

Le imprenditrici sfidano il mercato

di **UMBERTO MANCINI**

ROMA - E' rosa la voglia di fare impresa, di mettersi in gioco e rischiare. Ed è proprio l'Italia, dato sorprendente, il Paese delle donne imprenditrici, con un tasso di diffusione di self made women, rispetto alla popolazione attiva, nettamente superiore alla media europea. Il sesso debole si dimostra a conti fatti il più forte. Tenace e grintoso nel battere la crisi. Visionario nel realizzare un sogno, un progetto, un'idea. Si tratta di un vero esercito di «toste imprenditrici», raccontate nel libro-inchiesta di Angela Padrone «Imprese da favola», 158 pagine per **Marsilio** Tempi, che sfida il mercato e dimostra, con i fatti, che la volontà può andare oltre, abbattendo ostacoli e pregiudizi.

Storie dove il successo si fonda molto spesso sul sacrificio personale. Il libro indaga

a fondo un fenomeno ai più sconosciuto. Perché non è solo il dato economico - oltre a milione e 400 mila sono le attività nel commercio e nell'artigianato, fondate e guidate dal cosiddetto sesso debole - a stupire. Ma anche quello sociale e psicologico. Emerge un universo variegato, che si snoda da Nord a Sud. Il libro racconta casi emblematici - da chi produce e sforna torte per inviarle in tutto il mondo a chi si è letteralmente inventato pigiami di qualità per battere i prodotti cinesi. Del resto che le ragazze abbiano una marcia in più è fin troppo evidente. Negli studi come nella capacità di conciliare lavoro e impegni domestici, l'esser mamma, moglie ma anche manager di se stessa. Un viaggio appassionante per proporre, in conclusione, una sorta di alleanza tra imprenditrici. Per dare una spinta decisiva al Paese, al suo sviluppo, alla creatività.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

