicamente considerati “maschili”, caratterizzati da

63%
 Quota dei passaggi
 aziendali che vedono un
 uomo al comando

un impegno e una formula imprenditoriale molto impegnativi sono sempre più guidati da donne. “Pensiamo al settore siderurgico e metalmeccanico, al settore fortemente tecnologico e a quello navale”. Tuttavia, precisa il professore, “rimangono dei capisaldi di formazione intellettuale pro genere maschile che dipendono dalla territorialità, dall’età del senior, dai valori mentali e usi locali della famiglia”. Ad esempio, in diverse zone di provincia, la cultura tende ad essere meno “allineata” al tema della parità di genere rispetto alle aree metropolitane.

In queste zone, osserva Devecchi, è ancora radicata la tendenza di passare al figlio l’azienda mentre alla figlia altri asset (es. immobili, titoli), a discapito di una concreta valutazione delle competenze, capacità e attitudini dei potenziali eredi. Inoltre, quando si tratta di decidere chi prenderà le redini dell’azienda, in presenza di una figura senior maschile, il passaggio generazionale in rosa può subire delle complicazioni e “non è così direttamente in termini della ripartizione dei ruoli in quanto le donne tendono ad essere più accondiscendenti rispetto all’autorità paterna”. Diverso è il discorso se si guarda alle aziende con una leadership femminile, dove, a detta di Devecchi, il passaggio generazionale è spesso più “meritocratico”. In particolare, quando a dover passare il testimone è una donna, sono due le dimensioni che orientano la scelta. La prima riguarda le caratteristiche personali: nel potenziale erede la donna cerca pazienza, relazionabilità (nel senso di *savoir faire*), razionalità, determinazione, realismo e concretezza. La seconda riguarda il modello gestionale: visione di medio/lungo termine, costruzione della squadra, attenzione anche ai particolari, fedeltà agli obiettivi e coerenza lungo la strada tracciata sono alcuni degli aspetti chiave ricercati nella persona che dovrà prendere in mano l’azienda. A questi aspetti, aggiunge il professore, si affianca “un’empatia valoriale” tra donne. Analizzando alcuni casi di passaggio generazionale in rosa forniti da Cerif, We

61,54%

**Quota di azienda dove
esiste un erede donna**

Wealth ha riscontrato alcuni fattori aggiuntivi che permettono di affrontare questa fase con successo. Innanzitutto, essere imprenditori non è per tutti. Diventa quindi fondamentale per chi deve passare il testimone, non solo prendere una decisione basata sulle attitudini personali e caratteriali dell'erede, ma anche lasciare massima libertà di scelta a quest'ultimo. Una scelta sbagliata potrebbe ripercuotersi sia sui rapporti familiari che sul futuro dell'azienda. Inoltre, è importante che l'erede sia accompagnato e seguito nel suo percorso professionale all'interno dell'azienda, fino a quando non sarà in grado di muoversi autonomamente. E che sviluppi una visione di insieme della realtà in cui è inserito, senza specializzarsi troppo in una determinata area. Infine, non deve essere solo il titolare a "pensare in rosa" ma anche l'ambiente sociale circostante, dai clienti, ai fornitori, ai dipendenti dell'azienda. "Esaminando i risultati successivi al passaggio generazionale in rosa si registrano una serie di indicatori aziendali positivi: da una migliore performance economico-finanziaria di queste imprese fino ad arrivare ad aspetti reputazionali più soddisfacenti" conclude Devecchi, ribadendo quanto sia importante che le imprese non si tirino indietro e sviluppino una maggiore consapevolezza su questo tema, eliminando, a parità di competenze, i pregiudizi a favore di un erede maschio.

"Esaminando i risultati successivi al passaggio generazionale in rosa si registrano una serie di indicatori aziendali positivi: da una migliore performance economico-finanziaria fino ad aspetti reputazionali più soddisfacenti". Caudio Devecchi, professore dell'Università Cattolica di Milano

**Nei passaggi
generazionali
le famiglie
tendono a preferire
gli eredi
maschi**



5.

DIVERSITÀ E INCLUSIONE NEI FAMILY BUSINESS

Nonostante l'introduzione delle quote rosa abbia favorito l'ingresso delle donne nei Cda e nonostante sempre più donne stiano scalando le catene gerarchiche delle aziende per le quali lavorano, ad oggi risultano ancora sottorappresentate nei ruoli manageriali di alto livello. Lo misura un'analisi condotta su 241 aziende familiari dai professori Alfredo De Massis e Paola Rovelli, della Libera Università di Bolzano

Nel corso degli ultimi decenni, la limitata presenza delle donne nei contesti imprenditoriali e di business – soprattutto in riferimento ai ruoli più apicali – è diventato un hot topic sia per i media sia per la comunità accademica. Seppure la sempre maggiore attenzione posta sulle questioni di genere possa risultare ridondante e rischiare di apparire come una moda, che alcune imprese in primis possono cavalcare per mere questioni reputazionali, è importante non sminuire le problematiche che affliggono molte donne che si affacciano al mondo del lavoro e che cercano di guadagnarsi una posizione di rilievo. Nonostante l'introduzione delle quote rosa abbia favorito l'ingresso delle donne nei Cda e nonostante sempre più donne stiano scalando le catene gerarchiche delle aziende per le quali lavorano, ad oggi risultano ancora sottorappresentate nei ruoli manageriali di alto livello. Lo dimostra un'analisi condotta dai professori esperti di family business Alfredo De Massis e Paola Rovelli, della Libera Università di Bolzano: su un campione rappresentativo di 241 aziende italiane solo il 10% sono guidate da amministratrici delegate in media i team manageriali sono formati solo per il 21% da donne (cioè una donna ogni quattro uomini). Ancora più preoccupante è il fatto che ben 67 aziende (40% del campione) non impiegano manager donna. Questi risultati rimangono pressoché invariati nel momento in cui ci si focalizza sulle 122 imprese del campione che sono a conduzione familiare e che dovrebbero essere – almeno in linea teorica – maggiormente predisposte a un coinvolgimento delle donne (ad esempio, quelle di famiglia) nell'azienda. Infatti, malgrado solo il 10% degli ad di queste aziende sia donna, nel 92% dei casi si tratta di esponenti della famiglia che controlla l'azienda. Il tema del coinvolgimento delle donne è particolarmente importante nei family business. Sebbene la famiglia sia stata tradizionalmente vista come patriarcale, le donne hanno sempre svolto un ruolo chiave

10%

La quota di family business guidata da ad donne

– occupandosi della gestione domestica, accudendo i figli e facendo da collante. La famiglia, per certi versi, può essere vista come una forma primordiale d'impresa. Le caratteristiche che distinguono le donne dagli uomini possono però giocare un ruolo chiave, non solo all'interno della famiglia in senso stretto, ma anche nella gestione dell'azienda di famiglia. La presenza delle donne favorisce infatti un clima di maggiore collaborazione e tolleranza. Grazie alle esperienze e competenze diverse che possono aver vissuto e accumulato nel corso delle loro vite, le donne possono apportare prospettive differenti rispetto a quelle degli uomini con le quali analizzare i problemi aziendali. Queste diverse prospettive favoriscono a loro volta discussioni costruttive e soluzioni più creative. Inoltre, data la loro tendenza a prendersi cura e aiutare le altre persone e a mettere in primo piano l'altruismo familiare e il benessere collettivo, le donne potrebbero essere maggiormente in grado di prendere decisioni che preservino il capitale socioemotivo dell'impresa – in altre parole quella forma di capitale non finanziario che una famiglia imprenditoriale accumula quando persegue i propri obiettivi familiari e non economici. Infine, alcuni studi scientifici condotti da noi e altri colleghi hanno dimostrato come la presenza di donne possa avere implicazioni positive per l'innovazione – particolarmente importante per le aziende familiari che sono tipicamente resistenti al cambiamento – e per le performance aziendali, sia nel loro complesso sia con specifico riferimento alla responsabilità

La famiglia può essere vista come una forma primordiale d'impresa. Le caratteristiche che distinguono le donne dagli uomini possono giocare un ruolo chiave, anche nella gestione dell'azienda

sociale. Per questi motivi, è importante che le donne possano avere la possibilità di far sentire la propria voce. Per favorire il passaggio delle donne dalla famiglia all'azienda è necessario che nelle aziende familiari si lavori per diffondere una cultura della diversità e inclusione di genere. Puntare sulla diversità significa favorire la presenza formale delle donne in azienda, evitando che continuino a giocare ruoli secondari o informali – cioè senza essere impiegate formalmente nell'azienda e interpellate per lo più per gestire questioni familiari piuttosto che aziendali. Per farlo, risulta importante superare la mentalità che spinge i capi azienda, tipicamente uomini, a preferire a priori successori dello stesso sesso mettendo in secondo piano eventuali membri familiari donna che potrebbero ben ricoprire il loro ruolo. La nomina di amministratrici delegate o il loro ingresso nei team manageriali potrebbe stimolare un processo decisionale più ricco e che consideri punti di vista diversi, che sono insiti, non solo nelle esperienze personali a livello formativo e lavorativo, ma anche nelle caratteristiche intrinseche distintive di donne e uomini. Allo stesso tempo, è importante favorire la presenza di role model – in famiglia e in azienda – che stimolino le donne di famiglia a non essere frenate nel loro desiderio di una carriera nell'impresa di famiglia o di crearne una propria. Ciò è particolarmente importante in questo periodo, nel quale la crisi scaturita dal diffondersi della pandemia ha frenato ulteriormente la creazione di imprese al femminile e reso più difficile il lavoro delle donne in azienda. Favorire la diversità non è però sufficiente affinché le donne riescano ad avere un ruolo in azienda. È infatti importante che una volta assunte, le donne siano effettivamente incluse, e quindi coinvolte nelle attività e nei processi decisionali aziendali. A questo scopo, è necessario superare gli stereotipi di genere che tendono a far sì che – in modo conscio o inconscio – gli uomini le considerino, ad

40%

**Quota di aziende che
non hanno manager
donne**

esempio, meno competenti, più imprevedibili e meno degne di fiducia. Di conseguenza, questi stereotipi fanno sì che, seppur in contesti in cui la diversità è incentivata, le donne non siano effettivamente incluse, le loro competenze non sfruttate e le loro opinioni non considerate. Per superare questa tendenza, è necessario che le aziende familiari facciano uno sforzo per dare alle donne effettivo e sufficiente potere e legittimità.

Per concludere, sebbene sia importante favorire il passaggio dalle donne dalla famiglia all'azienda, è altrettanto importante che, come detto in precedenza, la presenza delle donne non diventi una moda, ma una vera e propria risorsa che generi vantaggio competitivo per le aziende e valore per gli individui. A questo proposito, è fondamentale associare alla variabile di genere la variabile di meritocrazia. Infatti, le donne non dovrebbero essere incluse in azienda in quanto tali, ma alla luce delle loro capacità e competenze. Oltre a poter essere svilente per le donne o discriminatorio nei confronti degli uomini, l'assumere o assegnare un ruolo di rilievo a una persona solo in quanto donna o uomo potrebbe essere controproducente per l'azienda stessa. Dopo un primo sforzo nel porre l'attenzione verso una maggiore inclusione delle donne, l'obiettivo ultimo al quale le imprese familiari – così come le imprese in generale – dovrebbero tendere è quindi quello di favorire diversità e inclusione coinvolgendo donne e uomini meritevoli.

Le donne possono apportare prospettive differenti rispetto a quelle degli uomini, favorendo discussioni costruttive e soluzioni più creative. Inoltre, potrebbero essere maggiormente in grado di prendere decisioni che preservino il capitale socioemotivo dell'impresa

**La maggior
prudenza
nella gestione
del denaro
dipende
dalla genetica**



6.

MAESTRE NELL'ELUDERE LE TRAPPOLE MENTALI

“Studi sperimentali hanno mostrato che quello in cui incappano gli uomini più delle donne è l’optimism bias, la tendenza a sovrastimare le probabilità di successo e a sottostimare i rischi. O l’overconfidence, l’eccessiva fiducia nelle proprie capacità di governare la varietà e la complessità delle informazioni. Questo vizia le decisioni e conduce a un’inefficace pianificazione e a cocenti scottature. Gli uomini invece pensano di dominarle e fanno scelte azzardate”.

Matteo Motterlini, filosofo e neuroeconomista, professore di Filosofia della Scienza della Università San Raffaele di Milano

Che siano maestre nel misurare i rischi quando strutturano portafogli finanziari – che dunque risultano più resilienti di quelli che escono dalla testa di un uomo, è fatto noto. Ed è una dote particolarmente apprezzata in tempi turbolenti come quelli attuali, in cui la prudenza può aiutare a proteggere dalla volatilità delle Borse. Ma le donne riescono a controllare il rischio per due ragioni neurologiche: perché sono maestre nell'elusione delle trappole mentali e perché imparano socialmente dalle emozioni. Queste capacità sono alla base di decisioni più efficaci (anche nella finanza). Lo sostiene Matteo Motterlini, filosofo e neuroeconomista, professore ordinario di Filosofia della Scienza all'Università Vita-Salute San Raffaele di Milano e direttore del CRESA, Centro di Ricerca di Epistemologia Sperimentale e Applicata.

Dunque gli uomini cadono in alcune trappole mentali più delle donne? Come un tempo si facevano sedurre senza poter resistere dal canto delle sirene di Ulisse...

Il paragone è azzardato, ma ci può stare. Studi sperimentali hanno mostrato che quello in cui incappano gli uomini più delle donne è l'optimism bias, la tendenza a sovrastimare le probabilità di successo e a sottostimare i rischi. O l'overconfidence, l'eccessiva fiducia nelle proprie capacità di governare la varietà e la complessità delle informazioni. Serie storiche, trend, analisi tecniche, prezzi, volumi di scambio, notizie, consensi, raccomandazioni, forum e così via. La ricerca mostra che se non ci sono significative differenze tra investitori professionisti e amatoriali, ce ne sono invece tra uomini e donne. Le donne non si fanno travolgere dalle informazioni scambian-dole per notizie, mentre sono solo rumore di fondo. Rumore di fondo che conduce a un'inefficace pianificazione e a cocenti scottature. Gli uomini invece pensano di dominarle e fanno scelte azzardate.

7%

**La minor performance
dovuta all'eccesso
di turnover in Borsa**

Cioè, che genere di scelte azzardate?

Comprano e vendono compulsivamente. Coloro che considerano le proprie abilità di investitori sopra la media, credono di poter dominare il caso facendo tesoro delle informazioni che raccolgono. Ci sono tra questi, curiosamente, più uomini che donne. Gli uomini sono anche più condizionati dall'effetto struzzo. Ovvero controllano il portafoglio molto più spesso nei giorni in cui i mercati salgono di quanto facciano quando scendono. Come gli struzzi, mettono la testa nella sabbia: non vogliono conoscere le cattive notizie e fingono che queste non ci siano. In ogni caso e in ogni circostanza, gli uomini controllano il portafoglio più frequentemente delle donne. Il trading online potenzia insieme l'«illusione di controllo» e l'«illusione di sapere», conducendo a minori profitti.

A quanto ammontano questi minori profitti?

Anche questo è stato misurato, da due economisti finanziari dell'Università della California, Brad Barber e Terrance Odean. Esaminando per cinque anni il comportamento di 6000 investitori, sono arrivati alla conclusione che chi compra e vende azioni più frequentemente ottiene rendimenti peggiori. Il 20% dei trader che ogni anno aveva un turnover del 250% del portafoglio aveva infatti ottenuto una media inferiore del 7% in termini di ritorni netti rispetto al gruppo con il profilo di turnover più basso.

Insomma, a condizionare le scelte sembrano essere soprattutto le emozioni...

Il rimpianto principalmente. Nel rimpianto emozione e cognizione sono connesse: ci infiliamo nella spirale del rimpianto quando abbiamo perso un treno per una manciata di minuti,

quando la palla ha colpito il palo, quando abbiamo mancato la vincita multimilionaria al superenalotto per un 5 invece di un 6. Non possiamo allora sottrarci a quel ruminare interiore in cui la nostra mente mette in fila tutti gli istanti in cui le cose sarebbero potute andare diversamente, consumandoci di delusione, amarezza, frustrazione, senso di impotenza. Ebbene le regioni cerebrali che sono attive sia quando si prova rimpianto in prima persona sia quando si è consapevoli del rimpianto provato da un altro sono le stesse. Ma non funzionano allo stesso modo per uomini e donne.

Ci spieghi meglio...

Citerò i risultati di un nostro originale esperimento che è stato pubblicato su PLoS ONE, Public Library of Science (USA), con il titolo "Understanding others' regret: a fMRI study". Lo studio ha coinvolto 12 maschi e 12 femmine in un gioco di scelta tra lotterie che consentivano loro di vincere o perdere reali somme di denaro. I soggetti hanno preso parte al gioco sia in prima persona (come giocatori), sia e qui sta originalità in terza persona (in qualità di spettatori). Ai partecipanti veniva mostrato l'esito della lotteria da loro scelta, ma anche e soprattutto quello della lotteria rifiutata: i dati emersi dimostrano che anche un'emozione complessa come il rimpianto, tale cioè da presentare un'originaria natura cognitiva, può "risuonare" nel cervello di chi la vive in terza persona, riattivando quegli stessi circuiti cerebrali che si attivano quando siamo noi stessi nella condizione di provare rimpianto.

Cosa ci dice questa ricerca sul rischio?

I risultati hanno mostrato che la propensione a rischiare nella scelta successiva, è influenzata sia dal rimpianto (o sollievo) provato in prima persona, sia in terza persona. Ma quando dagli altri "impariamo" a rischiare di più (perché li osserva-

mo provare sollievo), lo facciamo mediante aree coinvolte in elaborazioni fredde e razionali relative ai possibili esiti delle scelte, per esempio in termini di valore atteso. Quando, al contrario, dagli altri siamo influenzati a rischiare di meno o a non rischiare affatto (perché li vediamo provare rimpianto), lo facciamo mediante la corteccia orbitofrontale e l'amigdala, che attribuiscono un valore emotivo negativo al rimpianto anticipato. Inoltre, il rimpianto altrui "risuona" in maniera più forte nel cervello femminile ma, in maniera proporzionale al loro livello di empatia, le donne apprendono socialmente meglio degli uomini, cioè più velocemente, soprattutto quando si tratta di rischiare di meno. A pensarci bene, non c'è niente di più irragionevole che specchiarsi nelle emozioni altrui per farsi guidare nelle scelte; eppure, per quanto possa essere affettivamente doloroso, è il modo in cui apprendiamo: tra le altre cose, a sopravvivere.

La minor propensione al rischio delle donne ha ragioni neurologiche, ed è una dote particolarmente apprezzata in tempi turbolenti come quelli attuali, in cui la prudenza può aiutare a proteggere dalla volatilità delle Borse.

**La strada
è in salita anche
quando si tratta
di pianificare il reddito
necessario
per la vecchiaia**





I VULNUS DELLA PENSIONE EN ROSE

Dallo scarso accesso al mondo del lavoro, alla discontinuità delle carriere, fino all'elevata percentuale di part time e la bassa percentuale di donne in posizione epocale, al divario retributivo: ecco perché le donne sono in ritardo quando si parla di previdenza

Le riforme pensionistiche e, in particolare, il passaggio dal sistema di calcolo retributivo, basato sulle ultime retribuzioni statisticamente le più importanti a quello contributivo, basato su quanto realmente accantonato in forma di contributi, metterà a rischio il tenore di vita di molti italiani. Per le donne, 31 milioni, la situazione rischia di essere decisamente più grave. Secondo il Gender Equality Index, il nostro Paese ha fatto progressi nelle differenze di genere raggiungendo il 14° posto nella classifica europea a 28 stati e guadagnando, di fatto, 10 punti rispetto a 10 anni fa. Purtroppo però l'incremento riguarda ancora una volta le classi sociali privilegiate, negando il dovuto riconoscimento alle donne delle classi sociali più basse. Le ragioni sono molteplici, come spiega il Censis in un rapporto sul talento femminile mortificato nel nostro Paese.

Accesso limitato al mondo del lavoro: in Italia le donne che lavorano sono poco più di 9 milioni considerando la fascia di età 20-64 anni, parliamo di un 53%, migliore solo del dato della Grecia con il 31,3% delle donne occupate con lavori a tempo indeterminato, contro una media europea del 41,5%. In termini geografici la situazione è molto disomogenea: nel 2018 nel Mezzogiorno solo il 32,2% delle donne tra i 15 e i 64 anni lavorava contro il 59,7% nel Nord.

Carriere discontinue per maternità o cura di parenti anziani. In Italia, secondo le stime non ufficiali riportate dal Ministero della Sanità, sono 3 milioni le persone che si prendono cura di parenti non autosufficienti e, come in altri paesi, per il 65% sono donne tra i 45 e i 55 anni che spesso, almeno nel 60% dei casi, hanno dovuto abbandonare un lavoro per svolgere un ruolo di assistenza familiare.

Part-time: il 32% delle occupate lavora a tempo parziale, contro un 8% degli uomini, per il 60% dei casi non per scelta.

53%

**Tasso di occupazione
femminile in Italia**

Scarso accesso a posizioni apicali: nonostante le donne studino più degli uomini e con migliori risultati, le donne manager in Italia sono infatti solo il 27% dei dirigenti, contro una media europea del 34%. Il Career Prospects Index, che valuta autonomia nel lavoro, tipologie di contratto, possibilità di avanzamento di carriera e probabilità di essere licenziate in caso di ristrutturazione aziendale, assegna al nostro Paese un punteggio di 52 su 100, contro la media europea di 64.

Divario retributivo: nonostante negli ultimi anni si fosse nutrita la speranza che il divario retributivo tra uomini e donne si stesse lentamente risolvendo, tra il 2019 e il 2021 si è di nuovo acuito, portando la retribuzione media femminile, a parità di mansioni, inferiore di un quinto rispetto a quella maschile. Questo dato ci posiziona al 18° posto nella classifica dell'Europa a 24 per gender paygap.

Questo fattore non è ovviamente solo italiano. Ha di recente fatto clamore la notizia che Google (Mountain View) ha accettato di pagare 1,4 milioni di dollari in arretrati e interessi a 2.565 dipendenti donne nel settore dell'ingegneria software che venivano pagate meno dei colleghi uomini.

Disoccupazione: anche in virtù del fatto che spesso sono occupate in lavori precari, le donne sono più esposte all'inoccupazione. Basti pensare che nonostante il blocco dei licenziamenti a causa della pandemia, su 101 mila lavoratori che hanno perso il lavoro nel solo mese di dicembre 2020, ben 99mila sono donne. Tutto quello che abbiamo visto finora si riflette in una contribuzione insufficiente che porta le donne, secondo l'Istat, a pensioni inferiori del 36% rispetto a quelle degli uomini. Il 44,5% delle donne, infatti, può contare su un reddito pensionistico inferiore o pari a 1.000 euro, contro il 27,4% degli uomini. E stiamo parlando di pensioni che ancora non riflettono le riforme pensionistiche

14

**Posizione dell'Italia
nel Gender Equality
Index nell'Ue a 28**

e il cambio di sistema di calcolo che, secondo le stime, può portare a un abbassamento dell'assegno pensionistico del 40% nel caso di lavoratori dipendenti, ancora peggio per gli autonomi. Quindi la pensione da lavoro dipendente che oggi vale 100, quando le riforme saranno a pieno regime, varrà 60. Cosa succederà quando quel 36% in meno si dovrà applicare a un assegno pensionistico più basso del 40% rispetto al vecchio calcolo retributivo? Senza considerare che 4 milioni di donne over 65 non hanno contribuzione perché hanno lavorato tutta la vita come casalinghe e quindi potranno disporre solo della pensione sociale o, nel caso sopravvivano a un marito, della pensione di reversibilità, pari al 60% dell'assegno pensionistico originale. Ma con le riforme previdenziali e il sistema di calcolo contributivo, si tratterà del 60% di una pensione ridotta del 40% rispetto al calcolo retributivo. Appare ancora più grave il fatto che ad oggi 4 milioni di donne over 65 non hanno una pensione, o hanno diritto solo a quella sociale, perché hanno lavorato tutta la vita come casalinghe. E sotto i 65 anni, ci sono ancora 3 milioni di donne nella stessa situazione. In Italia oggi gli uomini hanno un'aspettativa media di vita di 81 anni e le donne 85, ma già per metà secolo si prevede di arrivare rispettivamente a 85 e 90. Il rischio maggiore della nuova longevità è, quindi, sopravvivere e ai propri risparmi che in molti casi servono a integrare il reddito da pensione. Vivere così a lungo, infatti, potrebbe significare che i risparmi accumulati, per chi ne dispone, non bastino a garantire il tenore di vita desiderato, tanto più che negli anni più estremi della longevità è prevedibile che aumentino le spese mediche e di assistenza.

Conforta sapere che, essendo la maggior parte della ricchezza italiana nelle mani degli over 65 anni, le donne – più longeve degli uomini – potrebbero nei casi migliori ritrovarsi

44,5%

Le ex lavoratrici che potranno contare su meno di mille euro al mese

40% nel caso di lavoratori dipendenti, ancora peggio per gli autonomi. Quindi la pensione da lavoro dipendente che oggi vale 100, quando le riforme saranno a pieno regime, varrà 60. Cosa succederà quando quel 36% in meno si dovrà applicare a un assegno pensionistico più basso del 40% rispetto al vecchio calcolo retributivo? Senza considerare che 4 milioni di donne over 65 non hanno contribuzione perché hanno lavorato tutta la vita come casalinghe e quindi potranno disporre solo della pensione sociale o, nel caso sopravvivano a un marito, della pensione di reversibilità, pari al 60% dell'assegno pensionistico originale. Ma con le riforme previdenziali e il sistema di calcolo contributivo, si tratterà del 60% di una pensione ridotta del 40% rispetto al calcolo retributivo. Appare ancora più grave il fatto che ad oggi 4 milioni di donne over 65 non hanno una pensione, o hanno diritto solo a quella sociale, perché hanno lavorato tutta la vita come casalinghe. E sotto i 65 anni, ci sono ancora 3 milioni di donne nella stessa situazione. In Italia oggi gli uomini hanno un'aspettativa media di vita di 81 anni e le donne 85, ma già per metà secolo si prevede di arrivare rispettivamente a 85 e 90. Il rischio maggiore della nuova longevità è, quindi, sopravvivere e ai propri risparmi che in molti casi servono a integrare il reddito da pensione. Vivere così a lungo, infatti, potrebbe significare che i risparmi accumulati, per chi ne dispone, non bastino a garantire il tenore di vita desiderato, tanto più che negli anni più estremi della longevità è prevedibile che aumentino le spese mediche e di assistenza. Conforta sapere che, essendo la maggior parte della ricchezza italiana nelle mani degli over 65 anni, le donne – più longeve degli uomini – potrebbero nei casi migliori ritrovarsi ad ereditare cospicui patrimoni. Materia per i consulenti finanziari che dovranno imparare a relazionarsi anche con le consorti dei propri clienti per poter sviluppare un rapporto di fiducia con chi erediterà la ricchezza familiare.

4MLN

**Le over 65 italiane che
non hanno maturato
alcuna contribuzione**

**Solo in casi
residuali
gli acquisti di case
hanno finalità
di
investimento**



8.

IL MATTONE CONQUISTA ANCHE L'ALTRA METÀ DEL CIELO

“Sul totale delle compravendite effettuate nei primi sei mesi del 2020 attraverso le nostre agenzie, risulta che una quota del 28,2% è stata realizzata da donne, mentre la parte restante è equamente divisa tra uomini e coppie. Quota che sale al 36,4% se si guarda alla sola piazza di Milano”. Fabiana Megliola, responsabile ufficio studi del gruppo Tecnocasa

Grazie alla maggiore indipendenza raggiunta, sempre più donne diventano proprietarie di casa. Molte, spinte anche da una finalità di investimento. “Se si analizza il totale delle compravendite realizzate nei primi sei mesi del 2020 attraverso le nostre agenzie, risulta che una quota del 28,2% è stata realizzata da donne, mentre la parte restante è equamente divisa tra uomini e coppie. Quota che sale al 36,4% se si guarda alla sola piazza di Milano”

A parlare è Fabiana Megliola, responsabile ufficio studi del gruppo Tecnocasa, che poi spiega che “il 77% della componente femminile ha effettuato una compravendita per rilevare l’abitazione principale, mentre il 6,1% per acquistare una casa vacanza e il restante 16,9% per realizzare un investimento e quindi, in quest’ultimo caso, con la finalità di messa a reddito. In particolare, se ci focalizziamo solo su quest’ultima percentuale, il 33% di coloro che hanno fatto questo passo con scopi di investimento ha tra i 45 e i 54 anni, mentre il 24,8% ha un’età compresa tra 55 e i 64 anni.

Si tratta, quindi, di numeri interessanti, che confermano il fatto che le donne tendono a effettuare investimenti quando raggiungono una certa stabilità lavorativa. “A investire sono, infatti, tipicamente donne con un lavoro dipendente (47,1%), seguite da libere professioniste (22,3%)”, illustra Megliola, che poi prosegue dicendo che “è interessante notare come il 73,6% sia formato da coppie, anche con figli, mentre la restante parte è rappresentata da single” e che “la tipologia più acquistata è il bilocale, che si conferma essere, quindi, la modalità più ambita dagli investitori donna (38,9%)”.

Se si passa poi ad analizzare l’approccio all’acquisto, al pari degli altri investimenti finanziari, anche nell’immobiliare ci sono profonde diversità tra donne e uomini. “Prima di concre-

77%

**Quota di donne che
hanno comprato
l’abitazione principale**

tizzare la propria decisione, le protagoniste che acquistano un immobile valutano, infatti, diversi aspetti, come la vicinanza al posto di lavoro, ai mezzi pubblici di collegamento con le scuole dei figli e/o al proprio luogo di lavoro, la necessità di avvicinarsi il più possibile alla residenza dei genitori o al domicilio di figli o nipoti; in quest'ultimo caso, talvolta, si richiedono soluzioni proprio nello stesso stabile o condominio", ha precisato Megliola.

Anche nella fase precedente all'acquisto, il gentil sesso è più esigente. Nella ricerca del bene, infatti la componente femminile si sofferma maggiormente sulle immagini degli immobili e sull'esperienza dei virtual tour, ricercando più dettagli possibili, e si concentra su abitazioni con servizi in zona, come supermercati, scuole e asili, anche probabilmente nell'ottica di una famiglia. Inoltre, le donne sono anche più "esigenti" degli uomini una volta contattata l'agenzia: nel 44% dei casi, per esempio, si aspettano una risposta immediata (il 38% addirittura entro qualche ora dal contatto, mentre solo il 18% sono disposte ad attendere un giorno).

16,9%

Quota degli acquisti femminili a fini di investimento

Nella ricerca del bene, la componente femminile si sofferma maggiormente sulle immagini degli immobili e sull'esperienza dei virtual tour, ricercando più dettagli possibili, e si concentra su abitazioni con servizi in zona, come supermercati, scuole e asili, anche nell'ottica di una famiglia

**Nelle aziende
la cui governance
è inclusiva, la gestione
è migliore. Così
come il
rendimento**



9.

I FONDI PER SCOMMETTERE SULLA DIVERSITY

La s dell'acronimo Esg è stata portata in primo piano nell'anno della pandemia: in particolar modo sono emersi i temi della diversità di genere e dell'inclusione. I progressi fatti negli ultimi decenni potrebbero essere in parte vanificati soprattutto nel momento in cui la crisi economica si rivelerà in tutta la sua drammaticità colpendo soprattutto le donne

Il 2020 con la crisi pandemica ha acceso i riflettori sulla "s" di Esg (environmental, social, governance) e in particolar modo sui temi della diversità di genere e dell'inclusione. I progressi fatti negli ultimi decenni potrebbero essere in parte vanificati soprattutto nel momento in cui la crisi economica si rivelerà in tutta la sua drammaticità. A pagare il prezzo più alto, sia da un punto di vista di opportunità lavorative che reddituale, saranno le donne. Secondo le Nazioni Unite, entro i prossimi dodici mesi le nuove povere saranno 47 milioni. Per ogni 100 uomini in estrema povertà ci saranno 118 donne nella stessa condizione. Tra dieci anni per ogni 100 uomini che vivono con meno di 1,9 dollari al giorno, parametro che l'Onu utilizza per definire l'estrema povertà, le donne saranno 121. Ma senza andare troppo lontano nel tempo e nello spazio lo scenario non è più confortante. Secondo l'Istat, in Italia nel solo dicembre 2020 si sono persi 101mila posti di lavoro: di questi 99mila erano occupati da donne. Insomma il mondo post-covid sarà un mondo ancora, se non maggiormente, plasmato su un importante divario di genere. Ci vorrebbe forse una rivoluzione affinché l'inevitabile diventi evitabile. Al moto popolare di un tempo si sono sostituiti gli odierni moti finanziari. I cambiamenti oggi infatti possono essere incoraggiati dai flussi di denaro. Secondo Sara Silano, responsabile editoriale di Morningstar Italia, gli strumenti a disposizione dei fondi di investimento sono due: l'impacting investing e l'engagement. Per impacting investing si intende l'attività di alcuni fondi d'investire non solo al fine di generare risultati finanziari ma anche un impatto che sia sociale o ambientale. L'engagement invece è il dialogo tra gestore e management dell'impresa in cui si è investito, al fine di chiedere trasparenza e in alcuni casi miglioramenti (generalmente tramite voto assembleare, ma non solo) su certe tematiche: diritti civili, condizioni di trattamento dei lavoratori, diversity a livello

47
milioni
 Le nuove povere nei
 prossimi 12 mesi

manageriale, condizioni di lavoro nella catena dei fornitori e inclusione. “Su circa 1700 fondi aperti ed etf impacting investing a livello globale censiti da Morningstar, 205 sono focalizzati sul tema di gender&diversity. Altri 386 appartengono alla categoria community&development, in cui rientra anche il tema dell’inclusione. Sul fronte dell’engagement invece Morningstar ha individuato negli Stati Uniti 48 azioni di engagement nella stagione assembleare tra il luglio 2019 e il giugno 2020” riporta Silano che spiega come in entrambi i casi si tratti di numeri importanti, alla luce della temporalità del fenomeno, e in continua crescita.

Mirova e RobecoSAM, due società di gestione del risparmio di caratura internazionale, sono pioniere dell’investimento al “femminile”: Mirova Women Leaders Equity e RobecoSAM Global Gender Equality Impact Equities Strategy sono i fondi dedicati al tema diversity, lanciati rispettivamente nel 2019 e nel 2015, con l’obiettivo dichiarato di promuovere l’uguaglianza di genere. “Le prospettive delle donne sul posto di lavoro, infatti, sono ancora lontane dal raggiungimento della parità rispetto a quelle degli uomini, sotto molti aspetti: accesso al lavoro, salari inferiori, lavori precari, lavoro a tempo parziale e raggiungimento di posizioni di responsabilità ai livelli più alti dell’azienda” spiega Soliane Varlet gestore del fondo Mirova. La strategia d’investimento conseguente si sostanzia nel selezionare le aziende impegnate sul fronte della diversità. In base a quali criteri si riconoscono le più virtuose? Per entrambi i gestori individuare società il cui consiglio d’amministrazione è equi rappresentato non è sufficiente.

“Non investiamo “alla cieca” in aziende che hanno semplicemente più donne nel consiglio di amministrazione. Valutiamo le aziende utilizzando un approccio olistico bottom-up, guardando al benessere dei dipendenti, a programmi come la flessibilità del lavoro, il congedo parentale, le pratiche di

99mila

**Posti di lavoro persi
dalle donne italiane
nell'anno della
pandemia**

parità salariale, la diversità della forza lavoro a tutti i livelli e il mantenimento dei talenti. Combiniamo queste considerazioni con la valutazione dei fondamentali finanziari delle aziende” spiega

Junwei Hafner-Cai, Portfolio Manager del fondo di RobecoSAM. Dello stesso avviso è Varlet. “Il consiglio di amministrazione ricopre solo un ruolo di supervisione e il suo impatto sul cambiamento di cultura nell’azienda è contenuto”, afferma Varlet che puntualizza che la vera sfida rimane quella di riuscire a garantire gli avanzamenti di carriera verso le posizioni dirigenziali. “Abbiamo sviluppato degli indicatori sia quantitativi che qualitativi per valutare in particolare la presenza delle donne all’interno degli organi direttivi. In particolare i criteri che consideriamo sono: un’alta percentuale di donne all’interno del comitato esecutivo, un amministratore delegato, un direttore generale o un direttore finanziario donna, un buon equilibrio tra la rappresentanza delle donne nella forza lavoro complessiva e all’interno del comitato esecutivo”. Le società così individuate consegnano buoni ritorni finanziari agli investitori o rappresentano solo un investimento a mera valenza sociale? Guardando ai dati aggregati si direbbe che la risposta giusta è la prima.

“Il Morningstar Developed Markets Gender Diversity Index negli ultimi cinque anni ha mostrato un profilo rischio-rendimento migliore rispetto all’indice globale tradizionale. Scegliendo un paniere delle aziende più virtuose in tema di diversità il gap sarebbe ancora più ampio” spiega Silano. C’è dunque spazio anche per strategie a vocazione attiva in grado di sovraperformare l’indice diversity di riferimento. È il caso del fondo RobecoSam.

“Dal lancio nel 2015 fino alla fine di dicembre 2020, la strategia ha sovraperformato l’indice Msci World Trn dell’1,79% all’anno (in euro, lordo). Inoltre, gli aum del fondo sono pas-

250

**I fondi comuni di
investimento focalizzati
su gender&diversity**

sati da 10 a oltre 200 milioni di euro a fine gennaio 2021" riporta Hafner-Cai che conclude: "L'uguaglianza di genere non solo crea una forza lavoro migliore, migliora i rendimenti, come dimostrato in un paper che abbiamo pubblicato l'anno scorso, dove abbiamo analizzato oltre 20 mila osservazioni nella valutazione aziendale e abbiamo scoperto che una maggiore partecipazione femminile a tutti i livelli ha aumentato la redditività"

Il Morningstar Developed Markets Gender Diversity Index negli ultimi cinque anni ha mostrato un profilo rischio-rendimento migliore rispetto all'indice globale tradizionale. Le aziende attente all'uguaglianza di genere non solo possiedono una forza lavoro migliore, ma producono anche migliori rendimenti.

**L'Italia è fanalino
di coda
in Europa
nella partecipazione
economica
delle donne**



10.

IL CONTO (SALATO) DELL'INATTIVITÀ FEMMINILE

Di womeconomics si parla dal 1999, quando l'analista giapponese Kathy Matsui elaborò per Goldman Sachs la teoria secondo cui la partecipazione delle donne al mondo del lavoro avrebbe generato uno scossone sulla debole crescita economica del suo Paese. Nel 2014 Matsui ha calcolato questo scossone nella misura di un Pil aggiuntivo del 13%

Era il 1999, ultimo anno del secolo scorso, quando l'analista giapponese Kathy Matsui elaborò per Goldman Sachs la teoria della Womenomics, sostenendo in pratica che la partecipazione delle donne al mondo del lavoro avrebbe generato uno scossone sulla debole crescita economica del suo Paese. Nel 2014 – evidentemente molto poco era cambiato nel frattempo, nonostante i 15 anni di distacco temporale Matsui ha calcolato questo scossone nella misura di un Pil aggiuntivo del 13%. Sarebbe anche l'unico modo per compensare, sui luoghi di lavoro, il calo demografico in atto l'invecchiamento della popolazione: le stime prevedono che nel 2060 i giapponesi saranno il 30% in meno di oggi e per il 40% over 65enni. E per l'Italia, che dal punto di vista della demografia e dei tassi occupazionali è molto affine al Giappone, non sarebbe molto diverso: secondo l'agenzia europea Eurofund, solo il 54,4% delle donne italiane lavora, fa peggio solo Malta; la media europea è al 63,5% e la prima della classe è la Svezia, con una partecipazione del 77,6%. La sottooccupazione femminile in Italia ha un costo pari al 5,7% del Pil e la rimozione di questo gap avrebbe un impatto positivo sullo stesso nella misura dell'11%.

Se ci pensiamo è un numero folle, rispetto allo zero virgola che riusciamo ad agguantare ormai da venti anni e che consentirebbe, in un solo anno, di recuperare il -9,2% generato dalla pandemia.

Eurofond rileva anche che siamo ultimi in termini di gap rispetto all'occupazione maschile, con un delta del 17,9%. E se si guarda ai Neet, chi non studia e non lavora e ha perso le speranze di trovare un lavoro, le donne italiane lo sono per la stragrande maggioranza dei casi, per esigenze di cura familiari, verso i figli piccoli o verso i genitori anziani. La via da seguire è dunque chiara (e lo stesso report la indica): bisogna aiutare le donne a gestire i bambini piccoli con misure ad hoc

5,7%
 Il costo (in termini di Pil)
 della sotto-occupazione
 femminile

che coinvolgano i padri nei congedi parentali, che sgravino fiscalmente la frequenza degli asili nido. Ma bisogna anche “garantire che queste strutture siano presenti e disponibili. Incentivando forme di lavoro flessibili ed eventualmente potenziando i congedi di maternità. Così si portano le donne nel mondo del lavoro. Cento asili nido fanno per l’occupazione più di quello che fanno 100 startup”, a dirlo è Ignazio Rocco di Torrepadula, ceo e founder della Fintech Credimi ma anche membro dell’Associazione M&M – Idee per un Paese migliore. Il suo intervento afferisce all’attività che svolge nell’ambito della sua partecipazione all’associazione, che riunisce 250 manager, economisti, scienziati, diplomatici, giornalisti, dirigenti pubblici, imprenditori, rappresentanti del terzo settore e accademici con background ed interessi diversi e l’obiettivo di partecipare al dibattito sulle politiche, di proporre soluzioni ai problemi comuni e di realizzare progetti nell’interesse generale.

M&M ha messo nero su bianco in un paper le azioni da compiere per costruire la Next Generation Italia: tra i capisaldi ci sono l’istruzione e appunto la questione femminile, due annosi punti dolenti per la sesta potenza industriale del mondo. D’altronde il gender gap, nonostante tutte le evidenze delle inefficienze che produce, resiste non solo in Italia, ma in tutto il mondo. Per esempio, non c’è paese in cui gli uomini trascorrono la stessa quantità di tempo che trascorrono le donne facendo un lavoro non retribuito, per esempio. Nei paesi in cui il rapporto è più basso, è ancora 2:1: lo scrive il Wef nel suo Rapporto annuale sul Gender Gap, secondo cui ai ritmi attuali, per colmarlo ci vorranno 100 anni, circa 95 anni sul fronte della rappresentanza politica e 257 su quello economico. Il report del Wef ci dice che anche se siamo ultimi siamo in buona compagnia. A livello globale, in media solo il 55% delle donne (di età compresa tra 15 e 64 anni) lavora,

11%

Il balzo del Pil con la piena partecipazione delle donne al mondo del lavoro

rispetto al 78% degli uomini. In 72 Paesi alle donne è vietato aprire conti bancari o ottenere crediti. Anche sul fronte della rappresentanza politica la situazione è drammatica: le donne nel 2019 detengono il 25,2% dei seggi parlamentari (camera bassa) e il 21,2% delle posizioni ministeriali), mentre è insignificante in termini di accesso all'istruzione, per cui la parità richiede in media appena 12 anni ed è stata pienamente raggiunta in 40 dei 153 paesi analizzati. Dati che suggeriscono una amara conclusione: le donne hanno più difficoltà degli uomini ad accedere al mondo del lavoro e del potere, nonostante abbiano pari competenze. E questo è tanto più vero se si torna a guardare all'Italia: le donne del nostro Paese sono al 117esimo posto sul fronte della partecipazione economica. Che vuol dire terzultimi nel mondo Occidentale (fanno peggio solo Corea e Giappone). Ma ci collochiamo molto più su (76seiesimi) nell'indice generale: solo Grecia, Malta e Cipro fanno peggio in Europa.

La partecipazione politica appare buona al confronto (in quel sottoindice per cui siamo 44esimi). Per dire dell'istruzione: per ogni cento maschi che frequentano l'università in corso, ci siano 135 donne. Paradossale anche che le competenze in Cloud Computing, la professione più maschile del futuro, siano vicine alla parità in India e in Italia, che hanno anche gender gap relativamente limitati nelle discipline Stem quando si parla di educazione universitaria (relativamente: parliamo di una proporzione di 83 a 17 contro però 92-8 della Germania e di 88-12 della media globale). La strada, davvero, è ancora lunga. Ma qualche scorciatoia esiste. "Per esempio le quote rosa – conclude Rocco di Torrepadula -Non è per essere gentili che dobbiamo concederle e le abbiamo concesse. È necessario che ci siano più donne nei luoghi di potere per rappresentare le esigenze delle altre donne. Per forzare un cambiamento culturale che riequilibri il peso dei doveri do-

117

**La posizione dell'Italia
nella classifica del Wef
sulla partecipazione
economica**

mestici e di assistenza e facilitare le carriere femminili.

È necessario aumentare il livello di istruzione e spingere sempre più ragazze verso le competenze richieste dalla quarta rivoluzione industriale, per colmare il mismatching tra domanda e offerta di lavori digitali. Per aumentare la diversity e anche, cinicamente, perché le startup hanno bisogno di clienti a cui vendere le proprie innovazioni. La metà dei clienti potenziali, le donne che non hanno reddito e non lavorano, sono pressoché oggi fuori dal mercato. E sarebbero, invece, un motore potente per far correre questo Paese”.

Tra i Neet, chi non studia e non lavora e ha perso le speranze di trovare un lavoro, le donne italiane lo sono per esigenze di cura familiari, verso i figli piccoli (o verso i genitori anziani). La via da seguire è dunque chiara: bisogna aiutarle a gestire queste esigenze con misure ad hoc che coinvolgano i padri nei congedi parentali e che sgravino fiscalmente la frequenza degli asili nido.

**Liberare
l'energia rosa
potrebbe rimettere
in moto l'economia
ferita
del Paese**





LE ATTIVITÀ DI WE|WEALTH

We Wealth è un'iniziativa di Voices of Wealth, realtà innovativa che nasce con l'obiettivo di supportare la trasformazione digitale del mondo del Wealth Management e di porsi come riferimento per l'aggregazione di domanda di consulenza da parte di investitori privati e istituzionali e dell'offerta da parte degli esperti e professionisti in questo ambito, creando il primo e vero marketplace del Wealth Management in Italia. We Wealth si declina sia sul digitale, con la nascita di una piattaforma editoriale e di servizio con dei servizi e dei contenuti di alta qualità scritti da una redazione di giornalisti specializzati di We Wealth e da esperti della filiera del Wealth Management - quali a titolo esemplificativo notaio, avvocati, fiscalisti e art advisor - che sulla carta, con l'omonimo magazine mensile dedicato allo sviluppo dei temi legati al mondo della consulenza patrimoniale.

We Wealth si rivolge a tutta la filiera degli operatori che agiscono nell'advisory di prodotti e servizi finanziari e patrimoniali - Wealth Manager, Private Banker, Family Office, Asset Manager, Broker, commercialisti, notai, fiscalisti e avvocati - nonché agli HNWI, agli imprenditori e alle famiglie che dispongono di grandi patrimoni.

LA GUIDA | È STATA CURATA E REALIZZATA DA:

CONTENT EDITOR | RITA ANNUNZIATA, VIRGINIA BIZZARRI, GIORGIA PACIONE DI BELLO, PIEREMILIO GADDA, LORENZO MAGNANI, LAURA MAGNA, EMANUELA NOTARI, STEFANIA PESCARMONA

ART DIRECTOR E RICERCA ICONOGRAFICA | ENZO PROVVIDO

COORDINAMENTO | LAURA MAGNA

EDITORE | **VOICES OF WEALTH**

CEO | **FABIENNE MAILFAIT**

DIRETTORE EDITORIALE | **PIEREMILIO GADDA**

VOICES OF WEALTH SRL | Via Vincenzo Monti, 54 - 20123 Milano

Codice Fiscale e Partita Iva 10136740965

Per qualsiasi informazione, scrivi a: info@we-wealth.com

Per advertising/pubblicità, scrivi a: pubblicita@we-wealth.com

Visita il nostro sito: we-wealth.com

Informazioni importanti: Il presente documento, pubblicato da Voices of Wealth S.r.l. viene distribuito a scopo meramente informativo. Le informazioni qui contenute non rappresentano una consulenza, una raccomandazione o materiale di ricerca finalizzato all'investimento e non tengono in considerazione le specificità dei singoli destinatari. Il presente materiale non intende fornire una consulenza finanziaria, contabile, legale o fiscale e non deve essere utilizzato in tal senso. Voices of Wealth ritiene attendibili le informazioni qui contenute, ma non ne garantisce la completezza o la precisione. Voices of Wealth non si assume alcuna responsabilità per fatti o giudizi errati.

Nell'assumere le proprie decisioni strategiche e/o sulle singole operazioni finanziarie, gli investitori non devono fare affidamento solo sulle opinioni e sulle informazioni riportate nel presente documento. Le presenti informazioni non costituiscono né un'offerta, né una sollecitazione per l'acquisto di prodotti o la vendita di titoli o per la fornitura di qualsivoglia servizio finanziario/d'investimento.

© 2020 Voices of Wealth srl. Tutti i diritti riservati.

Qualsiasi riproduzione, anche parziale, senza autorizzazione scritta è vietata.

START

UP

NON PERDERTI LA PROSSIMA GUIDA DI MARZO
10 PASSI PER FAR NASCERE E CRESCERE
UNA STARTUP DI SUCCESSO



LE GUIDE DI WE | WEALTH

**THE FUTURE
IS FEMALE**

