

Pink un'azienda su quattro le donne fanno l'impresa «Ma che fatica affermarsi»

Marche regione virtuosa: sono 33.746 le attività che hanno una guida femminile
Fileni: «Non vanno replicati modelli maschili». Velenosi: «All'inizio è stata dura»

«IL NOSTRO È UNO SGUARDO LUNGO SUI CAMBIAMENTI»

LA PARITÀ

ANCONA «Sono arrivata in azienda molto giovane. Ero donna e, soprattutto, ero la figlia del capo. Non è stato semplice farsi strada». Per Roberta Fileni, vicepresidente del gruppo agroalimentare Fileni, il percorso non è stato semplice. «Oggi il punto non è più dimostrare che le donne sanno fare impresa. La vera sfida è creare condizioni in cui talento e competenze possano emergere senza etichette. L'augurio è che non si facciano più distinzioni di genere, ma che uomini e donne abbiano le stesse possibilità in base alle capacità e ai meriti».

I dati

Nelle Marche, intanto, i numeri raccontano un fenomeno ormai strutturale: 33.746 imprese guidate da donne, quasi una su quattro, con un tasso di femminilizzazione del 23,2%, superiore alla media nazionale. Un tessuto imprenditoriale che resiste anche nelle fasi più complesse dell'economia e che continua a rinnovarsi.

Fileni, cresciuta in una delle principali aziende agroalimentari italiane, racconta quanto abbia faticato per farsi

ascoltare in azienda. «All'inizio ho dovuto dimostrare capacità e passione – spiega – Non tanto perché fossi una donna, ma anche perché ero la figlia del fondatore. È una sfida che molti imprenditori della seconda generazione conoscono bene». Oggi però il focus si è spostato. «Le donne devono essere autentiche e non replicare modelli maschili. Ognuno deve portare il proprio modo di guidare un'azienda».

Uno sguardo condiviso anche da Angela Velenosi, alla guida della storica cantina marchigiana che porta il suo nome. Quando ha iniziato, nel 1984, il mondo del vino era molto diverso. «All'epoca una donna doveva dimostrare di essere brava più di un uomo», ricorda. Oggi, invece, il settore ha cambiato volto. «Viviamo una stagione nuova: ci sono donne enologhe, manager, responsabili marketing, amministratrici. Il contributo femminile è diventato fondamentale». Secondo Velenosi, la differenza si vede anche nel modo di interpretare il mercato.

I trend

«Le donne hanno spesso una sensibilità particolare e uno sguardo lungo sui cambiamenti. Nel vino, per esempio, abbiamo visto evolvere i gusti dei consumatori. Serviva proprio questa capacità di intuire i trend prima che diventasse-

ro evidenti». Accanto alle storie imprenditoriali cresce anche il lavoro di rete. Associazioni e gruppi professionali stanno diventando spazi di confronto e collaborazione. «All'inizio partecipare a reti femminili poteva sembrare quasi una forma di separazione – osserva Velenosi – Oggi invece è il contrario: significa fare squadra, confrontarsi e crescere insieme». Il dinamismo delle imprenditrici marchigiane emerge anche dalle iniziative di sostegno dedicate al settore. La **Camera di Commercio** delle Marche promuove da tre anni il bando "Impronta d'Impresa", che premia progetti innovativi guidati da donne nei campi del turismo, del Made in Italy, della sostenibilità e della digitalizzazione.

L'iniziativa

«Le candidature dimostrano quanta creatività e visione strategica siano presenti nelle imprese femminili marchigiane», sottolinea il presidente Gino Sabatini. Ma più dei numeri, a raccontare il cambiamento sono le storie. Quelle di imprenditrici che hanno aperto la strada quando il contesto era ancora poco abituato alla leadership femminile e che oggi guidano aziende, innovano i mercati e costruiscono reti professionali.

Beatrice Offidani

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS3960 - S.17701 - SL_MAR



