vanityfair.it
VANITY FAIR

www.ecostampa.it

VANITY FAIR

LAVORO

Produttore? No, produttrice: in Italia sono sempre più donne a fare il cinema e la tv

Oltre il 28% di chi fa impresa in questo settore è donna. Sono impegnate soprattutto nella distribuzione cinematografica e nella programmazione televisiva. Fra gli Under 35 ci sono quasi tante donne quanti uomini

DI CHIARA PIZZIMENTI

7 OTTOBRE 2025

Donna con ciak WESTEND61

Una presenza più solida, ma ancora non paritaria. Nel settore audiovisivo italiano le donne rappresentano una componente sempre più significativa, anche se la parità è lontana. Le donne hanno però consolidato la loro posizione e in alcuni comparti stanno guadagnando terreno, soprattutto tra le giovani generazioni. Al 31 dicembre 2024 si contano **4.747 imprenditrici**, pari al **28,7% del totale (contando tutti i settori dell'economia sono il 30,6%)**. La quota femminile cresce lievemente rispetto al 2023, in controtendenza con l'andamento generale dell'economia italiana, che ha registrato una flessione della componente imprenditoriale femminile. Questa quota si deve alle donne socie di capitale per il 31% e alle donne socie non di capitale, al 34,5%. Il valore scende drasticamente nel caso delle titolari d'impresa: se ne contano in totale 406, e la quota sul totale uomini e donne è del 14,5%. Lo dicono i dati elaborati da Fondazione Symbola per APA, Associazione Produttori Audiovisivi.

Le donne nel mondo della produzione

«L'imprenditoria femminile nell'audiovisivo sta crescendo negli ultimi anni e i dati che presenteremo al MIA ne sono la dimostrazione. Tuttavia, il settore presenta ancora un divario strutturale, soprattutto nelle figure apicali della filiera, ed è proprio su quel divario che dobbiamo intervenire», spiega Chiara Sbarigia, Presidente APA, Associazione Produttori Audiovisivi. Il dato è chiaro: per ogni imprenditrice ci sono **2,5 imprenditori uomini**, un rapporto peggiore rispetto alla media complessiva delle imprese italiane (2,3). La sfida per i prossimi anni sarà ridurre questo gap, valorizzando il

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
074078

L'ECO DELLA STAMPA
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

vanityfair.it
VANITY FAIR
www.ecostampa.it

contributo femminile in tutte le aree della filiera.

Le donne, ora, sono particolarmente presenti nella **proiezione cinematografica**, dove rappresentano il **39,3% degli imprenditori**, nella **distribuzione** (33,0%) e nella **programmazione e trasmissioni televisive** (31,5%). La loro presenza è invece più ridotta nei comparti centrali della filiera: **produzione** (26,7%) e **post-produzione** (25,7%). «Oggi possiamo contare su imprenditrici e manager che rappresentano il settore audiovisivo portando all'interno del mercato innovazione e capacità di rinnovare: un patrimonio fondamentale di professionalità e talento che va sostenuto e valorizzato. Ogni donna che guida un'impresa porta con sé competenze manageriali, visione strategica e capacità decisionali che influenzano concretamente lo sviluppo del settore».

Il dato generazionale e geografico

La geografia dell'imprenditoria femminile nell'audiovisivo conferma il **Lazio** come polo principale, con oltre **5.000 imprenditrici.** Sono più di un terzo del totale nazionale. Seguono Lombardia (2.651), Campania (1.275), Emilia-Romagna (1.049), Toscana (924) e Puglia (905). In termini relativi spiccano Molise (30,3%), Umbria (29,9%) e Campania (29,7%), tutte sopra la media nazionale, mentre restano più indietro Trentino-Alto Adige (20,5%) e Veneto (21,9%).

C'è un dato positivo dal punto di vista generazionale. La componente femminile giovane è solida: le **imprenditrici under 35 sono il 9,7%**, un dato sostanzialmente allineato a quello maschile, 10,6%, e a quello medio complessivo del settore che è al *10,3%.* Fra le sole 406 titolari d'impresa, la quota delle under 35 è del 29,1%. Nella post-produzione le donne under 35 raggiungono il 15,4%.

«Il compito di APA», conclude Chiara Sbarigia, «è chiaro: trasformare questi numeri in opportunità concrete, favorendo l'accesso delle donne a tutti i livelli della filiera – dalla produzione alla distribuzione, dall'ideazione dei contenuti alla loro valorizzazione sui mercati internazionali – e costruire un'industria audiovisiva più inclusiva, competitiva e capace di affermarsi a livello globale».

Le manager dell'audiovisivo

I registri camerali consentono di esplorare un ulteriore ambito per valutare la presenza femminile nelle imprese della filiera audiovisiva: quello del management. Attraverso l'analisi di specifiche cariche aziendali, è possibile stimare il numero delle donne manager, che nella filiera audiovisiva nel 2024 risultano essere 2.668, in aumento del 2,9% rispetto al 2023. Anche se in crescita, la loro incidenza sul totale del settore (23,4%) resta lievemente inferiore alla media complessiva delle imprese (24,8%).

Tra i singoli comparti, le attività di programmazione e trasmissioni TV registrano l'incremento più significativo del totale dei manager , +2,5% del 2024 sul 2023, spinto in particolare dalla crescita delle donne (+4,5%). Anche nella proiezione cinematografica si osserva una dinamica interessante: nonostante una flessione complessiva vicina all'1%, le donne aumentano sensibilmente (+4,6%) a fronte di un calo degli uomini (-2,8%). Nella distribuzione cinematografica, dove il numero totale di manager cala nettamente (-6,5%) a causa di un forte arretramento degli uomini (-8,7%), mentre le donne restano stabili. Nelle attività di produzione cinematografica, di video e di programmi TV, si registra una moderata crescita complessiva (+1,1%), trainata soprattutto dall'incremento delle donne manager (+2,7%), che supera quello della componente maschile (+0,7%).

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
074078

vanityfair.it
VANITY FAIR

www.ecostampa.it

La situazione delle aziende del settore

Il 63,2% delle imprese attive nella filiera audiovisiva opera nella produzione cinematografica e/o televisiva, con un totale di 5.435 unità. Seguono le attività di post-produzione, che contano 1.572 imprese (18,3%). La proiezione cinematografica si mantiene stabile con 655 unità (7,6%), mentre la programmazione televisiva è diminuita a 709 imprese (8,2%). Infine, la distribuzione cinematografica, di video e di programmi tv comprende 230 unità, rappresentando il 2,7% del settore.

I temi del rapporto e quelli legato alle donne nel settore dell'audiovisivo saranno approfonditi nell'evento Un altro genere di leadership in programma dal 10 al 12 ottobre. All'hotel de la Ville e Hotel Hassler di Roma si terrà la seconda edizione del Convegno che farà trovare insieme e dialogare lavoratrici autrici, atlete e imprenditrici, invitate a parlare sul protagonismo delle donne. Le voci invitate a raccontare quello che fanno saranno tenute insieme attraverso immagini e parole che formino anche un racconto altro della cultura femminile d'impresa, che si articolerà per parole chiave, come azione, merito, flessibilità, management, relazioni, autorevolezza, successo, definizioni, creatività, spazio, eccetera, organizzate secondo tre fili tematici: corpo, attenzione, tempo. Alle relatrici e alle partecipanti ai lavori sarà dedicato lo spettacolo di Paola Minaccioni, il Monologo *Paola racconta Anna*.

Altre storie di *Vanity Fair* che ti potrebbero interessare

- Per restare aggiornati sui reali, le celebrity, gli show e tutte le novità dal mondo *Vanity Fair*, iscrivetevi alle nostre newsletter.
- Giorgia: «Fiera di essere l'esempio che si può ricominciare a 50 anni. Gaza? Quando muoiono i bambini non ha ragione nessuno, bisogna fermare il genocidio»
- Leonardo DiCaprio, i 10 film più importanti
- *KPop Demon Hunters:* perché è diventato il film più visto nella storia di Netflix?
- *Genitori in blue jeans* 40 anni dopo: che cosa fanno gli attori oggi (c'è anche Leonardo DiCaprio)?
- Justin Bieber e la moglie Hailey, le dieci regole della loro vita familiare
- Il giorno in cui la regina Elisabetta diede a Jackie Kennedy consigli su come sopravvivere alle apparizioni pubbliche
- Robert Redford, i film più importanti

TOPICS FILM TV SOLDI LAVORO

VANITY FAIR CONSIGLIA

CINEMA

Tilly Norwood, la prima attrice creata con l'AI: Hollywood deve aver paura?

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

074078