



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE ED AZIENDALI
"M.FANNO"

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA

PROVA FINALE

"DONNE ALLA GUIDA DI STARTUP INNOVATIVE.
IL CASO BRANDON FERRARI"

RELATORE:

CH.MO PROF. SSA BELUSSI FIORENZA

LAUREANDO/A: LISSANDRI ANGELA

MATRICOLA N. 1091405

ANNO ACCADEMICO 2017 - 2018

INDICE

INTRODUZIONE.....	1
-------------------	---

CAPITOLO 1

ANALISI GENERALE DELL'IMPRENDITORIA FEMMINILE ITALIANA.....	2
---	---

1.1 Partecipazione femminile al mercato del lavoro.....	2
1.1.1 Maternità.....	3
1.2 La teoria del lavoratore scoraggiato.....	4
1.3 Il livello d'istruzione.....	5
1.3.1 Istruzione e occupazione.....	5
1.4 La teoria dei tornei.....	6
1.5 Discriminazione verticale.....	6
1.6 Svantaggio retributivo.....	8
1.6.1 Il gender pay gap.....	9
1.7 L'impresa femminile.....	10
1.7.1 Le quote rosa.....	10

CAPITOLO 2

STARTUP INNOVATIVE.....	12
-------------------------	----

2.1 Definizione.....	12
2.2 Incubatori.....	14
2.2.1 Start Cube: incubatore dell'Università di Padova.....	15
2.3 Startup a guida femminile.....	15
2.3.1 Il gender investment gap.....	16
2.4 Agevolazioni a sostegno delle startup.....	18

CAPITOLO 3

IL CASO BRANDON FERRARI.....	21
3.1 Chi è Paola Marzario?.....	21
3.2 La startup Brandon Ferrari.....	22
3.3 Brandon Group. Da startup a PMI innovativa.....	24
CONCLUSIONE.....	26
BIBLIOGRAFIA.....	28

INTRODUZIONE

Questo elaborato nasce per analizzare le difficoltà che le donne incontrano nel mondo del lavoro, in particolare le difficoltà nel fondare una startup innovativa.

Il primo capitolo affronterà in modo generale la partecipazione femminile al mercato del lavoro in Italia. Studieremo l'influenza che la maternità, e in generale la cura della famiglia, ha sull'occupazione femminile. Si illustreranno poi la teoria del lavoratore scoraggiato, la teoria riguardante il gruppo di lavoratori che non cercano lavoro perché pensano già in partenza di non riuscire a trovarlo; e la teoria dei tornei che studia la competizione per la carriera sia in ambito scolastico sia in quello lavorativo. Si cercherà poi di capire in che modo il livello d'istruzione è collegato al livello d'occupazione. Si parlerà anche della discriminazione verticale e delle difficoltà che riscontrano le donne nel ricoprire posizioni apicali e di due indicatori: il gender pay gap e il gender overall earnings gap. In ultimo ci si soffermerà sull'impresa femminile e sui risultati dell'introduzione delle quote rosa.

Nel secondo capitolo verranno approfondite le startup innovative. Dopo una definizione del fenomeno, si continuerà con gli incubatori in particolar modo lo Start Cube, incubatore dell'Università di Padova. Ci si focalizzerà sulle startup a guida femminile e sulle difficoltà che le donne riscontrano nel reperire fondi per intraprendere l'attività di startup. In ultimo verranno analizzate le agevolazioni a sostegno delle startup e le maggiori agevolazioni a beneficio delle startup rosa.

Nell'ultimo capitolo sarà portato ad esempio la startup Brandon Ferrari, fondata da Paola Marzario, che un anno dopo la sua nascita rientrava già nella top 10 delle startup milionarie d'Italia ed in possesso di un tale livello di crescita che le ha permesso di rientrare nella top 100 delle imprese europee ad alto livello di crescita del Financial Times. Paola Marzario, madre di due figli, è riuscita a conciliare vita familiare e lavorativa. Perso il requisito anagrafico di startup, Brandon Ferrari è diventata una PMI innovativa e con il nome di Brandon Group continua a lavorare con più di 60 brand esportando in 17 paesi e in 3 continenti.

1. ANALISI GENERALE DELL'IMPRENDITORIA FEMMINILE ITALIANA

1.1 Partecipazione femminile al mercato del lavoro

Negli ultimi decenni la partecipazione femminile al mercato del lavoro è aumentata ma non abbastanza da raggiungere i numeri dell'occupazione maschile.

Se alla fine degli anni '70 erano solo 6milioni e mezzo le donne che lavoravano, cioè circa un terzo della popolazione femminile tra i 15 e i 64 anni, nel 2005 hanno raggiunto quota 8 milioni e 800 mila superando il 45% (Pruna 2007).

Dopo la crisi del 2008 si è assistito ad un aumento dell'occupazione femminile tanto che nel secondo trimestre 2018 risultano occupate più di mezzo milione di donne in più rispetto allo stesso periodo del 2008 (Istat 2018c).

I tassi di occupazione femminile sono però ancora molto bassi (con un gap evidente rispetto agli uomini). Le donne che decidono di lavorare, oltre a dover coordinare la carriera lavorativa, si ritrovano a dover gestire anche la famiglia. “Per le donne che partecipano al mondo del lavoro si profilano pertanto carriere più discontinue e retribuzioni più basse riconducibili alle minori possibilità di accesso alle figure apicali. Queste disparità comportano a loro volta più difficili condizioni economiche soprattutto per le madri single e livelli di prestazioni pensionistiche sistematicamente più bassi” (Istat 2017 p.6).

I dati Istat (2018b) mostrano come il tasso di occupazione del mese di agosto 2018 è per gli uomini del 68,1% mentre è solo del 49,9% per le donne. Valori in aumento rispetto al mese precedente rispettivamente del +0,1% e del +0,2%. Il tasso di disoccupazione è in diminuzione, -0,4% per gli uomini e -0,5% per le donne.

Confrontando i valori con quelli Istat del mese di agosto 2017 si nota un aumento del tasso di occupazione per entrambe le categorie, rispettivamente +1,0% per gli uomini e +0,8% per le donne. In calo la disoccupazione con -1,5% per gli uomini e -1,8% per le donne.

	VALORI PERCENTUALI
MASCHI	
Tasso di occupazione 15-64 anni	68,1
Tasso di disoccupazione	9,0
Tasso di inattività 15-64 anni	25,0
FEMMINE	
Tasso di occupazione 15-64 anni	49,9

Tasso di disoccupazione	10,7
Tasso di inattività 15-64 anni	44,0
TOTALE	
Tasso di occupazione 15-64 anni	59,0
Tasso di disoccupazione	9,7
Tasso di inattività 15-64 anni	34,5

Tassi di occupazione, disoccupazione e inattività per genere. Dati Istat Agosto 2018

1.1.1 Maternità

Naldini (2005. Si vedano Bertolini e Solera 2016) ha analizzato come, anche nelle coppie con un elevato livello di istruzione, la cura dei figli è considerata come una prerogativa della sola madre.

La responsabilità dei carichi familiari è un onere che grava prevalentemente sulla donna che può arrivare a decidere di abbandonare il posto di lavoro. Su questa decisione pesano il livello d'istruzione della donna e l'aiuto che essa riceve dai familiari.

Bertolini e Solera (2016) hanno studiato il legame tra la forma contrattuale e la continuità lavorativa delle donne attorno alla maternità. L'orientamento al lavoro e alla carriera è maggiore per quelle occupate in posizioni professionali elevate. Il costo – opportunità che pagherebbero con l'interruzione sarebbe troppo alto. Decidono per questo di continuare a lavorare anche perché le loro risorse sono sufficienti per poter comprare cure extrafamiliari (Schultz, 1995; Del Boca, Wetzels, 2007. Si vedano Bertolini, Solera 2016). Continuano a lavorare anche le donne che lavorano nel settore pubblico, settore considerato “amichevole” per orari, protezione sociale e scarse penalizzazioni nel caso di utilizzo dei congedi parentali (Solera, Bettio, 2013. Si vedano Bertolini, Solera 2016).

Le stesse autrici hanno analizzato come il tipo di contratto ostacoli l'avere figli: tra le donne che iniziano a lavorare con contratti a tempo determinato il 47% ha figli entro i 30 anni, contro il 52% delle autonome e circa il 60% delle lavoratrici a tempo indeterminato. Anche tra le donne ad alta istruzione, coloro che iniziano con contratti a termine hanno meno frequentemente figli entro i 30 anni rispetto alle lavoratrici stabili.

Per i carichi familiari, spiega l'Istat, la disparità di genere è a sfavore delle donne anche se in diminuzione rispetto agli anni precedenti. Infatti: “La percentuale del carico di lavoro familiare svolto dalla donna (25-44 anni) sul totale del carico di lavoro familiare della coppia, in cui entrambi i componenti sono occupati, diminuisce dal 71,9% del 2008-2009 al 67% del 2013-2014. Le donne sono titolari di una quota maggiore tra impegni lavorativi e familiari: più della

metà delle donne occupate (54,1%) svolge oltre 60 ore settimanali di lavoro retribuito e/o familiare” (Istat, 2017 p. 13).

La partecipazione delle donne al mondo del lavoro, come detto in precedenza, è collegata alla conciliazione dei carichi familiari: nel secondo trimestre 2017 il tasso di occupazione delle 25-49enni è dell’81,1% per le donne che vivono da sole, del 70,8% per quelle che vivono in coppia senza figli e del 56,4% per le madri (Istat 2017).

L’importanza dell’istruzione è spiegata dal rapporto dell’Istat: “Il livello di istruzione ha un forte impatto nella mancata partecipazione delle donne con responsabilità familiari, con il gap rispetto alle donne senza figli che si riduce al crescere del titolo di studio: il rapporto sale dal 55,6% per le donne con al massimo la licenza media, al 76,3% per le diplomate, fino ad arrivare al 90,1% per le laureate. Il tasso di occupazione delle donne con un elevato titolo di studio è superiore al 70% indipendentemente dal ruolo in famiglia e in tutte le ripartizioni” (Istat 2017 p. 13).

1.2 La teoria del lavoratore scoraggiato

Sono considerati inattivi le persone non facenti parte la forza lavoro quindi coloro che non rientrano nelle categorie di occupati o in cerca di occupazione. Tra questi alcuni sono considerati scoraggiati: inattivi tra i 15 e i 64 anni che nelle 4 settimane precedenti l’intervista non hanno cercato lavoro perché pensano di non riuscire a trovarlo. (Glossario Istat).

INATTIVI	VALORI %
Maschi	25,0
Femmine	44,0
Totale	34,5

Dati Istat Agosto 2018

La teoria del lavoratore scoraggiato viene così spiegata (Costa, Gianecchini, 2012 p. 152): “al diminuire del livello generale di occupazione, donne e giovani invece di ingrossare le fila dei disoccupati tendono a ritirarsi tra gli inattivi e il tasso di disoccupazione cala”.

Un alto valore di inattivi con un basso valore di disoccupati rappresenta un’indicazione delle difficoltà che le donne incontrano nella ricerca di un’occupazione. Se questa ricerca risulta difficile e con poche opportunità le donne rinunciano a cercare lavoro e diventano scoraggiate.

1.3 Il livello d'istruzione

Attualmente il gap di genere per l'istruzione è a favore delle donne. Sono mediamente più istruite e hanno un tasso di abbandono scolastico inferiore rispetto agli uomini (11,3% contro il 16,1%) (Istat 2017).

Questa è però una tendenza recente. Alla fine degli anni '70 infatti il 45% delle donne aveva al massimo la licenza elementare (Pruna 2007).

Oggi le donne con un medio-alto livello di istruzione superano gli uomini. Il 63% delle donne ha almeno un titolo secondario superiore (58,8% gli uomini) e il 21,5% ha conseguito un titolo di studio terziario (15,8% gli uomini) (Istat 2018a).

I numeri sempre più rilevanti di donne che scelgono di proseguire negli studi hanno determinato l'insorgere di alcuni fenomeni (Pruna 2007, p. 21):

- L'ingresso nel mercato del lavoro al termine del periodo di studio, circa vent'anni per chi consegue il diploma e circa venticinque per chi raggiunge una laurea specialistica;
- La ricerca di una realizzazione professionale e di un'indipendenza economica con un futuro da lavoratrice e non più da casalinga;
- Maggiori aspirazioni di carriera e una maggiore selettività nella ricerca del lavoro.

1.3.1 Istruzione e occupazione

L'indicatore sulla transizione scuola-lavoro (si veda Istat 2017) creato dall'Unione Europea analizza la quota di diplomati e laureati (20-34 anni) occupati dopo non più di tre anni dalla fine degli studi.

Secondo il rapporto Istat (2017) l'Italia nel 2016 può contare il 45,6% dei diplomati e il 61,3% dei laureati (valori decisamente minori alla media Ue). Il gap di genere per i laureati rispetta la media europea mentre per i diplomati il gap femminile in termini di occupazione è del -12,1% contro una media Ue del -6,7%. Solo il 38,7% delle donne diplomate, contro il 50,8% di uomini, sono occupate entro tre anni dalla fine del loro percorso di formazione. Differenze meno marcate per i laureati entro tre anni dalla fine del loro percorso di formazione con una quota di occupazione del 59,2% per le donne e del 64,8% per gli uomini. Il vantaggio occupazionale si riscontra maggiormente per le donne con un titolo terziario; il tasso di occupazione delle laureate è del 75,6% contro il 29,9% delle donne con al massimo la licenza media.

Rilevante è il fenomeno del "sottoinquadramento" per le giovani donne laureate. Le donne che trovano occupazione si ritrovano ad occupare un posto che richiede minori competenze rispetto a quelle possedute. Questo comporta: "che le donne che vogliono lavorare devono studiare più degli uomini, e se vogliono trovare una buona occupazione devono accrescere ulteriormente la

loro formazione, ma rischiano un eccesso di credenziali, che può penalizzarle invece che avvantaggiarle” (Pruna 2007, p. 99).

Si riscontrano difficoltà anche nel trovare un lavoro coerente al proprio percorso di formazione. Solo il 67% delle laureate che lavorano entro 4 anni dal conseguimento di una laurea di primo livello sono occupate in una professione adeguata al loro percorso di istruzione. Il 22,1% di queste svolge una professione dirigenziale, imprenditoriale o di elevata specializzazione e il 44,9% una professione tecnica (Istat 2017).

Il livello di istruzione gioca un ruolo fondamentale anche nella probabilità di rimanere occupate dopo 12 mesi o di trovare lavoro se disoccupate. L’Istat ha analizzato la quota di occupate nel secondo trimestre 2016 ancora occupate nello stesso periodo del 2017. Questa quota è proporzionale al titolo di studio: restano occupate l’86,7% di chi ha al massimo la licenza media, il 92,5% di chi ha un titolo di studio superiore e arriva al 94,9% per le laureate. Per le disoccupate, nello stesso periodo, trovano lavoro il 19,3% delle laureate rispetto al 9,9% delle diplomate e solo il 4,4% delle possedenti licenza media (Istat 2017).

1.4 La teoria dei tornei

Nella teoria dei tornei la competizione per la carriera viene definita un meccanismo allocativo del talento individuale solo in presenza di tornei simmetrici. Per essere simmetrico tutti i partecipanti devono sostenere lo stesso costo-opportunità (altrimenti il torneo sarebbe impari) e le regole della competizione devono essere eque (altrimenti il torneo sarebbe ingiusto).

Nella realtà i tornei delle carriere scolastiche e delle carriere professionali sono lotte impari non simmetriche. Nella scuola il costo-opportunità dell’impegno è più basso per le femmine che sono avvantaggiate grazie al differenziale salariale di genere. In ambito lavorativo invece sono i maschi ad essere avvantaggiati perché nel costo-opportunità femminile rientrano anche la responsabilità del lavoro e della cura domestica, rendendo in questo modo il loro impegno superiore a quello maschile.

Se le femmine ottengono risultati migliori nella competizione scolastica sono i maschi a prevalere nella competizione per la carriera ottenendo maggiori promozioni e maggiori salari. (Almalaurea 2012 e Il Sole 24 Ore, 5/9/2004. Si vedano Costa, Gianecchini 2012).

1.5 Discriminazione verticale

Per discriminazione verticale, o glass ceiling, si intende: “le difficoltà incontrate dalle donne nel salire i gradini della gerarchia aziendale, e si manifesta in una ridotta presenza delle donne ai vertici organizzativi” (Costa, Gianecchini 2012, p. 560).

Alcune spiegazioni sulla ridotta presenza delle donne nelle posizioni apicali sono state formulate dalla letteratura analizzando le abilità manageriali maschili e femminili. Sono state riscontrate tre presunte differenze (Monaci 1997; Di Pietro et al 2000. Si vedano Costa, Gianecchini 2012, p. 558):

- Tratti motivazionali e personalità: l'ordine gerarchico dei bisogni femminili è diverso da quelli maschili. L'affiliazione è almeno pari all'achievement (bisogno di dimostrare competenza ed eccellenza professionale). Le donne riescono però a riconoscere maggiormente i propri errori e ad esprimere le proprie emozioni (Bombelli e Raffaglio 2008. Si vedano Costa, Gianecchini 2012);
- Stile di leadership: gli uomini intendono il potere come transactional leadership ovvero come mezzo di controllo sugli altri, per le donne invece il potere è inteso come transformational leadership, un controllo del gruppo e per il gruppo (Piccardo, Baiunco 2007. Si vedano Costa, Gianecchini 2012);
- Valori e commitment sul posto di lavoro: sono rilevanti i fattori personali e contingenti nel determinare il grado di impegno sul lavoro.

La discriminazione verticale non è l'unica discriminazione che subiscono le donne nel mercato del lavoro.

Secondo Albertini (2011 p.340): “esiste discriminazione di genere sul mercato quando tra due persone di sesso diverso ma con caratteristiche identiche [...] una di queste viene sistematicamente favorita al momento dell'assunzione, o della promozione, sulla base della sua apparenza di genere”. Esistono varie spiegazioni alla discriminazione di genere:

- Discriminazione legata alle preferenze: è un tipo di discriminazione spesso inconsapevole che porta le persone al vertice a selezionare preferibilmente persone con le stesse esperienze, valori, gusti, preferenze culturali (Becker 1957, Kanter 1977. Si veda Albertini 2011).

Gli uomini al comando preserverebbero il sistema che li ha portati ai vertici attraverso procedure di reclutamento imparziali. Le donne sono avvantaggiate nei meccanismi nei quali viene valutato il merito (per esempio i concorsi) dove le donne si dimostrano più preparate e motivate. Sono invece penalizzate nei percorsi di carriera per i meccanismi di affiliazione e cooptazione che tendono a preferire gli uomini (Costa, Gianecchini 2012);

- Discriminazione statistica: non si considerano le caratteristiche della singola candidata ma quelle del suo gruppo di appartenenza. Si pensa così che saranno “statisticamente”

più probabili un maggior numero di interruzioni della carriera lavorativa o un minore investimento di tempo o una minore disponibilità a trasferte;

- Discriminazione istituzionale: saranno offerti alle donne lavori che all'interno dell'azienda non prevedono avanzamenti di carriera (Groot e Maassen 1996, Bihagen e Ohls 2007. Si veda Albertini 2011).

1.6 Svantaggio retributivo

Per svantaggio retributivo, o pay gap, si intende la differenza di retribuzione tra donne e uomini a parità di mansioni e livello gerarchico.

Il principio di eguaglianza è descritto dall'art 3 della Costituzione. Nel primo comma si descrive il principio di eguaglianza formale secondo il quale vanno trattate in modo uguale situazioni uguali e in modo diverso situazioni diverse. Il nucleo forte del principio di eguaglianza invece descrive in modo specifico i divieti di discriminazione ma non li vieta in modo assoluto. Il principio di eguaglianza sostanziale poi ha l'obiettivo di rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale.

“Mentre il principio di eguaglianza formale sembra promettere leggi il più generali e astratte possibili, il principio di eguaglianza sostanziale sembra volere l'esatto opposto, cioè leggi che tendano a provvedere alle singole situazioni di svantaggio” (Bin, Pitruzzella 2016, p. 438) questi due principi “si limitano e si completano a vicenda”.

Secondo i dati Istat (2017) nel 2015 in Italia solo 43,3% delle donne contro il 62% dei maschi riceve un reddito da lavoro. Le differenze si attenuano al crescere del livello di istruzione. Percepiscono un reddito dipendente il 76,8% delle donne laureate e l'81,5% dei maschi laureati. Nel 2014 le donne hanno guadagnato in media il 24% in meno rispetto agli uomini (14482 contro i 19110). I redditi dipendenti hanno un gap minore del 22% mentre i redditi da lavoro autonomo raggiungono un gap del 30%. Il divario diminuisce all'aumentare del livello di istruzione. Si avrà un gap del 40% (6400 contro 10867) per le donne con la sola licenza media, fino a scendere al 28% per le laureate (18326 contro 25624).

Attraverso un'analisi statistica ed econometrica, Foffano e Pace (2011) hanno diviso il differenziale salariale in “spiegato” da dati osservabili come istruzione, esperienza lavorativa, settore di occupazione e inquadramento professionale, da quello “non spiegato” derivante da discriminazione.

I risultati della letteratura hanno portato alle seguenti conclusioni (Foffano, Pace 2011):

- Le donne ricevono salari inferiori agli uomini nonostante l'eguaglianza della qualifica professionale e delle ore lavorate;

- Le donne ricevono salari inferiori agli uomini nonostante siano in possesso dello stesso titolo di studio;
- Più le donne percepiscono un elevato salario più il gap nei confronti dei redditi degli uomini aumenta;
- All'aumentare dell'età cresce il gap salariale (raggiunta una certa età, circa i 35 anni, la cura della famiglia e dei figli porta le donne a ricorrere a forme di flessibilità meno remunerative rispetto a una piena occupazione).

Gli studi condotti da Addabbo e Favaro (2011. Si vedano Foffano, Pace 2011) hanno messo in luce le diversità nella distribuzione delle retribuzione tra uomini e donne analizzando tutta la distribuzione salariale. Le retribuzioni femminili sono concentrate nella coda di sinistra (corrispondente ai salari più bassi) mentre nella coda di destra la concentrazione è bassa (corrispondente ai salari più elevati). Analizzando questi dati è emerso che il gap retributivo aumenta nelle parti estreme della distribuzione.

Le autrici hanno studiato il campione anche separandolo per i diversi livelli d'istruzione. Hanno rilevato, per le donne più istruite, la presenza di un glass ceiling nelle parti alte della distribuzione. Per le donne meno istruite invece, il differenziale aumenta sia nella parte bassa (c.d. sticky floor) sia nella parte alta della distribuzione.

Arulampalam, Booth e Bryan (2005. Si vedano Foffano, Pace 2011) hanno messo in evidenza che se nel settore privato i gap sono presenti sia nella parte alta che nella parte bassa della distribuzione salariale, nel settore pubblico questi sono più elevati solo nella parte alta.

1.6.1 Il gender pay gap

D'Ascenzo (2018b) ha riportato che secondo la piattaforma tedesca Honeypot il gender pay gap italiano sarebbe circa del 5,5%, un tasso ben al di sotto degli altri paesi (19% Regno Unito, 18% USA, 15,8% Francia).

Secondo Eurostat per gender pay gap si intende: “la differenza tra i salari lordi medi di uomini e donne espressi in percentuale del salario maschile”. Il gender pay gap è composto da una parte “spiegabile” e da una “non spiegabile”.

Una possibile spiegazione del basso tasso italiano è riscontrabile nell'utilizzo della retribuzione media oraria al posto della retribuzione media annua. Utilizzando la media annua infatti il gap aumenterebbe per le poche ore lavorate dalle donne e per il basso tasso di occupazione femminile in Italia.

La parte “spiegabile” dell'indice misura un segno negativo (circa -6%) a dimostrazione che le donne in media sono in possesso di caratteristiche produttive migliori di quelle maschili.

L'Eurostat (si veda D'Ascenzo 2018b) utilizza anche un altro indicatore, il gender overall earnings gap che analizza congiuntamente tre fattori: i guadagni orari, le ore retribuite e il tasso di occupazione sul reddito medio di uomini e donne in età lavorativa.

Nel 2014 questo indicatore era del 39,6% nell'Ue e del 43,7% in Italia. Questo 43,7% è spiegato per il 56,3% dalla disparità di retribuzione complessiva, per il 32,7% dal divario di genere nelle ore retribuite e per l'11% dal gender pay gap.

1.7 L'impresa femminile

Si definiscono imprese femminili: “le società cooperative e le società di persone costituite in misura non inferiore al 60% da donne, le società di capitale le cui quote di partecipazione spettino in misura non inferiore ai due terzi a donne e i cui organi di amministrazione siano costituiti per almeno i due terzi da donne e dalle imprese individuali gestite da donne, che operino nei settori dell'industria, dell'artigianato, dell'agricoltura, del commercio, del turismo e dei servizi” (Articolo 2, comma 1, lettera a L.25 Febbraio 1992, n.215).

Sono 700 mila le donne imprenditrici (il 26% del totale), numero in continua crescita visto che nel 2017 si è registrato un +10000 imprese femminili rispetto al 2016.

Le neo imprenditrici sono più giovani e più istruite rispetto ai nuovi imprenditori. Le neo imprenditrici in proprio con un'età compresa tra i 25 e i 34 anni sono il 35,7% contro il 29,9% degli uomini, quelle con dipendenti il 22,6% contro il 20,5%. Le donne in possesso di una laurea magistrale tra i lavoratori in proprio sono il 33,6% contro il 21% degli uomini e tra gli imprenditori con dipendenti 11,7% contro 10,7% (dati Istat 2017 e Osservatorio per l'imprenditoria femminile di Unioncamere e Infocamere 2017).

1.7.1 Le quote rosa

Nel 2008 le società italiane quotate in borsa con una donna nel cda erano solo il 44%, con solo il 6% delle donne nei board. (D'Ascenzo 2018a)

Con la legge n.120 del 12/07/2011 si è cercato di creare l'equilibrio tra i generi negli organi delle società quotate. Nella nomina degli amministratori il genere meno rappresentato deve ottenere almeno un terzo degli amministratori eletti per tre mandati consecutivi (limite temporale) a pena di sanzione amministrativa pecuniaria (comma 1).

Anche nella nomina del collegio sindacale il genere meno rappresentato deve ottenere almeno un terzo dei membri per tre mandati consecutivi (limite temporale) a pena di sanzione amministrativa pecuniaria (comma 3).

Nel 2017 la presenza delle donne nei cda delle società quotate in borsa ha raggiunto la quota del 31,6% (Istat).

Bruno, Ciavarella, Linciano (2018) hanno pubblicato il “Boardroom gender diversity and performance of listed companies in Italy”. Hanno analizzato come la presenza delle donne nei board possa avere un effetto positivo sui risultati d’impresa. Se la percentuale di donne nei board supera il 17/20% le misure di performance evidenziano un effetto positivo.

% DONNE nei cda	ROA	ROE	ROIC
10%	-0,500	-2,003	0,774
20%	-0,005	-0,134	-0,051
30%	0,510	1,734	0,67
40%	1,016	3,603	1,393
50%	1,521	5,473	2,11
60%	2,027	7,342	2,83

Fonte: Consob e Sole 24 Ore del 21/09/2018

Le donne sono più frequentemente consiglieri indipendenti (70% contro il 38,8% degli uomini) e più giovani (l’età media dei consiglieri è scesa dai 57,6 anni del 2012 agli attuali 56,6).

Con l’ingresso delle donne nei cda è aumentato il livello di istruzione: sono laureate il 90% delle donne (66% nel 2008) e 26,1% sono le post graduated (12,5% nel 2008). Per gli uomini l’incremento è stato rispettivamente dell’8% e del 4% (D’Ascenzo 2018a).

2. STARTUP INNOVATIVE

2.1 Definizione

Secondo il Dl 18 ottobre 2012 n.179 con startup innovativa si intende la società di capitali, costituita anche in forma cooperativa, le cui azioni o quote rappresentative del capitale non sono quotate su un mercato regolamentato o su un sistema multilaterale di negoziazione, che possiede i seguenti requisiti:

- È costituita e svolge attività d'impresa da non più di 48 mesi;
- Ha la sede principale dei propri affari e interessi in Italia;
- A partire dal secondo anno di attività della startup innovativa, il totale del valore della produzione annua, così come risultante dall'ultimo bilancio approvato entro 6 mesi dalla chiusura dell'esercizio, non è superiore a 5 milioni di euro;
- Non distribuisce e non ha distribuito utili;
- Ha quale oggetto sociale esclusivo o prevalente, lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico;
- Non è stata costituita da una fusione, scissione societaria o a seguito di cessione di azienda o di ramo d'azienda;
- Possiede almeno uno dei tre seguenti requisiti:
 1. Investe una quota minima del 15% delle spese in R&S sul maggiore tra costo e valore totale della produzione;
 2. La forza lavoro complessiva è costituita per almeno 1/3 da dottorandi, dottori di ricerca o ricercatori, oppure per almeno 2/3 da soci o collaboratori a qualsiasi titolo in possesso di laurea magistrale;
 3. L'impresa è titolare, depositaria o licenziataria di un brevetto registrato oppure titolare di programma per elaboratore originario registrato.

Sono in possesso del primo requisito circa i 2/3 delle startup innovative (64,1%). Il secondo requisito è indicato dal 27,8% mentre il 18,7% ha indicato di possedere il terzo requisito.

Circa l'8,5% delle startup sono in possesso di più di un requisito. Il 3,5% ha indicato di possedere il primo e il secondo, l'1,9% il primo e il terzo e l'1% il secondo e il terzo.

Il 2,1% delle startup innovative soddisfano tutti i requisiti di innovatività (Relazione del Ministero dello Sviluppo Economico 2017).

I numeri delle startup, se confrontati con quelli degli anni precedenti, sono in costante crescita.

INDICATORI	30/06/2015	30/06/2016	30/06/2017
Nr startup	4294	5942 (+39,9%)	7398 (+24,5%)
% sui totali delle società di capitali	0,28	0,38	0,46
Nr dipendenti	4891	9042	10262
Nr partecipazioni (persone fisiche)	16861	23045	29651
Valore medio produzione	131mila€	152mila€	164mila€
Valore produzione complessivo	349192469€ (2663 bilanci 2014)	585211807€ (3853 bilanci 2015)	773170993€ (4717 bilanci 2016)

Fonte: Relazione Annuale al Parlamento sullo stato d'attuazione e l'impatto delle policy a sostegno di startup e PMI innovative, 2017

Tra il 2016 e il 2017 si è assistito a un rilevante “ricambio generazionale” (così viene definito dalla Relazione annuale del Ministero dello Sviluppo Economico 2017). Nessuna impresa costituita prima del 18 dicembre 2012 (data del Dl n.179 riguardante la normativa sulle startup) potrà più iscriversi nella sezione speciale. La perdita del requisito di anzianità d'ora in poi avverrà alla maturazione del 5° anno di età delle imprese.

Flussi in entrata e in uscita dalla sezione speciale del R.I.		TOTALE
STOCK 30 GIUGNO 2016		5942
Iscritte tra il 1° luglio 2016 e il 30 giugno 2017		2681
di cui:	costituite dopo il 30 giugno 2016	1933
	costituite prima del 30 giugno 2016	748
Cancellate dalla sezione speciale tra il 1° luglio 2016 e il 30 giugno 2017		1216
di cui:	cessate	193
	inattive, sospese, in liquidazione/fallimento	93
	ancora in attività	930
	di cui:	
	trasformate in PMI innovative	156
	iscritte in sezione ordinaria	774
STOCK 30 GIUGNO 2017		7398

Saldo iscrizioni	1456 (+24,5%)
Tasso di natalità	32,50%
Tasso di mortalità	3,20%

Fonte: InfoCamere, si veda Relazione Annuale al Parlamento sullo stato d'attuazione e l'impatto delle policy a sostegno di startup e PMI innovative 2017, p. 37

La fotografia pubblicata dal Ministero dello Sviluppo Economico mostra come al 31 marzo 2018 sono 8897 le startup innovative iscritte nella sezione speciale del Registro delle Imprese con un aumento di 506 unità (+6%) rispetto alla fine del 2017.

È con l'iscrizione nella sezione speciale del Registro delle Imprese che l'impresa risulta startup innovativa e perciò inizia a beneficiare delle agevolazioni previste per la categoria.

Sempre secondo i dati del Ministero dello Sviluppo Economico le startup innovative a prevalenza giovanile, cioè quelle composte prevalentemente da under 35, sono 1715 (19,3% del totale).

L'analisi di Carnazza (2017) sulle strategie di innovazione delle startup innovative ha portato l'autore a concludere che:

- Il 48,1% delle innovazioni riguardano innovazioni di prodotto contro il 24% di quelle di processo;
- Circa il 50% delle imprese intervistate investe in R&S fino al 40% del fatturato;
- Le relazioni sono importanti: se sviluppate attraverso l'incubatore o con accordi di collaborazione portano a una strategia di protezione dell'innovazione più sviluppata rispetto alle startup isolate;
- La dimensione è importante: più sono piccole più le startup sono meno organizzate sulle strategie di protezione dell'innovazione. Però le startup di piccole dimensioni hanno maggiori incentivi a realizzare innovazione nel mondo della ricerca accademica.

2.2 Incubatori

Esistono diverse tipologie di incubatori. Tra questi l'incubatore di startup innovative certificato è una società di capitali, anche in forma cooperativa, che offre servizi per sostenere la nascita e lo sviluppo di startup innovative (Dl 18 ottobre 2012 n.129).

Nella policy nazionale a sostegno delle startup innovative il Mise (2017 p. 8) ha definito l'incubatore certificato come: "una struttura che deve soddisfare alcuni requisiti specifici, definiti dal Dm del 22 dicembre 2016, che aggiorna il precedente decreto attuativo, relativi ai locali, al personale, alle attrezzature e, soprattutto, deve dimostrare comprovata esperienza nelle attività di sostegno all'avvio e allo sviluppo di imprese innovative mediante l'offerta di servizi

di incubazione fisica, tale da generare effetti di contaminazione e spill-over sul tessuto imprenditoriale del territorio.”

Altra tipologia di incubatori riguarda quelli universitari, più propensi al trasferimento di conoscenza scientifica e tecnologica dal mondo accademico.

Nel 2004 è stata fondata PNICube, associazione che raggruppa in un'unica rete gli incubatori universitari. Anche l'Università di Padova collabora con questa associazione.

2.2.1 Start Cube: incubatore dell'Università di Padova

La nascita di Start Cube è stata possibile grazie al supporto economico della Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo in collaborazione con l'Università di Padova.

Come specificato nel regolamento la connotazione universitaria dell'incubatore permetterà alle startup una notevole visibilità esterna.

Possono accedere ai servizi dello Start Cube sia soggetti legati all'Università sia soggetti estranei.

Vengono offerti varie tipologie di servizi elencati nel regolamento. Tra i servizi base ricordiamo l'utilizzo di uno spazio arredato e delle aree comuni attrezzate oltre ai servizi di segreteria, pulizia e spazio web nel sito di Start Cube per ospitare le pagine del cliente. Altri servizi gratuiti vengono forniti su richiesta, tra questi: impostazione del business plan, consulenze, mentoring e tutoring, partecipazioni a corsi, seminari e convegni. Si potranno poi ottenere tariffe agevolate per servizi extra di consulenza in diversi ambiti: notarile, amministrativo-contabile, legale ecc. Le imprese possono beneficiare dei servizi dell'incubatore anche in maniera virtuale ad eccezione ovviamente dell'utilizzo dello spazio fisico dell'ufficio.

La mission di Start Cube è indicata nel loro sito internet: “fornire tutti gli strumenti utili per l'avvio di un'impresa innovativa, riducendo gli oneri, ma soprattutto offrendo una guida ed un supporto step by step nel percorso che va dalla definizione dell'idea al primo ingresso nel mercato”.

Si tratta quindi di sostenere le startup esternamente per sviluppare idee di impresa innovative e internamente con servizi e collaborazioni realmente utili per gli startupper.

Attualmente sono 26 le startup presenti nell'incubatore e sono operanti in vari settori: dall'ambiente al biotech fino all'ICT e al marketing online (www.startcube.it).

2.3 Startup a guida femminile

I soci delle startup sono in prevalenza maschi, il 79,6% contro il 20,4% dei soci donna. Le startup a prevalenza femminile sono circa il 15% delle startup e le donne detengono il totale delle quote nel 4,9% dei casi.

PARTECIPAZIONE DELLE DONNE ALLE COMPAGINI SOCIALI DI STARTUP INNOVATIVE	NUMERO	PERCENTUALE
Startup con almeno una donna che detiene quote	2909	39,9%
Startup in cui donne hanno maggioranza delle quote (50%+1)	1050	14,4%
Startup con più soci donne che uomini (50%+1)	685	9,9%
Startup con soci solo donne (100%)	359	4,9%
Media soci donne per startup	0,71 per startup	
Media soci uomini per startup	2,89 per startup	
Media soci per startup	3,59 per startup	

Fonte: InfoCamere. Si veda Relazione annuale al Parlamento 2017 p. 57

La partecipazione media al capitale sociale non presenta notevoli differenze tra uomini e donne. La differenza risulta però evidente nell'analisi del valore aggregato della partecipazione: il 17,1% per le donne contro l'82,9% degli uomini.

PARTECIPAZIONE DELLE DONNE AL CAPITALE SOCIALE DI STARTUP INNOVATIVE	NUMERO	PERCENTUALE
Partecipazione femminile media		23,77%
Partecipazione maschile media		23,80%
Valore medio partecipazioni di donne	€ 6517,60	
Valore medio partecipazione di uomini	€ 7782,80	
Valore aggregato partecipazione di donne	€ 32802856,20	17,1%
Valore aggregato partecipazione di uomini	€ 158838967,40	82,9%

Fonte: InfoCamere. Si veda Relazione annuale al Parlamento 2017 p. 60

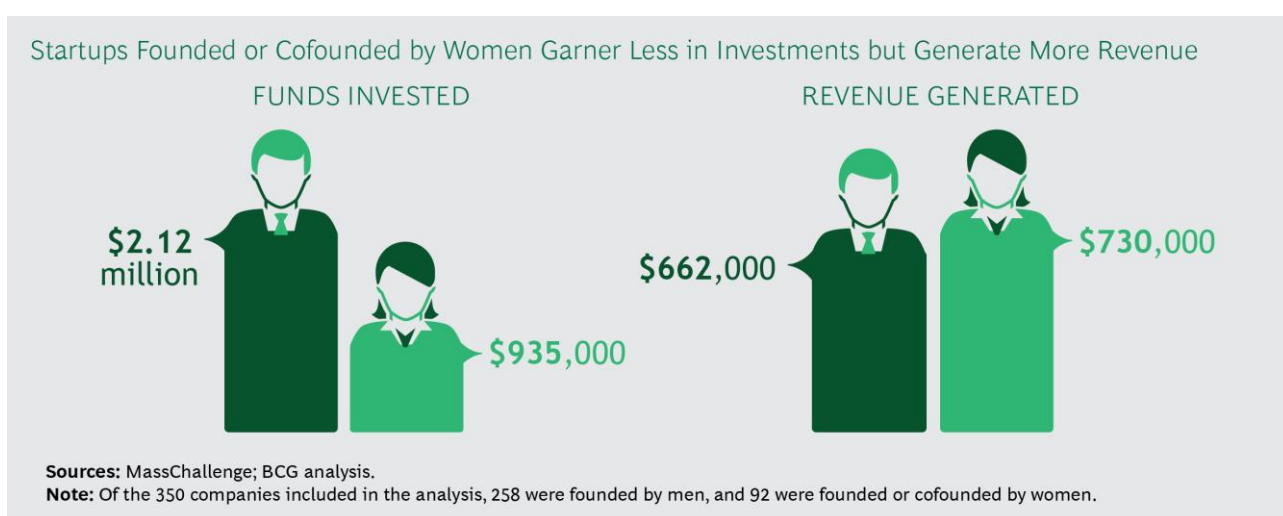
2.3.1 Il gender investment gap

La ricerca condotta dal BCG (the Boston Consulting Group) intitolata “Why women-owned startups are a better bet” (Abouzahr et al, 2018) in collaborazione con la rete di acceleratori MassChallenge ha dimostrato l'esistenza di un gender investment gap, cioè un divario di genere nell'ottenere finanziamenti per nuove attività d'impresa.

Quando espongono le loro idee le imprenditrici ottengono in media un milione di dollari in meno rispetto agli uomini. Nonostante questo le imprese femminile generano un risultato migliore, circa più del doppio degli uomini per ogni dollaro investito.

La ricerca, durata 5 anni con la collaborazione di diverse startup, ha portato alle seguenti conclusioni:

- I fondi investiti in aziende fondate o co-fondate da donne sono stati in media 935mila dollari ovvero meno della metà rispetto ai 2,1 milioni di dollari investiti nelle aziende a proprietà maschile;
- Le startup fondate da donne, nonostante i minori fondi, hanno generato un revenue maggiore nei cinque anni presi in esame con un +10% rispetto a quelle maschili, 730mila dollari contro i 662mila;
- Per ogni dollaro investito le startup femminili hanno generato un revenue di 78 centesimi contro i 31 centesimi delle startup maschili.

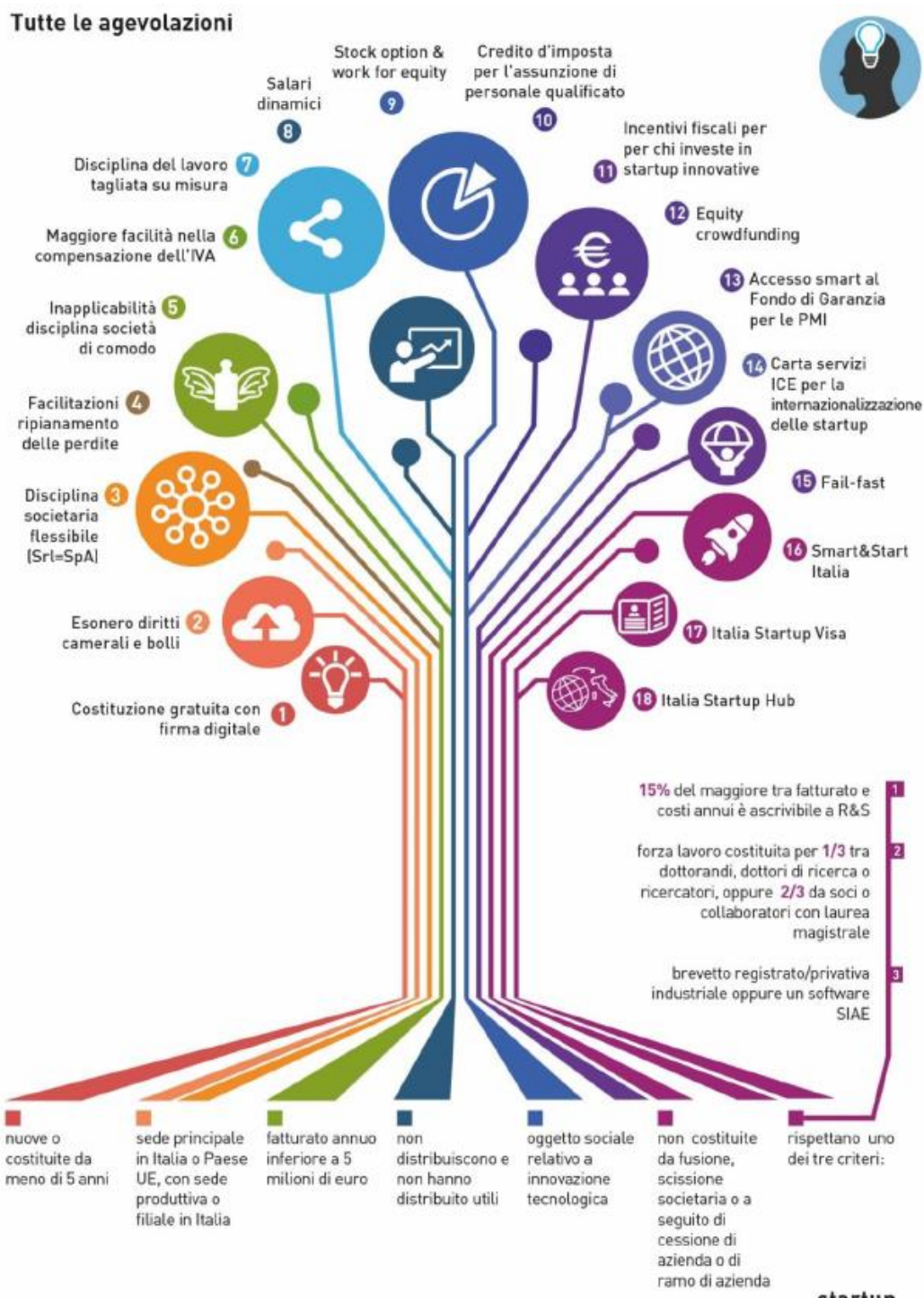


Sono state intervistate diverse donne tra startupper, business mentors e investitrici per cercare di trovare delle eventuali spiegazioni per questa disparità. Sono state trovate tre possibili risposte:

1. Le donne, più degli uomini, devono dimostrare di essere in possesso delle competenze tecniche di base visto che spesso gli investitori presumono che le donne non ne siano in possesso. Al contrario degli uomini, le donne sono però più inclini ad accettare critiche di feedback;
2. Le donne presentano business plan più prudenti e chiedono meno rispetto agli uomini che invece tendono a fare proposte più audaci;
3. Le donne propongono idee di business che conoscono direttamente come cura dei bambini e beauty, argomenti poco conosciuti dai finanziatori (il 92% dei venture capitalist negli USA sono uomini).

2.4 Agevolazioni a sostegno delle startup

Nella policy nazionale a sostegno delle startup innovative (Ministero dello Sviluppo Economico 2017) sono elencate tutte le misure di agevolazione previste per chi decide di avviare un'attività di startup. Tra queste il programma Smart&Start Italia presenta percentuali di finanziamento maggiori nel caso la richiesta giunga da donne.



Fonte: Ministero dello Sviluppo Economico 2017

1. Nuova modalità di costituzione digitale e gratuita: questa nuova modalità di costituzione in s.r.l. ha permesso un risparmio in media di circa 2mila €;
2. Esonero dai diritti camerali e dall'imposta di bollo: ha portato a un risparmio in media di 525€ a impresa per il primo anno di iscrizione e di 435€ nei restanti quattro anni;
3. Deroghe alla disciplina societaria ordinaria: riguarda un avvicinamento della struttura finanziaria della s.r.l. a quella della S.p.a.;
4. Proroga del termine per la copertura delle perdite: la decisione di riduzione del capitale per perdite si può posticipare alla fine del secondo esercizio successivo;
5. Deroga alla disciplina sulle società di comodo e in perdita sistematica: le startup non sono soggette a penalizzazioni fiscali;
6. Esonero dall'obbligo di apposizione del visto in conformità per compensazione dei crediti IVA: in questo modo le startup innovative possono ottenere un vantaggio in termini di liquidità;
7. Disciplina del lavoro tagliata su misura: i contratti a tempo determinato possono durare 48 mesi, le startup con più di 5 dipendenti non devono tener conto del numero di contratti a tempo indeterminato per assumere personale a tempo determinato;
8. Facoltà di remunerare il personale in modo flessibile: è stabilito un minimo tabellare ma resta all'accordo tra le parti la decisione sul valore della parte fissa e della parte variabile della remunerazione;
9. Remunerazione attraverso strumenti di partecipazione al capitale: startup e incubatori possono utilizzare stock options per i dipendenti e schemi di work for equity per i fornitori;
10. Incentivi fiscali all'investimento nel capitale di rischio delle startup innovative: le persone fisiche possono beneficiare di una detrazione Irpef pari al 30% dell'investimento, fino a un massimo di un milione di euro, per le persone giuridiche l'incentivo riguarda una deduzione dell'imponibile Ires del 30% dell'investimento, fino a un massimo di 1,8 milioni di euro. Le agevolazioni sono condizionate al mantenimento dell'investimento per minimo 3 anni;
11. Equity crowdfunding: le aliquote per gli incentivi fiscali sono state portate al 30% per chi investe nel capitale di rischio di startup e PMI innovative. Tra gli investitori professionali autorizzati sono stati inseriti gli investitori professionali su richiesta e gli investitori a supporto dell'innovazione;
12. Accesso semplificato al fondo di garanzia per le PMI: è un fondo pubblico creato con lo scopo di facilitare l'accesso al credito grazie alla concessione di garanzie sui prestiti

bancari. È coperto dalla garanzia l'80% del credito erogato alle startup e agli incubatori certificati, fino a un massimo di 2,5 milioni di euro. È stabilito un canale prioritario per l'istruttoria;

13. Agenzia ICE: ha lo scopo di fornire assistenza alle startup che decidono di seguire un processo di internazionalizzazione;
14. Smart & Start Italia: è un programma di finanziamento agevolato per startup introdotto dal DM 24 settembre 2014. Il programma mette a disposizione circa 200milioni di euro per finanziamenti di programmi di spesa tra i 100mila e 1,5milioni di euro. I programmi sono coperti per il 70% da un mutuo a tasso zero da restituire in 8 anni e nel caso di società composte da under 35 e donne per l'80%. Le startup con sede in: Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardegna e Sicilia possono ottenere un ulteriore contributo a fondo perduto pari al 20% del mutuo. Le startup fondate da meno di 12 mesi possono beneficiare anche di un servizio di assistenza tecnico-gestionale. Al 1 ottobre 2018 secondo i dati di Invitalia sono 410 le startup finanziate, con 193 milioni di investimenti attivati e 188,14 milioni di agevolazioni concesse;
15. Italia Startup Visa: è una procedura semplificata e digitalizzata per ottenere visti di ingresso per persone non appartenenti all'Ue che decidono di avviare una startup in Italia;
16. Italia Startup Hub; è uno sviluppo del programma Italia Startup Visa, consente ai cittadini non Ue già presenti in Italia con permesso di soggiorno che intendono avviare una startup di ottenere un "permesso di lavoro autonomo startup".

3. IL CASO BRANDON FERRARI

3.1 Chi è Paola Marzario?

Paola Marzario, classe 1979, è fondatrice e amministratore delegato di Brandon Group.

Dopo una laurea in giurisprudenza conseguita presso l'Università Bocconi di Milano nel 2004, si iscrive nel 2006 al corso di laurea in Marketing e Comunicazione dell'Università La Sapienza di Roma.

Durante l'università, a 20 anni, fonda ItaliaCasting, società specializzata in sistemi di ticket online e nell'organizzazione di eventi e casting.

Nel 2008 vende il 65% delle quote di ItaliaCasting al gruppo Best Union Spa e inizia a lavorare per loro con il compito di sviluppare nuove opportunità di business. È in questa occasione che inizia ad entrare in relazione con siti e marketplace internazionali.

Grazie anche all'esperienza acquisita in Best Union, decide nel 2012 di fondare la startup Brandon Ferrari diventata nel 2016 Brandon Group dove gestisce un team formato da professionisti, che hanno un'età media di 30 anni e che per circa il 60% sono donne.

Ha due figli piccoli rispettivamente di due e quattro anni.

Ha partecipato a Italia StartUp – associazione delle startup italiane – come membro del consiglio direttivo.

È una dei mentor di PoliHub, l'incubatore del Politecnico di Milano, fa quindi parte di quel gruppo di professionisti che si pongono come obiettivo aiutare a far crescere e a migliorare prodotti e servizi delle startup incubate; è anche membro di Girls in tech per promuovere lo sviluppo di una cultura digitale femminile.

Nel futuro si è posta l'obiettivo di diventare business angel per aiutare i giovani a realizzare le loro grandi idee imprenditoriali. (Smau 2017, LinkedIn 2018, PoliHub 2018).

Il business angel per l'IBAN (Italian Business Angel Network Association) è: “un imprenditore, libero professionista o manager dotato di un patrimonio personale e in grado di offrire all'impresa in fase di startup oltre ai capitali, soprattutto competenze strategiche e gestionali, know-how e una diffusa rete di relazioni con il mondo economico e finanziario”.

L'Italia, stabilisce l'Italian Angels for Growth, è al primo posto in Europa per presenza di donne, con l'11,5% di donne che ricoprono il ruolo di business angel (Ansa, 2018).

3.2 La startup Brandon Ferrari

Brandon Ferrari è iscritta nel Registro delle Imprese dal 22 giugno 2012 ed è in possesso, come requisiti di innovazione tecnologica, di un team qualificato e della proprietà intellettuale (startup.registroimprese.it).

Nel 2013 Brandon Ferrari ha registrato un fatturato di 2,7 milioni di euro. Nel 2014 è entrata nella top 10 delle 35 startup milionarie d'Italia (Ministero dello Sviluppo Economico).

A Simonetta (2015) Paola Marzario ha raccontato la mission di Brandon Ferrari: “Portare i prodotti dove ci sono i consumatori online. [...] Selezioniamo i prodotti, li rendiamo vicini agli utenti online in termini di foto, descrizione e condizioni logistiche, e li pubblicizziamo attraverso siti terzi che hanno già delle community. Dove c'è traffico noi posizioniamo i prodotti”. Nata per colmare un'esigenza di mercato, così come raccontato dalla fondatrice in un'intervista a Desando (2014): “Brandon Ferrari [...] la startup digitale che accompagna e supporta le aziende italiane nel mercato e-commerce. Si tratta di un distributore online che seleziona i brand italiani noti o ad alto potenziale e gestisce per loro le campagne di vendita sui siti di e-commerce nel mondo”.

Nella stessa intervista la Marzario racconta come nel 2013 solo il 16% delle aziende italiane usassero l'e-commerce contro una media europea del 35%. Il 67% delle imprese digitalizzate italiane esportava contro un 55% di quelle non digitalizzate. Il gap era evidente e per questo l'idea di creare la startup. Il nome Brandon Ferrari, racconta la fondatrice: “E' un mix tra il mondo di internet e quello del made in Italy: abbiamo scelto, dunque, un nome prettamente americano, Brandon, con uno rappresentativo del nostro Paese, Ferrari. Non solo. Se stacciamo la parola Brandon in Brand on, il risultato è Brand on Ferrari, che significa il brand che corre in Ferrari, un'allusione all'e-commerce e al made in Italy”.

Racconta poi alla giornalista che sono cinque i requisiti essenziali per entrare nell'e-commerce:

- Una propensione allo sviluppo e al cambiamento;
- Una produzione rapida o un magazzino in pronta consegna;
- Una logistica efficiente;
- La precisione nel rispetto delle tempistiche;
- Credere nel mercato online.

Dalla fine del 2014 Brandon Ferrari è il primo distributore online europeo dove è presente la piattaforma digitale plug – and – play. Con questa nuova piattaforma: “i retailer digitali possono accedere autonomamente alle campagne e i brand italiani fornitori possono caricare direttamente i loro cataloghi e prodotti. L'obiettivo è quello di migliorare l'efficienza dei

processi e creare un canale di comunicazione digitale tra brand e retailer, in modo da incrementare il volume di affari” (Desando 2014).

Alla richiesta di spiegazione sul perché poche startup italiane riescono ad emergere, Paola Marzario continua l'intervista (Desando 2014) elencando quelli che per lei sono i problemi italiani: “Lo startupper italiano è spesso egocentrico e pieno di sé. Non accetta consigli, non vuole delegare e non capisce che per fare startup serve un team. Io mi sono sempre circondata di gente che ne sa più di me ed è esperta in settori diversi dal mio. [...] Il secondo problema è che in Italia fare startup è una condizione che appartiene ai privilegiati: fai startup se sei mediamente ricco, non hai problemi economici [...]. Gli incubatori sono importanti, ma sono ancora troppo pochi”.

Concetto in parte ribadito nell'intervista rilasciata a Melito (2017): “La classica mentalità maschilista, egocentrica e piena di sé, che non accetta consigli, non vuole delegare e non capisce che per fare startup, come per gestire una qualunque attività, serve un team, porterà sempre più a far prevalere una visione rosa in ambito imprenditoriale, soprattutto se si punta ad un successo di livello internazionale”.

In un'intervista rilasciata al sito startupbusiness.it l'AD ha raccontato che la sfida più importante è stata quella di riuscire a combattere l'ignoranza e la sfiducia nell'innovazione digitale da parte delle PMI italiane. Racconta: “Prima ancora di fare business, ci troviamo ad educare: cerchiamo di diffondere cultura digitale all'interno delle varie divisioni aziendali, specialmente nell'aria vendite. Le PMI italiane credono che internet sia un cestino della spazzatura nel quale riversare i loro stock. La sfida più impegnativa è stata ed è quella di ribaltare questa convinzione! Internet è un canale profittevole, destinato a coprire una fetta importante del fatturato di un'azienda. Un canale che va gestito nel migliore dei modi, cercando di creare un'immagine online dei brand che rispecchi quella offline”.

I 600mila euro necessari per la costituzione della startup Brandon Ferrari sono stati stanziati dal venture capital internazionale Sicar Digital Investments (che in Italia si affida alla consulenza delle dPixel di Dettori) e da alcuni business angel, tra questi Fabio Cannavale. (Fabio Cannavale eletto Business Angel 2018 dal Club degli investitori (Delfino, 2018a)) (Desando 2014).

Brandon Ferrari offre ai brand la possibilità di un periodo di prova di sei mesi. I settori rappresentati sono principalmente tre: arredamento, mondo del fashion e food. Lo scopo è quello di rendere il canale profittevole e, oltre a vendere, internazionalizzare. “I risultati che riusciamo a raggiungere sono il nostro biglietto da visita che sta generando il passaparola tra gli imprenditori” ha dichiarato Paola Marzario a www.startupbusiness.it.

Oltre a collaborare con brand esterni, Brandon Ferrari ha creato anche cinque suoi brand.

I buyer invece hanno la possibilità di poter costruire una loro vetrina online, scegliendo quanti brand e quanti dei loro prodotti mostrare. L'acquisto dei prodotti dei brand avviene solo nel momento dell'effettiva vendita e non anticipatamente (www.economyup.it).

Brandon Ferrari rientra nella top 100 della graduatoria del Financial Times intitolata "FT 1000 Europe's Faster Growing Companies". È una classifica che tiene conto dei tassi di crescita delle società europee nel periodo 2012-2015. La ricerca è stata possibile grazie alla collaborazione con la società di ricerche di mercato Statista che ha analizzato i risultati delle società di 24 paesi europei. L'Italia è il terzo paese, dopo Germania e Gran Bretagna, per innovatività e livello di crescita delle sue imprese, seguita da Francia e Spagna. (www.startupbusiness.it 2017).

Brandon Ferrari si è classificata all'89° posto con un revenue growth nel periodo 2012-2015 del 1074% e con un CAGR del 127,3%. Il revenue nell'anno 2015 è stato calcolato in 4413000€. (ig.ft.com/ft-1000/, 2017).

Paola Marzario oltre che imprenditrice è anche una madre. I due figli sono stati simpaticamente definiti come la sua "terza startup" (www.economyup.it). Nell'intervista a Desando (2014) racconta: "È molto più difficile crescere un figlio che fondare una startup. Ma un figlio vale molto di più di 100 startup e non c'è exit che possa darti una soddisfazione pari a quella di un bambino. Uno dei privilegi di una mamma startupper: portare tuo figlio in ufficio, lasciarsi aiutare dai collaboratori, allattare e lavorare contemporaneamente".

A Napoli per la nascita del figlio entra in contatto con il tessuto produttivo locale e decide di aprire un'altra sede proprio in questa città (la sede operativa è a Milano) per contribuire alla diffusione del commercio digitale. A startupitalia.ue (2015) racconta qual è l'obiettivo: "Portare con internet il meglio della manifattura della moda del sud Italia sui mercati europei". Continua spiegando: "Noi mettiamo queste aziende in contatto con i grossi player europei. Offriamo per esempio dei prodotti ai clienti tedeschi o spagnoli, sapendo che ai primi piacciono di più i colori un po' più cupi come beige e grigio, ai secondi tinte più colorate. Un prodotto che ha lo stile e la forza del made in Italy, diversificato per tipologie di clienti".

3.3 Brandon Group. Da startup a PMI innovativa

Persi i requisiti anagrafici di startup innovativa dall'8 febbraio 2017 è iscritta nel Registro delle Imprese come PMI innovativa. Con questa occasione ha cambiato nome passando da Brandon Ferrari a Brandon Group (startup.registroimprese.it).

Entrando nel sito internet (brandonferrari.com) Brandon viene definito come "your digital bride", un marketplace online dotato di un portafoglio con più di 60 brand che distribuisce in 17 paesi e 3 continenti, vendendo per il 90% al di fuori dell'Italia. (it.linkedin.com/in/paolamarzario, 2018).

“Attraverso la nostra piattaforma innovativa e la tecnologia facile da usare, stiamo sperimentando una evoluzione del mercato wholesale rendendo il processo più facile e veloce. Abbiamo messo l’intero acquisto wholesale online, per consentire a brand e retailer di aumentare i volumi di fatturato, diminuire i costi, migliorare la loro brand awareness e analizzare le prestazioni attraverso l’analisi dei dati” spiegano nel loro sito.

Brandon, operante come modello business to business sull’intero mercato online, offre da una parte ai retailer diversi vantaggi tra i quali: studio e compensazione di nuovi trend e prodotti, incremento del fatturato, accesso semplice ai brand, ricercatezza dei prodotti con l’obiettivo di far aumentare i volumi dei propri clienti (brandonferrari.com).

Dall’altra parte ai brand, Caffè Vergnano 1882, Smemoranda, Moleskine solo per citarne alcuni, offre servizi elencati nel sito internet come:

- Promozione del brand all’estero e sviluppo di nuovi mercati;
- Aumento del volume di vendita e del fatturato;
- Fatturato/liquidità nel breve periodo;
- Aumento del traffico locale sul sito dei brand;
- Supporto strategico alle filiali estere e/o ai distributori;
- Aumento del business development locale;
- Progettazione e sviluppo di nuovi prodotti;
- Previsione dei volumi di vendita.

Brandon ha ampliato la sua rete di brand stringendo accordi non solo con PMI italiane ma anche con shop online. Questo è il caso dell’accordo con Martha’s Cottage, startup italiana scelta come fornitore specializzato nell’e-commerce per vendita di oggetti e accessori per matrimoni. Salvatore Cobuzio, co-founder di Martha’s Cottage ha raccontato in un’intervista: “Il nostro obiettivo è quello di diventare leader nella vendita [...]. L’accordo con Brandon farà incrementare il nostro fatturato e nello stesso tempo ci permette di capire quali sono i mercati su cui puntare e con quali prodotti”. A questo si aggiunge la voce di Paola Marzario: “A Martha’s Cottage offriamo una rete di distribuzione online, che in Italia e in Europa, conta sui più importanti retailer digitali” (www.startupbusiness.it, 2016).

CONCLUSIONE

Analizzando la partecipazione femminile al mercato del lavoro italiano è emerso, nonostante un miglioramento degli ultimi decenni, la presenza di un divario rispetto alla partecipazione maschile. Sono le donne a farsi carico, in aggiunta ai loro impegni lavorativi, anche della cura della famiglia. Il problema resta quello di riuscire a conciliare lavoro e famiglia.

Molte donne, come spiega la teoria del lavoratore scoraggiato, decidono di rinunciare a cercare un lavoro quando sono presenti poche opportunità o quando la ricerca risulta troppo complessa. Le donne sono in media più istruite degli uomini, ma tra le donne con un basso livello di istruzione quelle che decidono di abbandonare il mondo del lavoro sono un numero ancora significativo. Al contrario si è visto come le donne con figli ma con un elevato livello di istruzione, occupate in posizioni professionali apicali, hanno un maggiore orientamento al lavoro e raramente decidono di abbandonare il lavoro per occuparsi esclusivamente della cura della famiglia.

Nonostante il maggiore livello d'istruzione, le donne occupate dopo tre anni dal conseguimento del titolo sono una percentuale minore rispetto agli uomini. Riscontrano inoltre difficoltà nel trovare un lavoro inerente ai loro studi e si ritrovano spesso sottoinquadrate.

Le donne che decidono di far parte del mondo del lavoro trovano ancora molte discriminazioni nell'accedere alle posizioni apicali. Come spiega la teoria dei tornei se la competizione per la carriera è a favore delle donne in ambito scolastico, risulta invece a favore degli uomini in ambito lavorativo. La letteratura ha approfondito il tema delle diversità delle abilità manageriali tra uomini e donne e il riscontro di presunte differenze. A questo rispondo citando Paola Marzario: "L'affermazione e la realizzazione di sé non passano attraverso l'imitazione di modelli maschili, ma attraverso l'espressione e la valorizzazione della propria soggettività e della propria diversità" (www.economyup.it 2015).

Altro tema trattato riguarda lo svantaggio retributivo e l'utilizzo degli indicatori quali il gender pay gap e il gender overall earnings gap. Quest'ultimo analizza congiuntamente i guadagni orari, le ore retribuite e il tasso di occupazione sul reddito medio in età lavorativa. In questo modo è possibile spiegare in modo più dettagliato il divario retributivo di genere.

È in costante crescita il numero di donne che decidono di diventare imprenditrici. Queste sono più giovani e più istruite rispetto ai neo imprenditori.

L'analisi sulla situazione delle donne a guida di startup innovative ha evidenziato il ridotto numero di startupper donne. È emersa inoltre l'esistenza di un gender investment gap che dimostra la difficoltà che le donne incontrano nell'ottenere le risorse finanziarie per poter iniziare il loro progetto anche se, come dimostrato dalla ricerca del BCG, nonostante i minori fondi le startup rosa sono in grado di generare un revenue maggiore. Le donne per finanziare la

loro startup possono beneficiare delle agevolazioni più favorevoli concesse alle donne dallo Stato italiano, come il programma Smart&Start Italia, o rivolgersi a un business angel oltre che a cercare sostegno nelle prime fasi di attività negli incubatori.

Naturalmente serve un'idea vincente per creare un business. Quella di Paola Marzario è stata creare un distributore online, il primo a livello europeo ad utilizzare la piattaforma plug – and – play.

Paola Marzario è riuscita a far conciliare l'ambito professionale con quello familiare. Oltre che startupper è anche una mamma. Consapevole della maggiore flessibilità che viene garantita a una donna che gestisce una startup (come, per esempio, poter portare i figli in ufficio) ha saputo sfruttare in modo ottimale la pausa della gravidanza sviluppando una nuova opportunità per il suo lavoro. In quel periodo infatti si trovava a Napoli e ha avuto modo di conoscere le realtà locali. Da qui la decisione di aprire una sede anche in questa città. E come detto dalla fondatrice di Brandon Ferrari a un evento dedicato a donne e tecnologia: “Se avete un'idea coltivatele e lavorateci sodo, buttatevi. La creatività femminile si esprime sia in ambito familiare che professionale” (www.economyup.it 2015).

BIBLIOGRAFIA

BIN, R., PITRUZZELLA, G., 2016. *Diritto pubblico*. 14° ed. Torino: G. Giappichelli Editore.

COSTA, G., GIANECCHINI, M., 2013. *Risorse umane. Persone, relazioni e valore*. 3°ed. Milano: McGraw-Hill

PRUNA, M.L., 2007. *Donne al lavoro*. Bologna: società editrice il Mulino.

BIBLIOGRAFIA FONTI INTERNET

ABOUZHR, K., et al., 2018. Why women-owned startups are a better bet. The Boston Consulting Group. Disponibile su: < <https://www.bcg.com/it-it/publications/2018/why-women-owned-startups-are-better-bet.aspx> > [28/10/18]

ALBERTINI, M., 2011. Donne in vetta. Il soffitto di cristallo nelle grandi aziende italiane in prospettiva comparata. Il Mulino – Rivisteweb [online], Polis, fascicolo 3. Disponibile su < <https://www.rivisteweb.it/doi/10.1424/35846> > [30/10/18]

ANSA, 2018. In Italia record business angel donne. Disponibile su: < www.ansa.it/sito/notizie/economia/2018/10/18/in-italia-recordo-business-angel-donne_b88df0ea-8957-41f9-bd37-0c678f7ff371.html > [28/10/18]

ANSELMO, P., 2015. Introduzione alla figura del Business Angel. Disponibile su: < www.datocms-assets.com/32/1446205200-lafiguradelbusinessangel_ventureUp.pdf?ixlib=rb-1.1.0 > [28/10/18]

BERTOLINI, S., SOLERA, C., 2016. Il lavoro atipico in Italia: trappola o ponte verso la conciliazione? Le interruzioni lavorative intorno alla maternità di tre coorti di donne. Economia & Lavoro, fascicolo 3. Il Mulino – Rivisteweb [online]. Disponibile su: < <https://www.rivisteweb.it/doi/10.7384/85924> > [30/10/18]

BRANDON GROUP, 2018. Disponibile su: < www.brandonferrari.com > [28/10/18]

BRUNO, G.S.F., CIAVARELLA, A., LINCIANO, N., 2018. Boardroom gender diversity and performance of listed companies in Italy. Consob. Disponibile su: < <http://www.consob.it/documents/46180/46181/wp87.pdf/d733b58a-44b4-42de-98c7-3c89a82a0182> > [28/10/18]

CADONI, C., 2018. Startup vincenti, il segreto è l'incubatore. Il Mattino di Padova [online]. Disponibile su: < <http://mattinopadova.gelocal.it/padova/cronaca/2018/02/27/news/startup-vincenti-il-segreto-e-l-incubatore-1.16531380> > [28/10/18]

CALENDA, C., 2017. Relazione Annuale al Parlamento sullo stato d'attuazione e l'impatto delle policy a sostegno di startup e PMI innovative. Ministero dello Sviluppo Economico. Edizione 2017. Disponibile su: <

www.sviluppoeconomico.gov.it/images/stories/documenti/startup_relazione_annuale_al_2017.pdf > [28/10/18]

CAPPELLINI, M., 2017. Quando la start-up è donna: dalla Spagna all'Indonesia, tutti i record al femminile. Il Sole 24 Ore [online]. Disponibile su: <

<http://alleyoop.ilsole24ore.com/2017/07/12/quando-la-startup-e-donna-dalla-spagna-allindonesia-tutti-i-record-al-femminile/> > [28/10/18]

CARNAZZA, P., 2017. Le strategie di innovazione delle startup innovative: un'indagine ad hoc. Quaderni di ricerca sull'artigianato, fascicolo 2. Il Mulino – Rivisteweb [online].

Disponibile su: < <https://www.rivisteweb.it/doi/10.12830/87483> > [30/10/18]

CARNEVALE, A., 2018. Meno investimenti per le startup al femminile, ma risultati migliori.

Startupitalia.eu [online]. Disponibile su: < <http://startupitalia.eu/96053-20180828-meno-investimenti-le-startup-al-femminile-risultati-migliori> > [28/10/18]

COMUNICATO STAMPA Unioncamere. Disponibile su: <

www.unioncamere.gov.it/P42A3670C160S123/impresefemminili--10mila-in-piu-nel-2017--grazie-a-turismo--cura-della-persona-attivita-professionali---.htm > [30/10/18]

Cos'è un incubatore e quali sono quelli italiani, 2018. Disponibile su: <

www.university2business.it/2018/07/10/cose-un-incubatore-universitari-e-quali-sono-quelli-italiani/ > [28/10/18]

D'ASCENZO, M., 2016. Le startup per donne sono solo il 13% in Italia. Il Sole 24 Ore

[online]. Disponibile su: < <https://www.ilsole24ore.com/art/tecnologie/2016-03-08/le-startup-donne-sono-solo-13percento-italia-101933.shtml?uuiid=AC6FEvjC> > [28/10/18]

D'ASCENZO, M., 2018a. Consob: le donne nei board rendono le aziende più redditizie. Il

Sole 24 Ore [online]. Disponibile su: < <https://www.ilsole24ore.com/art/finanza-e-mercati/2018-09-20/consob-donne-board-rendono-aziende-piu-redditizie-155110.shtml?uuiid=AEqN5F3F> > [28/10/18]

D'ASCENZO, M., 2018b. Salari: il divario «inspiegabile» tra gli uomini e le donne in Italia.

Il Sole 24 Ore [online]. Disponibile su: < <https://www.ilsole24ore.com/art/commenti-e-idee/2018-04-12/salari-divario-inspiegabile-gli-uomini-e-donne-italia-133736.shtml?uuiid=AEA9eHPE> > [24/10/18]

- DEL BALZO, L., 2017. Start up innovative: scenario e presenza delle donne. Disponibile su: < <https://www.assodonna.it/it/impresa/start-up-innovative-scenario-donne.html> > [28/10/18]
- DELFINO, E., 2018a. È Fabio Cannavale il Business Angel dell'anno. Il premio e i numeri. Il Sole 24 Ore [online]. Disponibile su: < www.ilsole24ore.com/art/tecnologie/2018-07-03/e-fabio-cannavale-business-angel-anno-premio-e-numeri--122731.shtml?uuid=AE2ybpFF > [28/10/18]
- DELFINO, E., 2018b. Perché le startup fondate da donne rendono di più ma attirano meno investimenti. Il Sole 24 Ore [online]. Disponibile su: < <https://alleyoop.ilsole24ore.com/2018/08/14/perchè-le-startup-fondate-da-donne-rendono-di-piu-ma-attirano-meno-investimenti/> > [28/10/18]
- DESANDO, C., 2014. Così ho creato Brandon Ferrari, startup da 4 milioni di euro. EconomyUp [online] . Disponibile su: < <https://www.economyup.it/startup/cosi-ho-creato-brandon-ferrari-startup-da-4-milioni-di-euro/> > [28/10/18]
- DESANDO, C., 2015. Le 10 startup in rosa più promettenti. EconomyUp [online]. Disponibile su: < <https://www.economyup.it/startup/le-10-startup-in-rosa-piu-promettenti/> > [28/10/18]
- Dl 18 ottobre 2012, n. 179. Disponibile su: < www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?dataPubblicazioneGazzetta=2012-12-18&atto.codiceRedazionale=12A13277 > [28/10/18]
- Eurostat, Italia al penultimo posto nella Ue per tasso di occupazione, 2018. LaRepubblica.it [online]. Disponibile su: < https://www.repubblica.it/economia/2018/04/20/news/eurostat_italia_al_penultimo_posto_nella_ue_per_tasso_di_occupazione-194394400/ > [24/10/18]
- FAZIOLI, R., DE FRANCHI, R., 2016. Start-up innovative e finanza: i fondi di debito innovativi. Quaderni di ricerca sull'artigianato, fascicolo 1. Il Mulino – Rivisteweb [online]. Disponibile su: < <https://www.rivisteweb.it/doi/10.12830/83576> > [30/10/18].
- FOFFANO, S., PACE, N., 2011. Le discriminazioni retributive: un approccio giuridico ed economico. Il Mulino – Rivisteweb [online], Lavoro e diritto, fascicolo 4. Disponibile su < <https://www.rivisteweb.it/doi/10.1441/35949> > [30/10/18]
- FINANCIAL TIMES, 2018. [online] Disponibile su: < <https://ig.ft.com/ft-1000/> > [28/10/18]
- GAUDENZI, A., 2018. Fabio Cannavale, business angel 2018: “Vi spiego perché conviene investire in startup”. Startupitalia.eu [online]. Disponibile su: < startupitalia.eu/94047-

20180709-fabio-cannavale-business-angel-2018-vi-spiego-perche-conviene-investire-startup
> [28/10/18]

GUIDA FISCO, 2018. Disponibile su: < www.guidafisco.it/start-up-innovative-finanziamenti-agevolazioni-incentivi-1212 > [28/10/18]

Il segreto di Brandon Ferrari, educare prima di fare business, 2014. Startupbusiness.it [online]
Disponibile su: < <https://www.startupbusiness.it/il-segreto-di-brandon-ferrari-educare-prima-di-fare-business/77869/> > [28/10/18]

IMPRENDITORIA FEMMINILE. Requisiti per accedere alla sezione speciale. Disponibile
su: < <http://imprenditricioggi.governo.it/requisiti.html> > [28/10/18]

Internazionalizzazione delle startup: il caso Brandon – Martha’s Cottage, 2016.
Startupbusiness.it [online]. Disponibile su: < www.startupbusiness.it/internazionalizzazione-della-startup-il-caso-brandon-marthas-cottage/84957/ > [28/10/18]

INVITALIA 2018. Disponibile su: < www.invitalia.it > [28/10/18]

INVITALIA, 2018. Disponibile su: < www.invitalia.it/cosa-facciamo/creiamo-nuove-aziende/smartstart-italia/risultati/report-ssi-startup > [28/10/18]

INVITALIA, 2018. Disponibile su: < www.invitalia.it/cosa-facciamo/creiamo-nuove-aziende/nuove-imprese-a-tasso-zero/cose > [28/10/18]

ISTAT, 2017. Indagine conoscitiva sulle politiche in materia di parità tra donne e uomini.
Disponibile su < https://www.istat.it/it/files//2017/10/A-Audizione-parità-di-genere-25-ottobre_definitivo.pdf > [28/10/18]

ISTAT, 2018a. Anno 2017, livelli di istruzione della popolazione e ritorni occupazionali: i
principali indicatori. Disponibile su: < <https://www.istat.it/it/files//2018/07/indicatori-dellistruzione.pdf> > [28/10/18]

ISTAT, 2018b. Occupati e disoccupati. Disponibile su: <
https://www.istat.it/it/files//2018/10/cs_Occupati-e-disoccupati_AGOSTO_2018.pdf
> [28/10/18]

ISTAT, 2018c. Il trimestre 2018 il mercato del lavoro. Disponibile su: <
https://www.istat.it/files//2018/09/Mercato-del-lavoro-il-trim_2018.pdf > [28/10/18]

ISTAT, 2018d. Nota trimestrale sulle tendenze dell’occupazione, II trimestre 2018.
Disponibile su: < https://www.istat.it/it/files//2018/09/NotaTrimOccupazione-II_2018.pdf >
[28/10/18]

L. 25 febbraio 1992, n. 215. Disponibile su: < www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=1992-03-07&atto.codiceRedazionale=092G0241&elenco30giorni=false > [28/10/18]

L. 12 Luglio 2011, n. 120. Disponibile su: < www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2011/07/28/011G0161/sg28/10/18 > [28/10/18]

Le donne imprenditrici? Sempre di più. Ma l'Italia resta fanalino di coda, 2017. Affaritaliani.it [online]. Disponibile su: < <http://www.affaritaliani.it/costume/le-donne-imprenditrici-sempre-di-più-ma-l-italia-resta-fanalino-di-coda-499025.html> > [28/10/18]

LINKEDIN, 2018. Disponibile su: < it.linkedin.com/in/paolamarzario > [28/10/18]

Matrimoni, un mercato da 5,2 miliardi l'anno terra di conquista di startup, 2016. Repubblica.it [online]. Disponibile su: < www.repubblica.it/economia/2016/05/29/news/matrimoni_mercato-140581535 > [28/10/18]

MELITO, A., 2017. Paola Marzario è AD di Brandon Ferrari, una delle startup milionarie d'Italia. [online] Disponibile su: < <http://quoziintegiovani.it/2017/03/09/paola-marzario-e-ad-di-brandon-ferrari-una-delle-startup-milionarie-ditalia/> > [28/10/18]

MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO, 2017. La policy nazionale a sostegno delle startup innovative, scheda di sintesi. Disponibile su: < www.sviluppoeconomico.gov.it/images/stories/documenti/Scheda-di-sintesi-policy-startup-innovative-23_02_2017.pdf > [28/10/18]

MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO, 2017. 20 dati chiave dalla Relazione Annuale 2017 sulle startup e PMI innovative. Disponibile su: < www.sviluppoeconomico.gov.it/images/stories/documenti/highlights_relazione_annuale_13_dicembre_2017.pdf > [28/10/18]

MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO, 2018. Le imprese innovative e il Fondo di Garanzia per le PMI, startup innovative, incubatori certificati, PMI innovative. 16° rapporto periodico. Dati al 30 giugno 2018. Disponibile su: < www.sviluppoeconomico.gov.it/images/stories/documenti/16-rapporto-Fondo-di-Garanzia-startup-e-PMI-innovative-II-trimestre-2018-31_07_2018.pdf > [28/10/18]

MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO, 2018. Startup, nel 2018 una su due è stata costituita online. Disponibile su: < www.mise.gov-it/index.php/it/198-notizie-stampa/2038497-startup-nel-2018-una-su-due-e-stata-costituita-online > [28/10/18]

PINGUE, C., 2017. Le startup possono (e devono) essere un affare per donne: ecco come. Economyup.it [online]. Disponibile su: < <https://www.economyup.it/startup/le-startup-possono-e-devono-essere-un-affare-per-donne-ecco-come/> > [28/10/18]

PNICube. Disponibile su: < www.pnicube.it > [28/10/18]

POLIHUB, 2018. Disponibile su: < www.polihub.it/mentor/ > [28/10/18]

PONZELLINI, A. M., 2017. Organizzazione del lavoro e relazioni industriali. Una rassegna degli studi degli ultimi 20 anni in Italia. Economia & Lavoro, fascicolo 1. Il Mulino – Rivisteweb [online]. Disponibile su: < <https://www.rivisteweb.it/doi/10.7384/87128> > [30/10/18]

Ragazze, osate! Possiamo essere donne e imprenditrici, 2015. EconomyUP [online]. Disponibile su: < <https://www.economyup.it/startup/ragazze-osate-possiamo-essere-donne-e-imprenditrici/> > [28/10/18]

REGIONE VENETO, 2018. Imprenditoria femminile. Disponibile su: < <http://www.regione.veneto.it/rete-degli-urp-del-veneto/imprenditoria-femminile> > [28/10/18]

REGISTRO DELLE IMPRESE, 2018. Disponibile su: < startup.registroimprese.it > [28/10/18]

RICCIARDI, R., 2018. Poche donne occupate, rischi per le pensioni. Fino a metà febbraio lavorano gratis. LaRepubblica.it [online]. Disponibile su: < https://www.repubblica.it/economia/2018/03/08/news/poche_donne_occupate_rischi_sulla_pr_evidenza_fino_a_meta_febbraio_lavorano_gratis-190744775/ > [24/10/18]

ROCIOLA, A., 2015. Lady e-commerce scopre il sud: Brandon Ferrari apre a Napoli (e il fatturato vola a 6 milioni). [online] Disponibile su: < blog.startupitalia.eu/73747-20150324-una-damigella-dellecommerce-a-sud-brandon-ferrari-apre-a-napoli-e-porta-il-fatturato-a-6-milioni > [28/10/18]

ROSSITTO, S., 2017. Le Startup aumentano del 74% in 2 anni, ma non sono ancora un affare per donne. Il Sole 24 Ore [online]. Disponibile su: < <http://alleyoop.ilsole24ore.com/2017/12/21/le-startup-aumentano-del-74-in-2-anni-ma-non-sono-ancora-un-affare-per-donne/> > [28/10/18]

Scaleup, Brandon e Caffaina nella top 100 del Financial Times, 2017. Startupbusiness.it [online]. Disponibile su: < <https://www.startupbusiness.it/scaleup-brandon-e-caffaina-nella-top-100-del-financial-times/91947/> > [28/10/18]

SGROI, M., 2016. Ma chi sono i lavoratori scoraggiati?. Il Sole 24 Ore [online]. Disponibile su: < <http://www.econopoly.ilsole24ore.com/2016/12/28/ma-chi-sono-i-lavoratori-scoraggiati/> > [28/10/18]

SIMONETTA, B., 2015. Brandon Ferrari: «Obiettivo è aiutare che sceglie l'online». Il Sole 24 Ore [online]. Disponibile su: < <https://www.ilsole24ore.com/art/tecnologue/2015-12-01/obiettivo-e-aiutare-chi-sceglie-online-101709.shtml?uuid=ACGcDlkB> > [28/10/18]

SMAU, 2017. Biografia. Disponibile su: < <https://www.smau.it/milano17/speakers/paola.marzario/> > [28/10/18]

START CUBE, 2018. www.startcube.it [28/10/18]

START CUBE, 2018. Comunicato stampa. Disponibile su: < www.startcube.it/wp-content/uploads/2018/03/abstract.pdf > [28/10/18]

Startup – Martha's Cottage: in Europa grazie a Brandon, 2016. Impresamia.com [online]. Disponibile su: < www.impresamia.com/startup-marthas-cottage-europa-grazie-brandon/ > [28/10/18]

UNIONCAMERE, MISE, INFOCAMERE, 2018. Cruscotto di indicatori statistici. Dati nazionali. Report con dati strutturali 1°trimestre 2018 startup innovative. Disponibile su: < www.sviluppoeconomico.gov.it/images/stories/documenti/1-rapporto-trimestrale-2018-trend-registro-startup-innovative05_06_2018.pdf > [28/10/18]

VIDEOINTERVISTA, 2015. EconomyUp [online]. Disponibile su: < <https://www.economyup.it/video/paola-marzario-brandon-ferrari-una-startup-per-dare-piu-e-commerce-a-tutti/> > [30/10/18]

2018. www.withfounders.it [28/10/18]